

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет права, публічного управління
та національної безпеки
Кафедра психології

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Савельєвої Олени Львівни

УДК159.944

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ
САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГА-КОНСУЛЬТАНТА
Спеціальність «053 Психологія»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідеї, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Керівник роботи
Коломієць Тетяна Володимирівна
Кандидат психологічних наук,
доцент

Житомир – 2023

Висновок кафедри _____

За результатами попереднього захисту _____

Протокол засідання кафедри

№ ____ від « ____ » _____ 2023 року

Завідувач кафедри _____

(науковий ступень, вчене звання)

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти *Савельєва Олена Львівна* захистила

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою _____

секретар ЕК

(науковий ступень, вчене звання)

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Савельєва О.Л. Індивідуально-психологічні особливості професійної самопрезентації психолога-консультанта. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр за спеціальністю 053 – психологія. Поліський національний університет. Житомир. 2023.

Для вивчення особливостей самопрезентації психологів-консультантів було проведено дослідження, під час якого проаналізовано 100 резюме психологів, розміщених в мережі «Інтернет» на їх персональних сайтах та платформах. У дослідженні взяли участь 50 осіб, серед них 25 осіб з психологічною освітою та 25 з іншими видами освіти. Вивчалися: особливості самопрезентації психологів в інтернеті і те, які фактори у більшій мірі впливають на вибір психолога потенційним клієнтом. Для обробки результатів використовувалися методи математичної статистики та контент-аналіз.

Отримано такі результати: психологи активно використовують у самопрезентації як професійну, так і особистісну інформацію. Виявлено гендерну специфіку самопрезентації: жінки в більшій мірі ніж чоловіки здійснюють самопрезентацію через особисту інформацію; чоловіки – через професійну. Було виявлено п'ять стилів самопрезентації в залежності від того, на які параметри самопрезентації робиться основний акцент. Виявлено різницю в умовах, якими керуються люди з психологічною та непсихологічною освітою під час виборів психолога-консультанта. Для перших характерна орієнтація на особистісну інформацію, тоді як інші звертають більше увагу на інформацію про освіту та професійні компетенції консультанта.

Ключові слова: самопрезентація, особистість, взаємодія, психолог-консультант, уподобання клієнтів, вибір, психологи та непсихологи.

ANNOTATION

Savelieva O.L. Individual psychological features of the professional self-presentation of a consultant psychologist. - Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 053 - psychology. Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

In order to study the peculiarities of the self-presentation of psychologists-consultants, research was conducted, during which 100 resumes of psychologists, posted on the Internet on their personal sites and platforms were analyzed. 50 people took part in the study, among them 25 people with psychological education and 25 with other types of education. Studied: the features of self-presentation of psychologists on the Internet and what factors have a greater influence on the choice of a psychologist by a potential client. For processing of results were used methods of mathematical statistics and content analysis.

The results were obtained: psychologists actively use professional and personal information in self-presentation. The gender specificity of self-presentation has been revealed: women perform self-presentation through personal information to a greater extent than men; men - through professional. Five styles of self-presentation were identified, depending on which parameters of self-presentation the main emphasis is placed on. The difference in the conditions under which people with psychological and non-psychological education are guided during the election of a psychologist-consultant has been revealed. For the first are characterized an orientation to personal information, while for others pay more attention to information about the consultant's education and professional competencies.

Key words: self-presentation, personality, interaction, consulting psychologist, client preferences, choice, psychologists and non-psychologists.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГА	12
1.1. Мовлення як інструмент професійної самопрезентації психолога	12
1.2. Роль емоційної сфери психолога у процесі його професійної самопрезентації	13
1.3. Особливості взаємодії з клієнтом як форма професійної самопрезентації психолога	14
Висновки до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГА КОНСУЛЬТАНТА	17
2.1. Аналіз сучасних досліджень професійної самопрезентації в науковій літературі	17
2.2. Обґрунтування процедури та методів дослідження професійної самопрезентації психолога	22
2.3. Особливості організації емпіричного дослідження особистісних чинників професійної самопрезентації психолога	24
Висновки до розділу 2	27
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ ТА ФАКТОРІВ ВИБОРУ ПСИХОЛОГА ПОТЕНЦІЙНИМИ КЛІЄНТАМИ	29
3.1. Організація дослідження.	29
3.2. Вивчення особливостей самопрезентації психологів- консультантів.	31
3.3. Вивчення переваг клієнтів при виборі психолога-консультанта, в'язки із різними стилями самопрезентації.	46

	6
3.3.1 Уподобання при виборі психолога-консультанта в людей з психологічною освітою.	49
3.3.2. Переваги при виборі психолога-консультанта в людей з непсихологічною освітою.	50
3.4. Обговорення результатів.	55
3.4.1. Гендерна аспект самопрезентації психологів-консультантів.	55
3.4.2. Уподобання клієнтів при виборі психолога-консультанта у зв'язку з різними стилями самопрезентації.	57
Висновки до розділу 3	58
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТОК	65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Для людини ілюзія планомірності та передбачуваності життя є вкрай важливою, оскільки вона забезпечує відчуття прогнозованості, а отже - безпеки. Саме тому досить закономірною є діяльність особистості, спрямована на планування власного майбутнього, цілепокладання, зрештою, продукування мрій. Разом з тим сучасне життя і так було перенасичено подіями, турботами, переживаннями. Але останні кілька років людство як ніколи гостро відчуває на собі умови невизначеності – пандемія COVID 19, війни, природні катаклізми тощо щоразу демонструють людям, що майбутнє нам не належить, воно не в наших руках, а це дуже сильно лякає.

Ситуація в Україні, яка пов'язана з війною, з проблемами енерго- та водопостачання, зі дорожчанням життя, з невизначеністю у завтрашньому дні негативно впливають на кожного. Від наслідків цього потерпає нервова система, емоційний стан, напруженість сенсорних систем, працездатність, біологічні ритми (сон, апетит), мотивацію, адаптивність тощо. Людина в будь-який час шукає конструктивного вирішення проблем особистого характеру, регулювання емоційно-почутєвих проявів.

У сучасному суспільстві професія психолога вважається складною. Осягнути її секрети і стати професіоналом в повному розумінні цього слова вдається не кожному. Проблема ефективної професіоналізації фахівців цієї сфери або їх професійна компетенція хвилює самих психологів та тих, хто довіряє їм і чекає кваліфікованої допомоги. Професійна компетентність психолога характеризується сформованістю єдиного комплексу умінь, навичок, знань, професійних позицій, психологічних особливостей, акмеологічних інваріантів. Тут знання, навички та вміння можна представити як рольові характеристики професійної компетенції психолога. Усі інші компоненти з'являються в якості її суб'єктивних характеристик

вказують на відношення психолога до діяльності і на його суто індивідуальний почерк.

Психолог-консультант це фахівець, що здійснює професійну діяльність по наданню психологічної допомоги особам та групам людей з метою вирішення їх особистих, соціальних, педагогічних або професійних проблем, підтримки та розвитку їх психологічного благополуччя, а також досягнення ефективності в різних сферах діяльності. Психолог-консультант застосовує свої знання для розуміння внутрішнього світу клієнта, його емоцій, почуттів і поведінки, а також створює умови, коли консультований здатний знаходити рішення, сприяючи його психологічному благополуччю і гармонії.

Професіоналізація фахівців в області психологічного консультування, разом з базовою освітою, включає додаткове навчання, проходження етапів, що виходять за межі навчання у вищих навчальних закладах, а також накопичення досвіду практичної роботи, супервізії, особистій психотерапії. Теорія, метод і практика, являються, безумовно, необхідним фундаментом такої підготовки та не вичерпують наявних можливостей формування готовності до надання психологічної допомоги. Для людини, яка надає цю допомогу, дуже важливим є постійна увага до його власної особистості, до його світогляду, відношенню до себе та навколишнього світу. Початок формування будь-якого спеціаліста, в нашому випадку психолога-консультанта, починається на перших етапах його професійного навчання.

Психолог-консультант – це фахівець, який застосовує свої знання в області психології відносно інших осіб для того, щоб допомогти розібратися в різних життєвих ситуаціях, розвинути необхідні особові навички і здійснити комплексну діагностику. Працюють психологи-консультанти з клієнтами, які мають широкий спектр емоційних, поведінкових та психологічних проблем, таких як депресія, занепокоєння, проблеми в стосунках, горе і стрес. Консультант повинен володіти сучасними методиками психологічного консультування, які повинні вирішувати

поставлені завдання. Мета і сенс роботи полягає в тому, щоб підібрати правильну тактику вирішення проблем шляхом слухання іншої людини, активної бесіди з ним, прояву емпатії, клінічного спостереження та іншого.

Самопрезентація є важливим інструментом професійної діяльності психолога. Самопрезентація це вміння грамотно подати себе та справити добре враження на оточення. Це продуманий керований образ, який ґрунтується на реальній особливостях особистості. Мета ефективної самопрезентації – знаючи власні недоліки, здібності, досягнення та переваги справити потрібне враження на оточення. При цьому треба підкреслити, що грамотна самопрезентація має бути ґрунтована на правдивій інформації про себе. У кожному з нас досить унікальності та індивідуальних рис для того, щоб зробити її ефективною і такою, щоб запам'яталася. Так, люди, що мають навички самопрезентації, швидше отримують бажану роботу, просувають свої проекти, легше завойовують довіру клієнтів та колег, заводять нові знайомства, вибудовують стосунки з друзями та близькими. Тому для того, щоб стати «родзинкою на ніжці» на першому етапі нам необхідно досліджувати свою індивідуальність

Отже, важливого прикладного та теоретичного значення набуває поглиблене вивчення показників самопрезентації, її сутності, психологічних критеріїв, поведінкових засобів, особистісних властивостей.

Об'єкт дослідження: самопрезентації психологів-консультантів.

Предмет дослідження: компоненти самопрезентації психолога-консультанта та його вибір клієнтом залежно від їх співвідношення.

Мета дослідження: вивчити самопрезентації психологів-консультантів та фактори, що впливають на вибір психолога потенційними клієнтами.

Для досягнення зазначеної мети в роботі поставлено такі основні **завдання**:

1. Вивчити самопрезентації психологів-консультантів.
2. Провести порівняльний аналіз самопрезентацій чоловіків та жінок.

3. Вивчити переваги потенційних клієнтів при виборі психолога залежно від співвідношення різних компонентів самопрезентації.

Гіпотези дослідження:

1. Існує гендерна специфіка самопрезентації психологів.
2. Найбільш успішною стратегією самопрезентації є поєднання особистої та професійної інформації.
3. Клієнти з психологічною та непсихологічною освітою при виборі консультанта керуються різними критеріями.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань використовувалися методи: контент-аналіз та математична статистика.

Апробація. Результати дослідження представлені на трьох конференціях: IV Міжнародній науково-практичній конференції «ІНСТРУМЕНТИ І ПРАКТИКИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ» 22-23 червня 2023 р., м. Житомир, Україна; Міжнародній науково-практичній конференції «ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТІ», 15 вересня 2023 р., м. Дніпро, Україна та X Міжнародній науково-практичній конференції MODERN PROBLEMS OF SCIENCE, EDUCATION AND SOCIETY, 4-6 грудня 2023 р. м. Київ, Україна.

Публікації. Основні матеріали магістерського дослідження презентовано у трьох публікаціях.

1. Савельєва О.Л. Теоретико-методологічний аналіз проблем самопрезентації. Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «ІНСТРУМЕНТИ І ПРАКТИКИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ». Житомир. 2023. С. 396-402.
2. Савельєва О.Л. Дослідження клієнтських уподобань при виборі психолога-консультанта. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТІ». Дніпро. 2023. С. 66-69.

3. Савельєва О.Л. Гендерний аспект самопрезентації психологів-консультантів. Збірник матеріалів X Міжнародної науково-практичної конференції MODERN PROBLEMS OF SCIENCE, EDUCATION AND SOCIETY. Київ. С. 1070-1075.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 29 найменувань та додаток. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи 75 сторорінки, основний зміст роботи - 60 сторінок. Робота містить 5 таблиць.

РОЗДІЛ 1.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГА

1.1. Мовлення як інструмент професійної самопрезентації психолога

Мовлення психолога взаємопов'язане з проблемами розвитку особистості психолога, напрацюваннями професійного досвіду, у т. ч. і в мовній діяльності. У процесі консультування психолог використовує всі модальності і весь потенціал мови, застосовуючи мовні здібності та вміння, орієнтуючись на лінгвістичні, лінгво-дидактичні критерії.

При цьому психолог-консультант використовує різні стилі мови. Мова психолога має поліфункціональний характер. Такій мові властива комунікативна функція (слово-засіб спілкування), індикативна (слово-засіб вказівки на предмет).

Аналіз сучасних досліджень дозволяє зробити висновок, що в різних видах професійної діяльності психолога є багато спільного. Адже реалізація завдань психолога здійснюється через такі узагальнені види професійної діяльності, як: психодіагностика, корекція, реабілітація, прогностика. Базовим, інтегративним виглядом діяльності психолога, який проникає та обумовлює всі вище перелічені види, є психологічне консультування як особлива форма взаємодії психолога та його клієнта [2, с. 402].

У цьому виді діяльності основним методом впливу є певним чином побудована розмова. Саме в бесіді, інтерв'ю виявляються і формуються професійно важливі якості психолога, особистісна та професійна рефлексія, конгруентність, а також професійна мова психолога [5, с. 129].

Особливостями мовних умінь і навичок у консультуванні є: гуманістична спрямованість мови, щире прагнення вирішити проблеми клієнта, вміння уважно вислуховувати клієнта, вміння розуміти зміст розмови та відтінків почуттів клієнта, вміння пояснювати клієнту роль

консультанта та цілі психологічного консультування, вміння виявляти толерантність та емпатійність у мові, вміння знаходити логічні рішення проблем клієнта, креативність мови, уміння ставити спільні з клієнтом цілі та плани. Особливо це стосується фонетичної та лексичної структури мови, логічно-сміслових мовних умінь психолога, вміння вести консультацію.

1.2. Роль емоційної сфери психолога у процесі його професійної самопрезентації

У сучасній психології ці концепції існують когнітивний, психодинамічний (мотиваційний) та фізіологічний підходи до розвитку емоційної сфери, зокрема психолога.

У когнітивних теоріях емоцій розглядаються питання про взаємозв'язок емоцій та когнітивних процесів, місце та роль когнітивної оцінки ситуації у емоційному процесі. Представниками даної концепції є Б. Спіноза, Н. Я. Грот, С. Шехтер, Є. Сінгер, Р. С. Лазарус, Ж. П. Сартр. Емоції для психолога працюють як мотиваційний компонент динамічних реакцій [8, с. 64].

У фізіологічних теоріях емоцій вивчаються фізіологічні детермінанти емоцій, роль моторних, нейрогуморальних та центральних механізмів емоцій. Представники цієї теорії Ч. Дарвін, В. Вудвортс, Г. Шлосберг, У. Джемс, Р. Мак-Лін, Е. Гельгорн, І.С. Берітов, та ін. Н. Я. Грот один з перших хто почав вивчати зв'язок емоцій з психічними процесами. Він зазначав, що емоції взаємодіють зі свободою волі людини [7, с. 59].

Далі, багатьма вченими було зазначено, що емоції мають вплив на сприйняття психолога, пам'ять та його уяву. Людина відчуває позитивні емоції, бачить світ крізь «рожеві окуляри», налякана людина концентрується лише на лякаючому об'єкті. Також, глибина та сила емоцій психолога можуть впливати на запам'ятовування та закріплення досвіду у свідомості [18, с. 103].

Емоційна сфера психолога має зв'язок із його діяльністю та грає роль внутрішніх сигналів. Особливість полягає у тому, що вони відображають відносини між мотивом і реалізують його діяльність, тобто емоції здатні регулювати діяльність [10, с. 254].

Особливу роль грають емоції у формуванні мотивів поведінки, що безпосередньо впливає на самопрезентацію психолога-консультанта. Емоції орієнтують психолога в особистісних сенсах, які відбивають предмети навколишнього світу. Також важлива роль емоцій психолога у реалізації мотивів поведінки.

1.3. Особливості взаємодії з клієнтом як форма професійної самопрезентації психолога

Тема взаємодії консультанта та клієнта завжди привертала увагу дослідників. На думку провідних фахівців у галузі психотерапії та консультування, специфіка та якість психотерапевтичного контакту є одним з найважливіших факторів, що визначають успіх психотерапії та консультування в цілому.

У психологів-консультантів найбільшу вираженість мають такі механізми психологічного захисту, як раціоналізація та проекція. Механізми психологічного захисту – це похідні емоцій, оскільки кожен з основних захистів онтогенетично розвивався для стримування однієї з базисних емоцій [4, с. 105].

Раціоналізація розвивається для збереження емоції очікування або передбачення з остраху пережити розчарування. Утворення даного механізму прийнято співвідносити з фрустраціями, пов'язаними з невдачами в конкуренції. Психолог-консультант може включати цей механізм для уникнення почуттів, пов'язаних із власною неуспішністю як професіонала при взаємодії з важким клієнтом [28, с. 175].

У складному клієнті консультантом високо оцінюється впертість і вимогливість, низькі показники відзначаються за такими рисами: поступливість і гнучкість. Таким чином, приємний у взаємодії клієнт сприймається як схожий на психолога, а складний – який відрізняється від психолога. Такі показники дозволяють визначати ступінь значущості риси особистості при оцінці важкого клієнта через абсолютне значення різниці в оцінці себе і цього клієнта, що прямо позначається на самопрезентації психолога-консультанта [21, с. 625].

Варто відзначити, що зв'язок самосприйняття зі значимістю при сприйнятті клієнта дає можливість досліджувати зміст саме проективної складової поля взаємодії консультанта та клієнта, оскільки саме консультанти, схильні до проекції, виявляють велику залежність сприйняття клієнта від самосприйняття.

Схильність до почуття провини та підозрілості збільшують ймовірність проекції особливостей своєї особистості на клієнта. Чим більш схильний консультант до проекції, тим більша ймовірність, що тупикові ситуації в терапії пов'язані саме з проекцією консультанта, а не з об'єктивними особистісними особливостями клієнта. Опір клієнта може бути реакцією на спотворення сприйняття клієнта психологом. В цьому випадку може діяти окрім проекції механізм проективної ідентифікації з боку психолога, дія якого призводить до опору клієнта сторонньому втручанню у власний психічний простір. У даному випадку реакція відторгнення є джерелом наступних проявів опору у взаємодії [1, с. 234].

У багатьох описах контакт з клієнтом асоціюється з повітряним простором: перехід від стисненості та застійності повітря при взаємодії зі складним клієнтом до розрідженості та руху повітря при взаємодії з приємним клієнтом («вітер»). Перехід від дискомфортної до комфортної взаємодії з клієнтом відзначається зміною кольору в асоціативному ряду: відбувається перехід від темних тонів до світлих [13, с. 55].

Таким чином, характер взаємодії психолога-консультанта з клієнтом є формою професійної самопрезентації, тому важливо використовувати всі доступні засоби, такі як мовлення, вміння керування своєю емоційною сферою тощо.

Висновки до розділу 1

Таким, чином, особливостями мовних умінь і навичок у консультуванні є: гуманістична спрямованість мови, щире прагнення вирішити проблеми клієнта, вміння уважно вислуховувати клієнта, вміння розуміти зміст розмови та відтінки почуттів клієнта, вміння пояснювати клієнту роль консультанта та цілі психологічного консультування, вміння виявляти толерантність та емпатійність у мові, вміння знаходити логічні рішення проблем клієнта, креативність мови, вміння ставити спільні з клієнтом цілі та плани. Особливо це стосується фонетичної та лексичної структури мови, логічно-сміслових мовних умінь психолога, вміння вести консультацію.

Особливу роль грають емоції у формуванні мотивів поведінки, що безпосередньо впливає на самопрезентацію психолога-консультанта. Емоції орієнтують психолога в особистісних сенсах, які відбивають предмети навколишнього світу. Також важлива роль емоцій психолога у реалізації мотивів поведінки.

Характер взаємодії психолога-консультанта з клієнтом є формою професійної самопрезентації, тому важливо використовувати всі доступні засоби, такі як мовлення, вміння керування своєю емоційною сферою тощо.

Успіх самопрезентації психологів-консультантів залежить від позитивного ставлення до себе, розуміння власних переваг, чесності у взаєминах з клієнтом, а також спрямованості на успіх.

РОЗДІЛ 2.
ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ
ЧИННИКІВ ЕФЕКТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ
ПСИХОЛОГІВ-КОНСУЛЬТАТІВ

2.1. Аналіз сучасних досліджень професійної самопрезентації в науковій літературі

Самопрезентація являє собою цікаве та неоднозначне явище, яке вже давно знаходиться у полі уваги багатьох вчених психологічних та інших суміжних наук, у зв'язку з чим досліджувалося воно у різних аспектах. Розглянемо основні з них.

1. Самопрезентація як засіб вираження образу суб'єкта.

Першим дослідником, у працях якого має належний розвиток ідея самопрезентації, був У. Джемс. Він розглядав глобальне, особистісне Я як подвійне утворення, що з'єднує у собі Я-свідоме і Я-як-об'єкт, дві сторони однієї цілісності, завжди існуючі одночасно, причому перша є чистий досвід (Я-свідоме), друга – зміст цього досвіду (Я-як-об'єкт). У зв'язку з цим пред'явлення себе ґрунтується на тому, як людина усвідомлює себе і відчуває, не відводячи жодної ролі соціальному оточенню [6, с. 58].

2. Самопрезентація як соціальна самість.

Спираючись на ідеї, сформульовані У. Джемсом, Ч. Кулі, вміло використовує поняття самовідчуття, соціальної самості, для визначення феномена самопрезентації та образу Я. Оперуючи поняттям «самості», Ч. Кулі характеризує його як вроджене та інстинктивне, що має еґоїстичну природу, на визнання у соціальному середовищі і реалізацію лише у соціумі. Стикаючись з іншими людьми, самість не може бути соціальною. Вона визначається як войовниче соціальне прагнення, яке намагається утримати і розширити своє місце в загальному потоці прагнень, завжди за потребою пов'язане з думкою про інших людей. Самопрезентацію людини пов'язують

з поняттям «дзеркальне Я», тобто уявлення людини про себе саму, що складається під впливом сприйняття цієї людини іншими людьми. Самоподання такого роду, очевидно, має три основні елементи: образ нашого вигляду у поданні іншої людини, образ її судження про наш образ і якість самовідчуття, наприклад гордість чи приниження. Основою самопрезентації та поведінки особистості, що вважається в суспільстві, є бажаний соціумом образ та патерн поведінки [9, с. 81].

3. Самопрезентація як спілкування.

Працюючи над проблемою спілкування, зауважується, що людина певним чином презентуючи у спілкуванні свої індивідуальні характеристики одночасно «цементує» свої якості та водночас розвиває саму себе. Відводячи спілкуванню щонайменше значиму роль, акцентується увага переважно на функціональному боці явища, і як процес соціальної регуляції спільної життєдіяльності людей засобами інформаційно-комунікативного і психологічної взаємодії один з одним. Змістовно розкриваються функції процесу самопрезентації у п'яти стадіях спілкування при першому контакті незнайомих між собою людей, у якому самовираження, особливості ставлення до партнера демонструються через знакові атрибути (одяг, косметика тощо), через невербальну комунікацію, демонстрацію привабливих рис характеру та здібностей, позначення свого статусу.

Розглядаючи проблему самопрезентації у спілкуванні, варто підкреслити особливу значимість уявлення своїх особистісних якостей та прояви їх на тих стадіях спілкування, коли вже накопичена певна інформація про спільні інтереси, утворені опорні точки спілкування, виникає потреба в демонстрації певного типу відносин, потреба зробити свій унікальний та неповторний вибір, пред'явити соціуму свою особистість. Самопрезентація виникає у прагненні створити від себе таке враження, яке породжувало б необхідні відносини як сприятливі умови задля досягнення поставленої мети.

4. Самопрезентація як засіб управління враженням.

Е. Гоффман зазначає, що життя подібно театру, а кожна людина в цьому житті «актор», що діє згідно певної ролі. Гоффман описав щоденні взаємодії людей через драматургію, з точки зору театрального мистецтва. Особи, таким чином, виглядають як «актори», а взаємодія між ними - це «вистава», з утвореним контекстом або ситуацією, для передачі іншим людям вражень, відповідно до бажаних цілей «актора» [14, с. 78].

Згідно з ідеями Е. Гоффмана, у людей часто виникає потреба в тому, щоб контролювати те, як їх сприймають інші люди. Така мотивація безпосередньо залежатимуть від таких чинників, як значущість справлено враження стосовно завдань, що стоять перед особою, а також цінністю цих завдань і розбіжності між тим враженням, яке людина бажає зробити на оточення.

Індивід може впливати на визначення ситуації, подаючи себе в такий спосіб, щоб оточуючі добровільно діяли відповідно до його планів. Розвиваючи основні положення гоффманського підходу, М. Снайдер припустив, що деякі люди керують враженням про себе, тоді як інші не роблять цього [25, с.280].

Д. Майєрс вказує на те, що людина постійно керує враженням, яке створює. Управління враженням – цілеспрямована діяльність по контролю і регулюванню інформації в цілях створення відповідного образу. Так або інакше, але усі, як правило, прагнуть управляти враженням, використовуючи при цьому різні тактики і стратегії самопрезентацій. Самопрезентація - це усвідомлюваний у міжособистісній взаємодії процес представлення «Я - інформації» у вербальній і невербальній поведінці суб'єкта самопрезентації з урахуванням специфіки соціальної ситуації. По суті самопрезентація є одним із видів психологічного впливу, оскільки за допомогою різних засобів, суб'єкт намагається збудувати на його думку відповідний образ. Особистість виражає власне самовизначення, показує себе як певний тип, підтримує власну самооцінку та підтверджує свій образ

«Я», тим самим вчиться керувати враженням. Свідома самопрезентація – це спосіб життя і в той же час – це одна зі сторін особистості [27, с. 165].

5. Самопрезентація як самоподання.

Самопрезентація розглядається і як уміння подавати себе, привертаючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей; як перцептивний бік спілкування. Підкреслюючи спрямованість процесу самопрезентації на формування образу, варто зазначити, що самоподача полягає у вмінні (переважно неусвідомлюваному) спрямувати сприйняття партнера певним шляхом. Основою самопрезентації є інтуїтивне знання про основні способи соціального сприйняття [26, с.93].

6. Самопрезентація як уявлення бажаного образу аудиторії.

Самопрезентація належить до прагнення людини уявити бажаний образ як поза аудиторією, так і всередині аудиторії. Тим самим людина вчиться керувати враженнями, які справляє. Вона висловлює своє самовизначення, показуючи себе як певний тип людини.

Першорядна мета презентації у такому контексті – переконати аудиторію діяти у потрібному напрямі, спонукати людей відповідати на повідомлення на підставі психосеміотичної компетентності і візуально-комунікативної рефлексії. Таким чином, було виявлено три основні стратегії самоподання образу «Я» у спілкуванні: самопрезентація – цілеспрямоване формування суб'єктом максимально привабливого образу; саморозкриття – наближення демонстрованого образу себе до Я-реального; самомаскування – приховування своїх справжніх здібностей від партнера і спілкування [3, с. 29].

7. Самопрезентація як маніпуляція.

Маніпуляція – це форма психологічного впливу, яка виконується майстерно і веде до прихованого бажання у іншої людини намірів, які не співпадають з його бажаннями, що мають актуально існуючий характер. Реалізуючи маніпуляцію у самопрезентації, людина свідомо створює

необхідний образ соціальної аудиторії для досягнення поставлених цілей, які оформлені в ієрархії мотивів [29, с.171].

8. Самопрезентація як діяльність із створення іміджу.

Основний спосіб пред'явлення іміджу – самопрезентація. Самопрезентація є діяльністю, яка спрямована на створення іміджу. При цьому самопрезентація є не єдиним механізмом, який використовується для створення іміджу. У процесі самопрезентації не всі люди ставлять за мету створити в інших образ свого Я, ідентичний своєму ідеальному Я. Найчастіше вони керуються більш «реалістичною» програмою, висуваючи як мету самопрезентації символічний образ себе для інших [23, с. 41].

9. Самопрезентація на різних етапах онтогенезу.

В процесі самопрезентації, як форми активності особи, людини демонструє і проявляє свої особливості. На різних етапах онтогенезу особові особливості змінюються у зв'язку з розвитком самої особи. Уперше особливості самопрезентації ми можемо спостерігати на етапі народження людини, коли формується перший особовий механізм, який припадає на дошкільний вік. Саме у цьому віці можна спостерігати свідому соціальну поведінку, в якій дитина відстоює свої інтереси, улюблене заняття, свої іграшки не завжди соціально прийнятою поведінкою. У молодшому шкільному віці дитина претендує на визнання в учбовій діяльності, самопрезентується, представляючи себе представником тієї чи іншої професії. В підлітковому віці, коли належним образом розвивається рефлексія, людина самопрезентується у взаємодії з суспільством, претендуючи на визнання референтної групи. У юнацькому віці самопрезентується, претендуючи на унікальність особи в інтимних взаємовідносинах, в професійній сфері. У зрілому віці можна спостерігати зміну самопрезентації в зміщенні із зовні значимих особливостей на внутрішні, коли людина найсильніше розвиває «глибину» особи. У літньому віці, незважаючи на парадоксальність звучання, людина самопрезентується в прояві мудрості, зберігаючи і передаючи свій життєвий

досвід. На кожному етапі онтогенезу особливості і специфіка самопрезентації змінюються [15, с. 220].

2.2. Обґрунтування процедури та методів дослідження професійної самопрезентації психолога

Ситуація, що існує на сучасному ринку праці, у сфері вітчизняної професійної освіти не тільки пред'являє особливі вимоги до обсягу та глибини спеціальних знань, рівню професійних навичок спеціаліста-психолога, а й формує запит на вміння розкрити свої конкурентні переваги, можливості, уявити себе в різних ситуаціях професійної взаємодії.

У процесі вирішення значущих завдань, пов'язаних з пошуком роботи, адаптацією до організації, трудової діяльності, трудового колективу, навички саморозкриття, самопрезентації відіграють важливу роль. Реалізація професійних планів, можливість ефективної організації професійних дій, вирішення широкого кола професійних завдань, пов'язаних насамперед з комунікацією, міжособистісною взаємодією, значною мірою опосередковуються здатністю фахівця сформуванати сприятливе враження про себе [19, с. 407].

У психологічних дослідженнях накопичено і осмислено значний емпіричний матеріал, пов'язаний з вивченням феномену самопрезентації, визначенням змісту поняття «самопрезентація».

Більшість дослідників феномена самопрезентації, відзначаючи його динамічність, виділяють кілька базових компонентів, присутніх у самопрезентаційному веденні. До компонентів самопрезентації в ході міжособистісної взаємодії відносять передусім суб'єкта самопрезентації (людини, що прагне сформуванати певне враження про себе), а також об'єкта самопрезентації (цільову аудиторію). Причому як об'єкт самопрезентації може виступати як одна людина, так і група індивідів. Третім компонентом,

що значною мірою визначає особливості самопрезентації, є соціальна ситуація.

Суб'єкт самопрезентації має в своєму розпорядженні достатковий арсенал засобів, що дозволяють йому (усвідомлено або неусвідомлено) формувати певне враження про себе. Це особливості зовнішнього вигляду (у їх ряді особливе значення мають елементи оформлення зовнішності: одяг, зачіска, макіяж, аксесуари), вербальні та невербальні характеристики поведінки, соціальні символи (наприклад, що позначають соціальний статус, матеріальне становище суб'єкта самопрезентації або відображають його захоплення, цінності) [11, с. 380].

З точки зору вирішення практичних завдань навчання навичкам ефективної самопрезентації на найбільш продуктивним видається виділення двох видів самопрезентації: безпосередньої та опосередкованої. Безпосередня самопрезентація характеризується суб'єктною взаємодією (наприклад, самопрезентація в ситуації співбесіди при прийомі на роботу), тоді як опосередкована самопрезентація характеризується суб'єкт-суб'єктною взаємодією (прикладом такої самопрезентації може служити резюме, що посилається здобувачем роботодавцю). Слід зазначити, що у разі безпосередньої самопрезентації її об'єктом виступає окрема людина або група осіб, при чому це взаємодія «віч-на-віч», всі учасники його знаходяться в єдиному просторово-часовому полі. Ця ситуація розширює можливості коригування самопрезентації суб'єктом безпосередньо в момент взаємодії. Врахування реальних (вербальних і невербальних) реакцій аудиторії дозволяє суб'єкту самопрезентації гнучко змінювати свої комунікативні дії. У разі опосередкованої самопрезентації носієм її є не сама людина, а якийсь об'єкт, що його замінює. У даному випадку йдеться про матеріальний об'єкт – частіше про паперове або електронне носії інформації. Очевидно, що наслідком цього факту буде обмеження самопрезентації за обсягом, а також формою інформації, що подається про суб'єкта [29, с. 173].

Для обґрунтування процедури та методів дослідження професійної самопрезентації психолога вченими використовуються методи: спостереження, розмова, експеримент, вивчення продуктів, зокрема сама презентація; допоміжні (додаткові) – тестування, контент-аналіз.

Самопрезентація, будучи складним психологічним феноменом, в якому виражаються різні особливості особистості, є своєрідним механізмом інтеграції людини в спільність. Можна сказати, що ефективна самопрезентація – це своєрідний ресурс, що дозволяє людині реалізувати свої можливості. Опанування навичками ефективної самопрезентації на етапі професійного навчання дає сучасному фахівцю певні конкурентні переваги.

2.3. Особливості організації емпіричного дослідження особистісних чинників професійної самопрезентації психолога

Професійні, а також особові якості психолога нерідко знаходяться у взаємозв'язку. Це професія накладає свій відбиток і на спосіб життя, і на особисті якості психолога. А його особові особливості відображаються у обраній їм області та видах психологічної діяльності. Але основне, що перетворює індивіда на психолога, полягає у здатності бачити навколошній світ психологічно, а також явна психологічна спрямованість розуму. Мати психологічний погляд на навколишній світ означає вміння психологічно аналізувати всілякі життєві ситуації, вчинки людей, особливості їх взаємовідносин.

Складно бути в особовому плані одним, а в професійній сфері абсолютно іншим. Особові якості психолога формують значний фундамент професійної успішності фахівця. На мою думку, у тих індивідів, яких дійсно можна назвати професійними психологами, завжди визначається злиття життя і професії, абсолютна включеність внутрішніх переживань і

духовного пошуку в контексті професійної діяльності і, при цьому, включеність професійної діяльності в загальний контекст усього їх життя.

Професія психолога-консультанта відноситься до того числа професій, у яких вкрай важливі не тільки ступінь наукової оснащеності, а й рівень власного особистісного розвитку, вміння розуміти і приймати індивідуальність і неповторність іншого. Важливі навички і чуттєвого ставлення до людини, і усвідомлення того, що відбувається в даній ситуації.

Для роботи практикуючого фахівця з психології важливі наступні особові якості: емпатія і рефлексія; доброзичливість і бажання допомогти; повага і тактовність; прагнення до розвитку і самопізнання; впевненість у собі, цілеспрямованість, адекватна самооцінка; толерантність і терплячість; ерудованість, різнобічний розвиток; схильність до аналізу – аналітичний склад розуму; інтуїція, прозорливість; емоційна стабільність, стресоустойчивість; швидка адаптація до різних умов [17, с. 31].

Також можна назвати ряд якостей, які перешкоджають ефективній професійній діяльності психолога-консультанта, та, відповідно його професійній самопрезентації. Це психічна і емоційна неурівноваженість; агресивність; замкнутість; нерешучість; відсутність схильності до роботи з людьми, не вміння розуміти позицію людини; ригідність мислення, нездатність знайти засоби рішення завдань відповідно до умов середовища, що змінюються; низький інтелектуальний рівень розвитку; низький рівень психологічної культури [24, с.71].

Професійне становлення особистісних чинників психолога, які впливають у т. ч. на створення професійної самопрезентації, розглядається в роботах багатьох авторів (Б. Г. Ананьєва, Є. М. Борисова, Н. І. Виноградова, Е. Ф. Зеєр, Л. М. Мітіна, В. Д. Шадрікова та ін).

Особистість психолога є його знаряддям праці, її повнота і цілісність набуває важливого значення для ефективності праці. Специфіка діяльності психолога дозволяє припускати, що для розвитку професіоналізма психологів особливе значення має саме власний розвиток. Ланкою між

особою та діяльністю виступає професійна самосвідомість, яка дозволяє в процесі свого формування досягати оптимального результату як у власному зростанні, так і в професійній діяльності. Професійне становлення суб'єкта виражається в його розвитку та індивідуальності за рахунок придбання професіоналізму і формуванню індивідуального стилю діяльності [20, с.97].

Для аналізу проблем професійного розвитку особистості особливий інтерес представляють роботи зарубіжних вчених А. Маслоу, Дж. Сьюпера, Дж. Холонда. Професіонал – це людина, яка успішно адаптувалася до професії і опанувала психологічні засоби праці. З цього виходить, що професіоналізацію можна розглядати як процес формування особи професіонала, що розпочинається з моменту вибору професії і що триває в ході всього професійного життя. Успішність професійного становлення багато в чому залежить від особливого стану людини. Воно супроводжує прояви життєдіяльності людини, об'єднуючи його спонукальні і виконавчі сили, направляючи його енергію на самореалізацію у професійній діяльності [14, с. 211].

Успішність професійної самопрезентації психолога багато в чому залежить від особливого стану людини, психологічної готовності. Вона супроводжує прояви життєдіяльності людини, об'єднуючи її спонукальні та виконавчі сили та можливості, спрямовуючи її енергію на самореалізацію у професійній діяльності [12, с. 108].

На думку І. А. Шмельєвої формування психологічної готовності багато в чому залежить від активної позиції людини по відношенню до свого професійного становлення, від прийняття відповідальності за обраний професійний шлях, від адекватного ставлення до себе і своїх професійних можливостей, від розвитку самопізнання. У будь-якому випадку професія повинна пробуджувати цікавість, подобатися, бути романтичною, захоплюючою, викликати позитивні емоції, приносити задоволення, стимулювати безперервний пізнавальний і практичний інтерес і збагачувати духовне життя [16, с. 134].

Таким чином, емпіричні дослідження особистісних чинників професійної самопрезентації психолога мають бути спрямовані на вивчення своїх особистих особливостей, здібностей, недоліків, можливостей, сильних та слабких сторін, способів компенсації недоліків; пошук здатності регулювати свої емоційні стани, тренувати професійно важливі якості, мобілізувати свої психологічні функції (пам'ять, увага, мислення); здійснювати пошук та аналіз необхідної наукової професійної інформації,

Висновки до розділу 2

Таким чином, самопрезентація, будучи складним психологічним феноменом, в якому виражаються різні особливості особистості, є своєрідним механізмом інтеграції людини в спільність. Можна сказати, що ефективна самопрезентація – це своєрідний ресурс, що дозволяє людині реалізувати свої можливості. Опанування навичками ефективною самопрезентації на етапі професійного навчання дає сучасному фахівцю певні конкурентні переваги.

Ситуація, що існує на сучасному ринку праці, у сфері вітчизняної професійної освіти не тільки пред'являє особливі вимоги до обсягу та глибини спеціальних знань, рівню професійних навичок спеціаліста-психолога, а й формує запит на вміння розкрити свої конкурентні переваги, можливості, увявити себе в різних ситуаціях професійної взаємодії.

У процесі вирішення значущих завдань, пов'язаних з пошуком роботи, адаптацією до організації, трудової діяльності, трудового колективу, навички саморозкриття, самопрезентації відіграють важливу роль. Реалізація професійних планів, можливість ефективною організацією професійних дій, вирішення широкого кола професійних завдань, пов'язаних насамперед з комунікацією, міжособистісною взаємодією, значною мірою опосередковуються здатністю фахівця сформулювати сприятливе враження про себе.

Для обґрунтування процедури та методів дослідження професійної самопрезентації психолога вченими використовуються методи: спостереження, розмова, експеримент, вивчення продуктів, зокрема сама презентація; допоміжні (додаткові) – тестування, контент-аналіз.

Емпіричні дослідження чинників професійної самопрезентації психолога-консультанта мають бути спрямовані на вивчення своїх особистих особливостей, недоліків та способів їх компенсації, можливостей та здібностей, сильних та слабких сторін; пошук здатності регулювати свої емоційні стани, мобілізувати свої психологічні функції (пам'ять, увага, мислення), здійснювати пошук та аналіз необхідної наукової професійної інформації, тренувати професійно важливі якості.

РОЗДІЛ 3.
ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ
ПСИХОЛОГІВ - КОНСУЛЬТАНТІВ ТА ФАКТОРІВ ВИБОРУ
ПСИХОЛОГА ПОТЕНЦІЙНИМИ КЛІЄНТАМИ

3.1. Організація дослідження.

Етапи проведення дослідження:

1. Підготовка до дослідження.
2. Збір даних.
3. Розробка авторської анкети «Вибір психолога».
4. Збір даних.
5. Обробка отриманих даних методами математичної статистики та контент-аналізу.
6. Інтерпретація даних.

Насамперед, потрібно визначити категорії контент-аналізу, що стосуються особистої та професійної інформації в самопрезентаціях.

До професійної інформації можна віднести такі параметри, як:

- освіта (відсканований диплом про вищу освіту в галузі психології або психотерапії або словесна згадка про нього);
- підвищення кваліфікації (відскановані дипломи, сертифікати або словесна згадка про них);
- професійний розвиток (супервізія та/або особиста терапія);
- досвід роботи у сфері психотерапії та консультування;
- професійна самоідентифікація;
- напрями, підходи та методи роботи;
- проблеми та запити, які консультант готовий вирішувати разом із клієнтом;
- наукові публікації (список або посилання на них).

До особистої інформації належать такі параметри:

- стать;
- вік;
- сімейний стан (одружений/одружена, у відносинах);
- діти;
- ЛГБТ- френдлі;
- стиль тексту (переважно формально-діловий, або переважно неформальний);
- орієнтація (акцент уваги) переважно або на «він», або на клієнта, або спільну роботу;
- хобі та захоплення;
- цінності та принципи;
- цитати відомих психологів;
- опис методу та/або процесу терапії чи консультації («Під час сесії я ставлю Вам питання...»);
- фото, аналізується за двома параметрами: формально-ділове/неформальне, тільки особа/особа та тіло;
- відеоконтент (наприклад, відеопривітання);
- науково-популярні статті та нотатки на сайті.

До додаткової інформації належать такі параметри:

- формат роботи (очна зустріч, відео-консультація, аудіо-консультація, текстова консультація, групова терапія);
- наявність відгуків клієнтів;
- тип Інтернет - ресурсу, на якому розміщено інформацію (персональний сайт, особиста група або сторінка, відкрита платформа).

У результаті аналізу 100 самопрезентацій було виділено п'ять відомих та незведених один до одного узагальнених стилів самопрезентації в залежності від того, на які параметри робиться найбільший акцент:

1. «Езотерик» (езотеричні практики та особисту інформацію);
2. «Змістовний» (акцент на підходи, проблеми та освіту);
3. «Колекціонер» (освіта, професійні та особисті досягнення);

4. «Турботливий» (піклування про клієнта);
5. «Пихатий» (рекламні слогани, коучинг, особисті досягнення).

Далі шляхом компіляції із реальних текстів самопрезентацій було складено п'ять текстів, які відображали б особливості кожного з п'яти стилів найбільшою мірою, на основі яких була створена авторська анкета «Вибір психолога», де респондентам пропонувалося обрати одного психолога, до якого б звернулися за консультацією. Також анкета містить в питання про бажаний вік, стать консультанта (ровесник, старший, молодший, своєї чи іншої статі), а також питання про стать, вік та професії респондента. У розгорнутому коментарі респонденти аргументували свій вибір психолога

Опис вибірки.

Вибірка №1.

Для проведення дослідження було відібрано 100 анкет психологів практиків різних напрямків, 50 чоловіків та 50 жінок, середній вік 43,15 роки. Анкети були розміщені в мережі «Інтернет» на персональних сайтах психологів та платформах. Анкети залучені для дослідження, належали до психологів, які здобули профільну освіту.

Вибірка №2

У дослідженні взяли участь 50 респондентів віком від 18-ти до 60-ти років, середній вік - 28,9 роки. 25 з них мають психологічну освіту, 25 - не мають.

3.2. Вивчення особливостей самопрезентації психологів-консультантів.

Для дослідження особливостей самопрезентації психологів обрано метод контент-аналізу та математичний метод. Аналізувалися резюме, розміщені психологами та психотерапевтами на їх особистих сайтах, сторінках та платформах інтернет-простору. Всю аналізовану інформацію поділимо на три типу: особиста, професійна та додаткова. Враховувалося

лише наявність/відсутність тієї чи іншої інформації, за винятком статі та віку (вік, відповідно, зазначений у цифрах, якщо про нього є згадка).

Всього було проаналізовано 100 резюме психологів, які проживають у різних місцях України, з них 50 жінок та 50 чоловіків.

До професійної інформації ми віднесли такі параметри, як:

- освіта (відсканований диплом про вищу освіту в галузі психології або психотерапії або словесна згадка про нього);
- підвищення кваліфікації (відскановані дипломи, сертифікати або словесна згадка про них);
- професійний розвиток (супервізія та/або особиста терапія);
- досвід роботи у сфері психотерапії та консультування;
- професійна самоідентифікація (те, як людина називає себе у контексті професійної діяльності).

Аналіз наявної інформації дозволив нам виділити три види професійної самоідентифікації: ідентифікація згідно з підходами та напрямками (наприклад, гештальт-терапевт, сімейний психолог); ідентифікація відповідно до здобутої освіти, видом діяльності або навіть з форматом надання послуг (психолог-консультант, лікар-психотерапевт, онлайн-консультант); в окремий вигляд виділено ідентифікацію коуч/тренер. У повсякденній свідомості не існує чітка диференціація між такими поняттями як «психолог», «психотерапевт», «психоаналітик» та «психіатр». Більшість людей знають, що ці назви не тотожні один одному, але часто не знають, у якому разі до якого фахівця звертатися. Багато чули, що «психотерапевт може виписувати пігулки», тому при виборі фахівця звертають увагу на те, як він називає себе;

- напрями, підходи та методи: коучинг, тренінг, гештальт-терапія, когнітивно-поведінковий напрямок (когнітивна психотерапія, поведінкова психотерапія, КПТ, РЕТ Елліса), позитивна психотерапія, психоаналітичний напрямок (класичний психоаналіз, психоаналіз Лакана, транзактний аналіз,

індивідуальна психологія Адлера, психоаналітична терапія), юнгіанський аналіз, тілесно-орієнтована та танцювально-рухова терапія, екзистенційний напрямок (екзистенційна терапія, екзистенційний аналіз, логотерапія), особистісно-центрована терапія Роджерса, проєктивні методи (арт-терапія, піскова терапія, казкотерапія, метафоричні карти), системна сімейна терапія, НЛП, інтегративний підхід, нетрадиційні методи (що рідко зустрічаються та/або не мають достатнього наукового обґрунтування і не отримали широкого визнання у професійному науковому співтоваристві), наприклад, системні розстановки, психосинтез, трансперсональна терапія тощо;

- проблеми та запити, які консультант готовий вирішувати разом із клієнтом: розділено їх на внутрішньоособистісні (невпевненість у собі, депресія, низька самооцінка тощо), міжособистісні (труднощі в спілкуванні та побудові відносин з іншими), сімейні (відносини всередині сім'ї, зокрема, дитячо-батьківські), психосоматичні (зайва вага, дисморфофобія, анорексія і т.і.);

- наукові публікації (список або посилання на них).

До особистої інформації належать такі параметри:

- стаття;

- вік;

- сімейний стан (одружений / одружена, у відносинах);

- діти;

- ЛГБТ-френдлі: мабуть, кожен професійний психолог із замовчуванням ЛГБТ-френдлі в тому сенсі, що без упередження відноситься до клієнтів незалежно від їх сексуальної орієнтації та гендерної ідентичності, і з цього погляду цей параметр можна було б віднести до професійних характеристик психолога, але має значення не те, чи є в нього упередження, а те, що він уважав за важливе написати про це, до того ж «ЛГБТ-френдлі» може означати не тільки лояльність до представників сексуальних меншин, а й знання специфіки проблем нетрадиційних гендерних відносин та ідентичності, що важливо для деяких потенційних клієнтів);

- стиль тексту: переважно формально-діловий або здебільшого неформальний. Для формально-ділового характерні емоційна стриманість, безоцінність, відсутність жаргонних та сленгових слів, наукова термінологія. Для неформального стилю характерні емоційне забарвлення, знаки оклику, риторичні питання, слова та фрази у верхньому регістрі, метафори, сленгові та жаргонні слова, рекламні заклики («Не чекайте, поки стосунки зіпсуються, зателефонуйте мені!»);
- орієнтація (акцент уваги) переважно або «він», або на клієнта або спільну роботу: маркери орієнтації він – займенники «я», «мені», якщо пропозиції починаються з цих слів, розповіді про своє минуле, про свій шлях у психології, про свої досягнення, хобі, сім'ю і т.і. Маркерами орієнтації на іншого та на спільну роботу є займенники «Ви», «Вас», а також «ми» у значенні «я і Ви», «ми», «нас», в значенні «Ви» або «всі люди» («Іноді ми стикаємося з проблемами, які можемо вирішити самостійно»);
- хобі та захоплення;
- цінності та принципи: на декларування цінностей та принципів указують такі фрази, як «Я люблю...», «Я вірю...», «Я знаю...», «Я вважаю...», «Мені подобається...», «Я переконаний(а)...», «Моє кредо...», «Мій головний принцип...», «Моя місія...»;
- цитати відомих психологів: це непряме вираження цінностей, принципів та аспектів світогляду;
- особистісні якості: мається на увазі пряма характеристика себе через прикметники «добрий», «дбайливий», «уважний» і т.і. («Шукаєте доброго і дбайливого психолога? Ви знайшли його»);
- опис методу та/або процесу терапії чи консультації («Під час сесії я ставлю Вам питання...»);
- фото, аналізується за двома параметрами: формально-ділове/неформальне, тільки обличчя/особа та тіло. Формально-діловим, або офіційно-діловим, вважається фото «як на паспорт», де людина дивиться прямо в камеру зі спокійним виразом обличчя, не виражає емоцій. Якщо людина

сфотографована на повний зріст, але в робочій обстановці (наприклад, в кабінеті та в білому халаті або діловому костюмі), то це теж діловий стиль. До неформальних фото відносяться всі, де людина артистично позує, займає розслаблену позу, виражає емоції, знято з нестандартного ракурсу, наприклад, зі спини з поворотом голови до камери, на лоні природи чи іншій неофіційній обстановці;

- відеоконтент (наприклад, відеопривітання): відеоконтент з участю психолога дозволяє потенційному клієнту отримати багато інформації про міміку, жестикуляцію, тембр голосу, швидкість мови, що допомагає припустити, чи йому буде комфортно спілкуватися з цією людиною, і ухвалити зважене рішення про вибір;

- науково-популярні статті та нотатки на сайті: не поділяла авторські статті та статті, скопійовані з інших джерел, оскільки і оригінальна стаття, і репост чужого тексту є способом вираженням особистісної позиції та погляду людини, що розмістила статтю.

До додаткової інформації належать такі параметри:

- формат роботи (очна зустріч, відео-консультація, аудіо-консультація, текстова консультація, групова терапія);

- наявність відгуків клієнтів;

- тип Інтернет-ресурсу, на якому розміщено інформацію (персональний сайт, особиста група, відкрита платформа).

Проаналізувавши отримані дані, отримали таку картину частоти представленості кожного з параметрів у самопрезентації психологів-консультантів:

за професійною інформацією: 100% психологів повідомляють про свою освіту та вказують свою професійну ідентифікацію (гештальт-терапевт, психолог-консультант, коуч і т.д.) та терапевтичні підходи та напрямки, в яких працюють (з них 18% практикують коучинг). 98% вказують дані щодо підвищення кваліфікації.

45% ідентифікують себе із підходом, в якому працюють; 86% - зі здобутою освітою, видом діяльності чи форматом роботи (наприклад, медичний психолог, психотерапевт, психолог консультант, онлайн-консультант), 18% визначають себе як коучі або тренери. Як правило, один і той же фахівець вказує більше одного виду самоідентифікації.

95% консультантів перераховують проблеми та запити, з якими вони готові працювати; 92% працюють із внутрішньоособистісними проблемами; 79% готові обговорювати міжособистісні проблеми; 63% готові працювати з психосоматичними проблемами і стільки ж спеціалізуються на сімейних відносинах.

67% вказують свій професійний досвід (кількість років приватної психологічної практики), і лише 45% повідомляють про свій професійний розвиток (проходження особистої терапії та/або супервізії у минулому чи теперішньому).

Що стосується підходів або методів, які використовуються психологами, представлених у їх презентаціях, то з них найчастіше (88%) вказуються методи та напрямки когнітивно-поведінкової парадигми;

76% працюють у психодинамічному підході і стільки ж використовують нетрадиційні, екзотичні та певною мірою езотеричні підходи та техніки, тобто не мають достатнього наукового обґрунтування та не визнані в науковій спільноті, а також нові авторські методи і які просто рідко зустрічаються. Сюди належать трансперсональна терапія, танатотерапія, гіпнотерапія, генеративний гіпноз, психосинтез, психокаталіз, духовно-орієнтована терапія, біоенергетика, медитативне малювання, психодрама, символдрама, соціальна панорама, системні розстановки по Хеллінгеру, емоційно-подібна терапія, трансформаційні ігри (наприклад, Ліла Чакра), провокативна терапія, терапія порушень прихильності, емоційно-фокусована терапія, інтегральне нейропрограмування, чиста мова та символічне моделювання, аспектика. Також іноді зустрічаються жіночі

енергетичні практики, космоенергетика, очкова психологія та філософія, хатха-йога, У-Сін, рейки і навіть тантру.

72% використовують проєктивні методи (арт-терапія, пісочна терапія, казкотерапія, метафоричні асоціативні карти); 64% вибирають екзистенційний напрямок (логотерапія, екзистенційна терапія, екзистенційний аналіз); 61% практикують системну сімейну терапію; 60% працюють у гештальт-підході; 47% є прихильниками позитивної психотерапії і стільки ж прихильниками гуманістичного підходу; 38% обирають тілесно-орієнтовані та танцювально-рухові методи; 27% практикують нейролінгвістичне програмування і стільки ж ведуть різні тренінги; 16% вказали інтегративний підхід і 13% - юнгіанський аналіз.

Усього 13% згадують назви своїх наукових публікацій або розміщують посилання на них. 27% фахівців консультують не лише дорослих, але й дітей.

Що стосується розподілу вибору методу за статтю, то нами були отримані значні відмінності у виборі того чи іншого методу або парадигми чоловіками та жінками.

Таблиця 3.1

Статева репрезентація психологів у різних
психотерапевтичних напрямках

Підходи та напрямки	Жінки %	Чоловіки %	Всього у вибірці
Когнітивно-поведінковий	36 (36%)	52 (52%)	88 (88%)
Психоаналіз	40 (40%)	36 (36%)	76 (76%)
Нетрадиційні	37 (37%)	38 (38%)	75 (75%)
Проєктивні	50 (50%)	22 (22%)	72 (72%)
Екзистенційний	28 (28%)	36 (36%)	64 (64%)
Системна сімейна терапія	33 (33%)	28 (28%)	61 (61%)

Продовження табл. 3.1

Гештальт	28 (28%)	32 (32%)	60 (30%)
Позитивна терапія	23 (23%)	24 (24%)	47 (47%)
Коучинг	23 (23%)	24 (24%)	47 (47%)
Гуманістичний	23 (23%)	23 (23%)	46 (46%)
Тілесно-орієнтований	21 (21%)	17 (17%)	38 (38%)
НЛП	12 (12%)	15 (15%)	27 (27%)
Тренінг	12 (12%)	14 (14%)	26 (26%)
Інтегративний	10 (10%)	6 (6%)	16 (16%)
Юнгіанський аналіз	13 (13%)	0	13 (13%)

Бачимо з таблиці 3.1, що існує гендерна специфіка у виборі напрямів та методів консультативної та терапевтичної роботи. Чоловіки частіше працюють у рамках когнітивно-поведінкової парадигми (52%) ніж жінки (36%). Також чоловіки дещо частіше, ніж жінки, практикують екзистенційний підхід (36% та 28% відповідно). Жінки значно частіше за чоловіків застосовують проєктивні методи (такі, як піскова терапія, арт-терапія, казкотерапія) і дещо частіше - інтегративний підхід. Усі прихильники юнгіанського аналізу у нашій вибірці – жінки.

Таблиця 3.2

Відсоткове співвідношення представленості професійної інформації у самопрезентаціях чоловіків та жінок

Категорії професійної інформації	Жінки %	Чоловіки %	Всього в вибірці %
Освіта	50 (50%)	50 (50%)	100 (100%)
Підвищення кваліфікації	49 (49%)	49 (99%)	98 (98%)
Досвід роботи	32 (32%)	35 (35%)	67 (67%)
Особиста терапія та супервізія	23 (23%)	22 (22%)	45 (45%)

Продовження таблиці 3.2

Самоідентифікація через вид діяльності або формат роботи	42 (42%)	44 (44%)	86 (86%)
Коуч/тренер	12 (12%)	6 (6%)	18 (18%)
Проблеми та запити	47 (47%)	48 (48%)	95 (95%)
Внутрішньоособистісні проблеми	50 (50%)	42 (42%)	92 (92%)
Міжособистісні проблеми	41 (41%)	38 (38%)	79 (79%)
Сімейні проблеми	35 (35%)	28 (38%)	63 (63%)
Психосоматичні проблеми	28 (28%)	35 (35%)	63 (63%)
Усі види проблем	44 (44%)	42 (42%)	86 (86%)
Робота з дітьми	18 (18%)	9 (9%)	27 (27 %)
Наукові публікації	8 (8%)	5 (5%)	13 (13%)

З таблиці 3.2 бачимо, що у самопрезентаціях жінок-психологів частіше зустрічається ідентифікація з терапевтичним підходом порівняно з текстами чоловіків. Щодо специфіки проблем та запитів, то чоловіки частіше жінок заявляють про готовність працювати з психосоматичними проблемами, а жінки - із внутрішньоособистісними та сімейними. У цілому, порівняльний аналіз показує, що чоловіків більше цікавлять проблеми поведінкового плану, наприклад, залежна поведінка, а жінок робота з внутрішньоособистісним, суб'єктивним планом, що підтверджує їхню орієнтацію на проектні методи. Про готовність консультиувати дітей та підлітків частіше повідомляють жінки.

Далі розглянемо групу параметрів, які розкривають особистісні особливості консультантів. 82% вказують свій вік чи дату народження. Середній вік спеціалістів становить 43,15 роки.

74% повідомляють про свій сімейний статус (одружена/одружений/у відносинах/у розлученні); 26% повідомляють про наявність дітей; 10% вказують свої особисті якості (наприклад, доброта) та 6% повідомляють про свої хобі. Ними виявилися музика, фотографія, кіно та подорожі.

33% фахівців говорять про свої світоглядні цінності, про принципи, якими вони керуються в роботі та житті, 13% цитують відомих психологів.

98% публікують науково-популярні статті та замітки психологічної тематики; 35% розміщують відео-контент, як правило, це відео-вітання, або відеоролик, де розкривається певна тема, своєрідна стаття у відеоформаті.

60% проаналізованих текстів віднесли до формально-діловому стилю тексту самопрезентації; 40% віддають перевагу неформальну манеру діалогу із читачем. Тексти, що повністю відносяться до однієї з цих категорій, майже не зустрічаються, тому приналежність до категорії визначалася з переважання слів-маркерів, притаманних тій чи іншій категорії. Широке використання наукової термінології, лаконічність, відсутність емоційно-виразних мовних засобів, метафор, стійких виразів - це ознаки офіційно-ділового стилю. Наявність метафор, стійких виразів, сленгових та жаргонних слів, використання букв верхнього регістру, знаків оклику, рекламних закликів дозволяє класифікувати стиль тексту як неформальний.

Здебільшого (69%), у текстах самопрезентації переважають маркери орієнтації на себе, розповідь про свої навички чи особи; тоді як тільки у 31% резюме переважає спрямованість на потенційного клієнта. 64% фахівців віддали перевагу неформальним фото, 56% розмістили фото у офіційному стилі; 55% демонструють на фото тільки обличчя; 45% сфотографовані на повний зріст, або фото дає уявлення про положення тіла та позу.

32% знайомлять потенційного клієнта із принципами застосовуваних підходів та методів, або описують, як проходить терапевтична сесія.

Лише 6% заявляють про свою лояльність до представників ЛГБТ та готовність працювати з цими категоріями людей.

Таблиця 3.3

Відсоткове співвідношення представленості особистої інформації в самопрезентаціях чоловіків та жінок

Категорія особистої Інформації	Жінки %	Чоловіки %	Всього % від Вибірки
--------------------------------	---------	------------	----------------------

Продовження табл. 3.3

Формально-діловий стиль Тексту	28 (28%)	32 (32%)	60 (60%)
Неформальний стиль тексту	21 (21%)	19 (19%)	40 (40 %)
Орієнтація на собі	35 (35%)	34 (34%)	69 (69%)
Орієнтація на клієнта	16 (16%)	15 (15 %)	31 (31%)
Цінності та принципи	18 (18%)	15 (15%)	33 (33%)
Особисті якості	6 (6%)	4 (4%)	10 (10 %)
Опис методу або процесу консультування	19 (19%)	13 (13%)	32 (32%)
Цитати	8 (8%)	5 (5%)	13 (13%)
Хобі та захоплення	2 (2%)	4 (4%)	6 (6%)
Офіційно-діловий стиль фото	17 (17%)	39 (39%)	56 (56%)
Неформальний стиль фото	39 (39%)	25 (25%)	64 (64%)
Лише обличчя на фото	23 (23%)	32 (32%)	55 (55%)
Обличчя та тіло на фото	27 (27%)	18 (18%)	45 (45%)
Вказівка віку	34 (34%)	48 (48%)	82 (82%)
Середній вік (років)	43,2	43,1	43,15
Сімейний стан	38 (38%)	46 (46%)	84 (84%)
Наявність дітей	16 (16%)	10 (10%)	26 (26%)
ЛГБТ-френдлі	4 (4%)	2 (2%)	6 (6%)
Науково-популярні статті	50 (50%)	48 (48%)	98 (98%)
Відеоконтент	19 (19%)	16 (16%)	35 (35%)

У 28 % текстів жінок і у 32% чоловіків переважає формально-діловий стиль, 21% жінок та 19% чоловіків використовують переважно неформальну манеру мови у своєму резюме. Жінки частіше заявляють про свої цінності, принципи, про те, що для них важливо, чим керуються і у що вони вірять. Вони також частіше чоловіків описують сутність своєї роботи (як і чому працює метод, який вони використовують), а також пояснюють

потенційному клієнту, як проходить консультація та до чого потрібно бути готовим. Ймовірно, це пов'язано з турботою про потенційного клієнта та прагненням створити у клієнта відчуття безпеки.

Маркери уваги до читача та/або націленості на спільну роботу зустрічаються з однаковою частотою (31%) у текстах чоловіків та жінок, але змістовно вони різняться. Так, у самопрезентації жінок переважання пропозицій із займенником «Ви» частіше вказує на емпатичне, співпереживаюче та дбайливе ставлення до клієнта, ніж на агресивно-продаючу манеру тексту. Це «Ви», звернене до людини, яка страждає, яка шукає підтримки та розуміння («Я допоможу Вам у безпечній та дбайливій обстановці пройти непростий, але такий важливий шлях до розуміння самого себе та своїх бажань»); «Я не приймаю рішень за Вас – але на цьому часом дуже складному шляху пошуку та вибору я завжди буду поряд з Вами»). У той час як у самопрезентації чоловіків «Ви» дещо частіше зустрічається у контексті рекламних закликів і текстів, що продають, і має іншу конотацію. Це звернення до людини, яка прагне успіху («Ми допоможемо покращити ваше життя! Виконуючи завдання та отримуючи підтримку спеціалістів, ви станете найкращою версією самого»); «У вас з'явиться впевненість у собі та власних силах, так необхідних для досягнення своїх бажань»; «Разом ми впораємося з труднощами та досягнемо поставленої мети»). Можна говорити про те, що чоловіки у своєму зверненні до потенційного клієнта орієнтовані швидше на ціль, а жінки - на процес терапії.

На відміну від текстів, фото превалює неформальний стиль (64% усієї вибірки), при цьому є гендерна специфіка. 39% жінок розмістили фото в неформальному стилі, багато з яких зроблено в професійній фотостудії. З чоловіків неформальне фото розміщує кожен другий, тобто 25%. Можливо, це пов'язано з тим, що чоловіки прагнуть продемонструвати свій авторитет та високий професійний статус за допомогою фотографій у формальному стилі, наприклад, у строгому діловому костюмі або білому халаті; а жінки,

навпаки, виражають різноманіття емоцій та розкриваються особистісно через демонстрацію стилю одягу, навколишнього оточення і т.і. 23% жінок демонструють на фото лише обличчя, решта 27% - обличчя та тіло. Чоловіки виявилися скромнішими і в цьому аспекті: 18% фото з обличчям та тілом, 32% – лише обличчя. При цьому «обличчя і тіло» не обов'язково означають фото на повний зріст. Це будь-яке фото, якому глядач може передбачити позу людини. Таке розподіл також свідчить на користь того, що жінки більше чоловіків прагнуть саморозкриття через фотографії. Також це може бути пов'язано з культурними особливостями: в українській культурі жінкам більшою мірою ніж чоловікам, властиво ідентифікуватися з власним тілом, піклуватися про нього та сприймати його як значну частину своєї особистості та засіб самопрезентації.

82 фахівці із 100 вказали свій вік, при цьому чоловіки повідомляють про вік охочіше, ніж жінки (48% чоловіків та 34% жінок). Середній вік тих, хто вказав свій вік, становив 43,15 роки, середній вік жінок становить 43,2, чоловіків – 43,1 роки. З сімейним становищем тенденція така ж: 38% жінок та 36% чоловіків повідомляють про те, чи перебувають вони у шлюбі чи стосунках.

Вважаю за доцільне виділити такий рідко використаний у нашій вибірці критерій, як лояльність до представників сексуальних і гендерних меншин та готовність з ними працювати, оскільки представники ЛГБТ нерідко мають психологічні проблеми, пов'язані з орієнтацією і побоюються стигматизації та дискримінації з боку психологів; позначки «ЛГБТ-френдлі» є для них важливим критерієм вибору.

Усього 6 консультантів характеризують себе як ЛГБТ-френдлі, два чоловіка та чотири жінки.

Щодо додаткової інформації, маємо такий результат:

Майже всі (97%) проводять очні консультації та працюють віддалено у форматі відеозв'язку (96%); 10% готові консультувати у форматі онлайн-

переписки та 6% пропонують консультацію з телефону; 28% пропонують клієнтам групову терапію.

Відгуки клієнтів є у 90% самопрезентацій.

Таблиця 3.4

Відсоткове співвідношення додаткових параметрів,
представлених у самопрезентаціях чоловіків та жінок

Додаткові параметри	Жінки %	Чоловіки %	Всього % від вибірки
Очна зустріч	49 (49%)	48 (48%)	97 (97%)
Відеоконсультація	45 (45%)	41 (41%)	96 (96%)
Аудіоконсультація	4 (4%)	2 (2%)	6 (6%)
Текстова консультація	6 (6%)	4 (4%)	10 (10%)
Групова терапія	5 (5%)	23 (23%)	28 (28%)
Персональний сайт	8 (8%)	4 (4%)	12 (12%)
Платформа психологів	42 (42%)	49 (49%)	91 (91%)
Відгуки	51 (51%)	39 (39%)	90 (90%)

Як бачимо з таблиці 3.4, значні відмінності виявлено лише за параметрами «групова терапія» та «відгуки». Групову терапію ведуть 23% чоловіків та всього 5% жінок. Відгуки клієнтів частіше містяться у самопрезентаціях жінок.

Далі, щоб перевірити гіпотезу про те, які характеристики самопрезентації впливають на вибір психолога потенційним клієнтом, в основі проаналізованих категорій виділимо п'ять узагальнених стилів самопрезентацій, залежно від того, на що робиться акцент і які сторони особистості чи професії представлені найповніше.

1. «Езотерик». Для цього стилю характерне еkleктичне поєднання різних методів та підходів, вагома частина яких дуже екзотичні, націлені працювати з несвідомим і це не дуже визнають у науковій спільноті. Довгі

емоційно забарвлені тексти, в яких переважає особиста інформація, зокрема згадки про захоплення, хобі, цінності, вірування, фото зазвичай досить артистичні, часом епатажні та покликані створювати відчуття чогось загадкового та містичного. До них хочеться піти хоча б просто через інтерес. Коротка формула цього стилю виглядає приблизно як «неформальний стиль тексту + багато особистої інформації + нетрадиційні підходи».

2. «Змістовий». Тільки перерахування підходів, місць здобуття освіти та іноді запитів. Нічого особистого. Фото може бути як офіційно-діловим і у міру неформальним. Напрямів та підходів зазначено мало, зазвичай серед них немає відверто «езотеричних», всі практиковані підходи органічно доповнюють одне одного. Найчастіше цей стиль зустрічається у психологів-початківців когнітивно-біхевіорального стилю. Формула стилю: «короткий формальний текст + фактологічна інформація про професійні компетенції + когнітивно-поведінкова парадигма».

3. «Колекціонер». Крім сертифікатів, наукових ступенів та членства в різних асоціаціях, активно демонструє свої досягнення у хобі, особистому житті, сім'ї та ін. Неодмінно розповість про свої минулі роботи, про п'ять освіт та про те, як вони допомагають йому працювати з клієнтами. Про вдячних клієнтів, найімовірніше, теж розповість, нерідко вставляє цитати відгуків прямо у текст самопрезентації. Може володіти як класичними способами роботи, так і езотеричними, часто розробляє свій авторський метод. Фото може бути будь-яким. Формула стилю: «багато особистої інформації + багато професійної».

4. «Турботливий». Демонстрація емпатії, співпереживання та підтримки. У своєму крайньому прояві орієнтований на потенційного клієнта так, що здається, здатний задусити його своєю турботою та підтримкою. Обіцянки у дусі «Тут Вас зрозуміють! Тут Вас почують! Ви не залишитеся самі!». Але це вкрай агресивний варіант дбайливого стилю, зазвичай зустрічаються м'якші. З напрямків воліють екзистенційно-гуманістичну парадигму та психоаналіз. Фото зазвичай не дуже демонстративні, відкритий погляд

в камеру та доброзичлива посмішка. Формула стилю: «багато уваги до клієнта + недирективні підходи».

5. «Пихатий». Часто зустрічається разом із типом №3, тому їх важко диференціювати, але якщо №3 гордо заявляє, в основному, про минулі досягнення, цей іноді ще й «гарантує» 100% результат своїм майбутнім клієнтам. Любить рекламні слогани та гасла, великі літери. Дуже часто ідентифікує себе як коуча або тренера, напрями роботи відповідні. Орієнтований на клієнта, але не так, як №4, директивний та агресивний. Сфери інтересу пов'язані, як правило, із соціальною успішністю, з депресією,

Булімією, а з переживанням втрати зазвичай не працює. Володіє як класичними методами, і, наприклад, гіпнозом і НЛП, іноді – авторські методики. Активна самореклама в Інтернеті, на багатьох ресурсах одразу. Фото зазвичай у діловому стилі, у дорогому офісному костюмі, але з променистою посмішкою. Формула стилю: «неформальний стиль тексту + формальне фото високої якості + багато професійної інформації + багато особистої інформації + увага до потенційного клієнта + коучинг/тренінги».

Спробувала створити п'ять текстів шляхом компіляції з уривків реальних текстів, які б максимально відображали характерні риси кожного з п'яти стилів самопрезентації (див. Додаток). Після чого було складено анкета та респондентам було запропоновано вибрати психолога з запропонованих самопрезентацій.

3.3. Вивчення переваг клієнтів при виборі психолога-консультанта зв'язки із різними стилями самопрезентації.

У дослідженні взяли участь 50 респондентів віком від 18-ти до 60-ти років, середній вік – 28,9 років.

Респондентам було запропоновано п'ять «самопрезентацій» психологів з можливістю обрати одного, до якого вони, найімовірніше,

звернулися б, і розгорнуто аргументувати свій вибір. Тексти самопрезентацій не містили імен, фото, згадки вартості консультації та були навмисно гендерно нейтральними; всі вони містили відомості про освіту, терапевтичні підходи та методики. Також анкета містила питання про стать («тієї ж статі, що і Ви; іншої статі») та віці консультанта «приблизно до Вашого віку; молодший за Вас; старший за Вас»), можна було вибрати кілька варіантів.

Респонденти вказували також свою стать, вік та професію.

Отримано такі результати:

Таблиця 3.5

Відсоткове співвідношення та рейтинг респондентів
у виборі стилів самопрезентації психологів-консультантів

Стиль самопрезентації	%	Рейтинг
«Змістовний»	40	1
«Турботливий»	24	2
«Колекціонер»	16	3
«Езотерик»	14	4
«Пихатий»	6	5

Найпопулярнішим виявився «змістовний» стиль самопрезентації, що містить у собі тільки відомості про освіту, підходи роботи та запити, з якими консультант готовий працювати, його обрали 40%; 24% зупинили свій вибір на «турботливому» стилі психолога, головною особливістю якого є орієнтація на емпатичне та поважне ставлення до клієнта; 16% віддали перевагу «колекціонеру», що поєднує в собі безліч особистої інформації, професійних досягнень, хобі, володіння безліччю підходів і методів та значний перелік дипломів та сертифікатів; 14% обрали «езотерика», що поєднує сучасні терапевтичні підходи зі східними містичними практиками; всього 6% віддали перевагу «пихатому» коучу, який обіцяє повернути оплату, якщо клієнт визнає його допомогу неефективною.

Що стосується віку консультанта, то більша частина (58%) респондентів віддали б перевагу спеціалісту старшого віку, ніж вони самі; ще 14% - старшому або приблизно того ж віку, що вони самі; 17% - приблизно того ж віку, що вони самі; для 11% вік не важливий.

54% віддають перевагу психологу тієї ж статі, що і вони; для 35% стать не має значення, 11% готові звернутися лише до консультанта протилежної статі.

Найбільший інтерес для нас представляють коментарі, в яких респонденти говорять про те, чому вони обрали одних психологів і відкинули інших. Це дає нам уявлення про те, які аспекти самопрезентації є привабливими, а які - відштовхувальними. Всі обґрунтування можна розділити на 3 типи:

- позитивні (опис привабливих аспектів самопрезентації обраного психолога, наприклад, «цей психолог здався мені найбільш спрямованим на потенційного клієнта та безпосередньо допомогу»);
- негативні (акцент на відштовхувальні характеристики невибраних варіантів, або опис обраного через відсутність неприємних характеристик, наприклад, «відсутність марення», «ніякої езотерики»);
- нейтральні, поєднання позитивних і негативних (сюди належать такі коментарі, як «досвід», «освіта», «методи роботи», «інтуїція», «суб'єктивний вибір», які можуть стосуватися як до обраних варіантів, так і відкинутих).

36% коментарів ставляться до негативних, тобто містять аргументацію за принципом «найменше із зол»; у 23% коментарів мова йде про привабливі аспекти обраних варіантів; 22% описують як привабливі характеристики вибраних, і відштовхувальні характеристики невибраних; 19% є нейтральними.

З 50 респондентів у нашій вибірці 25 мають або отримують психологічну освіту, тому ми вважали за доцільне проаналізувати їх відповіді окремо, щоб скласти уявлення про те, якими критеріями при виборі психолога керуються люди, які мають більше інформації та менше

стереотипів щодо психологічного консультування. Невідомо, чи є серед них практикуючі психологи-консультанти та психотерапевти.

3.3.1. Уподобання при виборі психолога-консультанта у людей з психологічною освітою.

Усього 25 респондентів, з них 4 чоловіка та 21 жінка. Вік: від 21-го до 50 років.

Найбільш популярним серед психологів виявився «змістовний» консультант його обрали вісім респондентів (32%); «турботливого» обрали сім респондентів (28%), «колекціонера» та «езотеричного» вирішили обрати п'ять респондентів (20%); «пихатий» виявився незатребуваним.

Більшість (64%) вважають за краще звернутися до психолога тієї ж статі, що й вони самі, для 36% стать не є значущою характеристикою. Щодо бажаного віку психолога, то половина респондентів віддали б перевагу спеціалісту старшому за себе, п'ятеро (20%) - старшого або ровесника, стільки ж - тільки ровесника, для 8% вік консультанта не є важливим.

Аналіз коментарів показав, що психологи схильні швидше позитивно характеризувати обраного фахівця (56%), ніж критикувати тих, кого вони не обрали (8%); 20% коментарів містять як згадки переваг обраних консультантів, так і критику невибраних; 8% коментарів містять лише негативні характеристики.

Що стосується змісту коментарів, то вибір відбувається за наступними критеріями.

Орієнтація на клієнта («Зрозумілий текст, без метушні», «Він комунікабельний, говорить мовою клієнта»).

Ідентифікація потенційного клієнта із консультантом («Манера діалогу з клієнтом схожа на мою власну», «психолог – це крім набору компетенцій, ще й набір досвіду та особистісних якостей. Якщо цей досвід та якості «резонують» з мирокартиною клієнта, він більше довірятиме

такому психологу і робота буде ефективнішою»). Можливість ідентифікації потенційного клієнта з консультантом не пов'язана з якимись конкретним параметром самопрезентації, але вона, як правило, заснована на особистісній інформації про консультанта, це можуть бути стильові особливості тексту, цінності та принципи, ставлення до потенційного клієнта, тобто щось у чому консультант розкривається як особистість. У ситуації реального вибору це можуть бути навіть фото та відео, за допомогою яких вибирає клієнт, свідомо чи неусвідомлено ототожнює себе з консультантом, наприклад, через зовнішність, міміку, жести, тембр голосу, манеру мови і т.д.

Суб'єктивне відчуття клієнта, що цей психолог йому підходить, якась неаргументована симпатія («Я вибрала цього психолога, тому що з ним мені буде найбільш комфортно працювати», «Інтуїція»).

Саморозвиток («Базова освіта фахівця і те, що він проживає життя розвиваючись, досліджуючи передбачуване в навколишньому середовищі»).

Освіта. Респонденти-психологи пишуть, що освіта консультанта є для них важливим критерієм вибору, але не уточнюють, яку освіту вони вважають підходящою.

Як негативні характеристики в коментарях зустрічаються такі параметри, як зайва стислість, зайві подробиці, маркетингова інформація, інформація про сім'ю, езотеричні практики.

Таким чином, ми бачимо, що особиста інформація швидше є позитивним фактором вибору, але тільки та, яка або має безпосереднє відношення до клієнт-терапевтичних відносин і процесу терапії, або сприяє ідентифікації клієнта із консультантом; інформація про сімейний стан, наприклад, сюди не належать і є скоріше негативним фактором, що впливає на вибір.

3.3.2. Переваги при виборі психолога-консультанта у людей з непсихологічною освітою.

Вибірка: 25 осіб, з них 17 жінок, 8 чоловіків. Вік респондентів: від 18 до 60 років.

Найбільш популярним у непсихологів виявився «змістовний» консультант, його обрали 48%; 20% респондентів віддали перевагу «турботливому» психологу; 12% - «колекціонеру» та «пихатому», 8% - «езотеричному».

Щодо бажаного віку консультанта, то 56% респондентів віддали б перевагу психологу, який старшого, ніж вони самі; 12% - старше або ровесника; 16% - тільки ровесника; для 12% вік не важливий.

Трохи більше половини респондентів (52%) віддали б перевагу звернутися за допомогою до психолога своєї статі; 12% - до фахівця іншої статі; для 36% стать не є значним критерієм при виборі психолога.

Якщо говорити про акцент на привабливих або на відразливих аспектах самопрезентацій, то 40% респондентів роблять вибір за принципом «від неприємного» або «найменшого із зол», тобто обирають варіант з найменшою, на їх погляд, кількістю недоліків, а не з найбільшою кількістю переваг; 22% коментарів містять як позитивні характеристики обраних самопрезентацій і критику відкинутих; 24% коментарів носять нейтральний характер, або є абстрактними міркування щодо того, як взагалі люди роблять вибір; 20% респондентів аргументують своє рішення позитивними характеристиками обраних спеціалістів.

Аналіз коментарів показав, що важливими факторами вибору психолога-консультанта є такі параметри:

Освіта. Як правило, інформація про освіту є значущою для респондентів, але зазвичай вони не уточнюють, яку саме освіту вважають достатньою для психолога-консультанта, можливо, йдеться про те, що в нього просто має бути психологічна освіта, що підтверджує його право на провадження професійної діяльності. Якщо ж є уточнення, то вони стосуються медичної освіти, яка викликає в респондентів особливу довіру («Другий і п'ятий є лікарями», «Науково-дослідний психоневрологічний

університет. Вища освіта в лікаря і вплинула на мій вибір. Як я розумію, психолог не може виписувати рецепти, а психотерапевт може», «Довіряю лише психотерапевтам», «Наявність медичної освіти, відсутність «води» в описі», «Психолог з медичною освітою та коротким описом просто виглядає найменш підозрілим», «вирішення реальних психологічних проблем (як депресія), здатність виписати пігулки»). Є коментарі, де зустрічається негативне ставлення до інститутів практичної психології та психотерапії. Можемо припустити, що потенційні клієнти недооцінюють можливості розмовної терапії та покладаються на медикаменти як на надійний спосіб впоратися з психологічними проблемами.

Перелік проблем та питань, які консультант готовий обговорювати - це ще один параметр, що позитивно впливає на рішення про вибір консультанта («подобається конкретика, область проблем, які вирішує психолог», «створилося відчуття, що тут мене зрозуміють, що лікар працював з аналогічними проблемами», «точність в описі проблем, із якими працює психолог викликає довіру»). Складається враження, що потенційний клієнт представляє собі процес консультування направлений на вплив спеціаліста на проблему, а не активну співпрацю двох людей.

Занадто довгий текст («дуже багато слів, навряд чи хтось буде стільки інформації читати», «Дуже багато тексту кожного психолога, прочитав від сили третину»). Як можна помітити з цих коментарів, довгі, перевантажені подробицями, тексти самопрезентацій не користуються популярністю в наших респондентів. Але й надмірна стислість самопрезентації також може викликати недовіру («Неможливо перейнятися психологом і з купи пропозицій вибрати людину, яка в інформації про себе вказав дуже мало. Пишіть більше!»), хоч в цілому, коментарів, що позитивно характеризують стислість і лаконічність («У психолога № 2 все чітко по справі, у інших багато «води»), було набагато більше, і це узгоджується з тим, що «змістовний» стиль самопрезентації виявився найбільш запитуваним у вибірці непсихологів.

Підходи та напрямки роботи – безумовно, важлива для потенційних клієнтів інформація, і тут спостерігаються як переваги, так і антипатії других більше. Було цілком очікувано, що нетрадиційні підходи та езотеричні практики, такі як біоенергетика, йога, танатотерапія, холотропне дихання, не будуть мати успіх, про що свідчать коментарі («згадування біоенергетики, природи душі та тому подібне - викликають великі сумніви щодо науковості поглядів даного фахівця», «менше езотерики та шалених тренінгів особистісного зростання та більше вирішення реальних проблем», «відсутність езотеричної нісенітничі»), але те, що гештальт-терапія виявилася, на думку респондентів, серед псевдонаукових, езотеричних підходів, виглядає дивно («без води, саме з чим працює і не гештальт-психолог, яких як бруду», «освіта психолога, а не неясні «вищі навчальні заклади гештальт-терапії і тому подібне», «з великим сумнівом ставлюся до гештальта»). Не меншу ворожість у респондентів викликає згадка коучингу, який асоціюється з чимось «ненауковим» та профанним («досить побачити слово коуч, як відпадає бажання контактувати з такими фахівцями», «відсутність коучингу», «одразу зрозуміло, що фахівець має профільну освіту, а не якийсь там коуч, яких зараз куча кученна», «до коуча взагалі ставлюся з презирством і недовірою крайнього ступеня»). В одному коментарі згадується недовіра до пісочної терапії, її також асоціюють з езотеричними методами; в одному - недовіра до юнгіанського аналізу (вибраний психолог «серйозна» освіта та «серйозні» галузі роботи. Не люблю, коли робота ведеться не від наукових засад чи хоча б із позицій здорового глузду, а від ідеалогічних - на зразок юнгіанського аналітика, або гештальт-терапевта»), один коментар висловлює лояльність до когнітивної терапії («когнітивна терапія, наскільки мені відомо, є достатньо обґрунтованим та робочим підходом»).

Відношення до особистої інформації про консультантів - неоднозначне, почасти це пов'язано з тим, що у категорію «особиста інформація» потрапляє безліч різномірних параметрів, від стилю тексту та

опису цінностей та принципів до сімейного стану та хобі, не вся ця інформація однаково релевантна клієнтам. Зустрічаються як позитивні («на перший погляд спеціаліст здався дуже милою людиною», «привертає до себе за рахунок розкриття особистих фактів»), так і негативні коментарі, але негативні переважають («багато «особистого» в описі», «Потворно багато тексту з випинанням «який я приголомшливий!», « мій вибір - психолог, який описує відразу, з чим він вміє працювати, а не нудить про себе – улюбленого», «Опис себе як людини за мінімумом»). Це дозволяє припустити, що люди не готові сприймати психолога як живу людину, для них «хороший психолог» - скоріше якась бездушна машина для діагностики та лікування, аніж особистість, з якою їм належить взаємодіяти. Інформація про сімейний стан консультанта викликала, в основному, негативні відгуки («не розумію, навіщо мені інформація про сімейний стан та захоплення психолога»), але були й коментарі, в яких повідомлялося, що «сімейні проблеми краще вирішувати з психологом, який щасливий у шлюбі».

Ще один неоднозначний параметр особистісної інформації - орієнтація на клієнта та встановлення на поважний діалог із ним. У деяких респондентів це викликає вкрай агресивний відгук («четверта переборщує з виканням. І не подобається, коли «Ви» все ще пишуть з великої літери», «розписано під кисейних панянок, відкидається спроба «взяти за душу» всіма цими банальностями « чи траплялось вам» з формулюваннями, які так чи інакше застосовні до будь-якої людини»), а деякі навіть бачать у цьому агресію в заяві психолога про те, що він не має наміру нав'язувати клієнту свою волю і приймати за нього рішення (абзац «що я можу, але не робитиму, я - не ви» трохи агресивний). Але також є і респонденти, на яких подібний спосіб діалогу з потенційним клієнтом справляє сприятливе враження і є позитивним фактором вибору (уважне відношення до потенційного клієнта, неагресивна подача тексту», «психолог 4 звертається до мене як до особистості», «добре, коли розкладають думки по полицках, але не лізуть з нав'язливими методиками та порадами»).

Рекламні слогани, гучні обіцянки і тексти викликають у респондентів, в основному, відторгнення («точний опис напрямків роботи, стислість без дратівливих хештегів і капслока» відсутність рекламно-хайпових слів як у «мотивуючих тренерів», «опис гарантованих результатів відштовхує, тому що багато залежить від пацієнта, а не від лікаря»).

Багато респондентів як привабливий фактор вказують такий параметр, як зрозумілість, доступність тексту («чіткість, конкретність і зрозумілість опису», «зрозуміло про що написано»), що змушує припустити, що тексти самопрезентацій часто не виглядають для клієнтів зрозумілими, бо охарактеризувати текст як «зрозумілий» можна швидше на контрасті з «незрозумілим», а не як самостійну характеристику.

3.4. Обговорення результатів.

3.4.1. Гендерна аспект самопрезентації психологів-консультантів.

У ході дослідження були виявлені значні відмінності між самопрезентаціями чоловіків і жінок за цілою низкою параметрів: терапевтичні підходи і методи, професійна самоідентифікація, проблеми і запити, з якими консультанти готові працювати, готовність консультувати дітей, стиль тексту, стиль фото, цінності і принципи, опис методів та процесу консультування, інформація про вік та сімейний стан, пропоновані формати роботи.

Чоловіки частіше, ніж жінки, працюють у рамках когнітивно-поведінкового та екзистенційного підходів, також вони частіше повідомляють про готовність працювати з психосоматичними та поведінковими проблемами (харчові розлади, залежності, фобії тощо) та готовність вести групову терапію. У свою чергу жінки частіше за чоловіків використовують у роботі проєктивні методи (казкотерапія, арт-терапія та пісочна терапія), консультують у рамках юнґіанського аналізу,

повідомляють про готовність працювати з внутрішньоособистісними проблемами клієнта та консультувати не лише дорослих, а й дітей та підлітків. Також у самопрезентаціях жінок найчастіше зустрічається опис процесу консультування чи пояснення того, як і чому працює обраний метод. Це дозволяє припустити, що чоловіки більше націлені на роботу з об'єктивними та зовнішніми проявами психічного і вважають за краще працювати з клієнтом, звертаючись до його свідомості, а жінки приділяють більше уваги внутрішньому, суб'єктивному світу клієнта, глибинним несвідомим процесам, що вимагають більш тонкого персонального підходу, ніж і пояснюється вибір проєктивних методів та юнгіанського аналізу. Прагнення жінок познайомити потенційного клієнта з принципом роботи того чи іншого підходу чи методу, а також опис того, як проходить терапевтична сесія, ймовірно, пов'язане із турботою та бажанням знизити тривогу очікування та створити у клієнта відчуття комфорту та безпеки.

Що стосується особистої інформації, то жінкам властива більша демонстративність, ніж чоловікам. Вони частіше вибирають неформальний стиль фото, частіше демонструють на фото не лише обличчя, а й інші частини тіла або фотографуються на повний зріст. Також вони частіше за чоловіків заявляють про свої цінності та світоглядні установки прямо або через цитати відомих психологів. Це дозволяє говорити про те, що жінки зацікавлені в тому, щоб позиціонувати себе не лише як професіонала, а й як особистість. Чоловіки, навпаки, частіше тяжіють до суто професійної самопрезентації, демонстрації статусу, авторитету через формальні фото та формальний стиль тексту. При цьому чоловіки частіше за жінок повідомляють у самопрезентації про свій вік та сімейний стан, у контексті загальної орієнтації чоловіків на стриманість самопрезентації це можна розглядати як спосіб повідомити про себе щось особисте, не повідомляючи особистого, оскільки інформація про вік та сімейний статус фактично нічого не розкриває клієнту особи консультанта.

Відгуки частіше зустрічаються в жіночих презентаціях, але це відображає скоріше фактичний стан справ (жінки-психологи популярніші на їхніх сторінках клієнти залишають більше відгуків), ніж усвідомлений аспект самопрезентації, оскільки вони не самі їх розміщують. Про наявність дітей частіше повідомляють жінки, але ми вважаємо, що це також не усвідомлений параметр самопрезентації, а просто відображення фактів.

3.4.2. Уподобання клієнтів при виборі психолога-консультанта у зв'язку із різними стилями самопрезентації.

Дослідження показало, що психологи (люди, які мають психологічну освіту) та непсихологи (люди, які не мають психологічної освіти) керуються різними критеріями при виборі психолога-консультанта. Заповнюючи анкету, психологи найчастіше обирали «турботливого» консультанта і не вибирали «пихатого». Непсихологи найчастіше вибирали «змістовний» психолога, аргументуючи свій вибір відсутністю зайвої чи неприємної їм інформації, тобто обирали за принципом «від протилежного». У свою чергу психологи частіше аргументують свій вибір наявністю в обраного психолога актуальних та привабливих для них характеристик, тобто переважає позитивна аргументація вибору.

Психологи керуються у своєму виборі такими критеріями: освіта, саморозвиток, орієнтація на потенційного клієнта, тактовне та поважне ставлення до клієнта, можливість ідентифікації з консультантом, суб'єктивне почуття симпатії та довіри. Серед негативних факторів називають такі параметри, як зайва стислість, зайві подробиці, маркетингова інформація, інформація про сім'ю, езотеричні практики.

Непсихологи при виборі спираються на наявність у самопрезентації таких параметрів: медична освіта, перелік проблем та запитів, список підходів та методів, лаконічність та зрозумілість тексту та відсутність таких параметрів, як нетрадиційні підходи, особиста інформація, інформація про

сім'ю, надто довгий текст, рекламні слогани, гештальт-терапія, коучинг, надмірне самолюбівання, орієнтація на клієнта.

Що стосується вподобаного віку і статі консультанта і психологи і непсихологи віддають перевагу старшому за себе консультанту і тієї ж статі, що і вони самі. 12% непсихологів віддали б перевагу консультанту тільки протилежної статі, серед психологів ніхто не вибрав цей варіант.

У цілому, можна говорити про те, що психологи більше спираються на особистісну інформацію про консультанта, що вибирається, і націлені на активну міжособистісну взаємодію з консультантом, у той час як непсихологи орієнтуються на професійну і фактологічну інформацію про консультанта і в ролі клієнта бачать себе пасивним об'єктом терапії і консультації. Цей феномен можна пояснити сформованістю у психологів (не обов'язково практикуючих) знань і уявлень про сутність та процес психотерапії та необізнаність про процес, підходи та цілі терапії у непсихологів. Можна говорити про те, що в масовій свідомості психотерапія та консультування пов'язані насамперед з медициною, а немедичні, недирективні методи, саморозкриття консультанта як особистості та орієнтація на активну співпрацю з клієнтом асоціюються з езотерикою, містикою та «кухонними розмовами».

Висновки до розділу 3

Психологи-консультанти та психотерапевти активно використовують у самопрезентації як професійну, так і особисту інформацію. Обов'язковими компонентами самопрезентації психолога є фото, інформація про освіту та підвищення кваліфікації, перелік підходів та методів роботи, сфера проблем та запитів, з якими консультант готовий працювати, а також професійна самоідентифікація. Фото у неформальному стилі переважають над формальними. Тексти самопрезентацій найчастіше складаються у формально-діловому стилі.

Виявлено гендерну специфіку самопрезентації: жінки більшою мірою, ніж чоловіки, здійснюють самопрезентацію через особисту інформацію, це виражається в неформальних фото та неформальному стилі тексту, декларації своїх світоглядних цінностей та цитуванні відомих психологів; чоловіки більшою мірою націлені на демонстрацію професійного статусу (за допомогою фото в діловому стилі та формально-ділового стилю тексту) та меншою – на особистісне саморозкриття. У своєму зверненні до потенційного клієнта чоловіки акцентуються на цілях та результатах терапії, тоді як жінки – на процесі терапії та особистості клієнта. Також виявлено відмінності у вибраних підходах і методах роботи: жінки частіше за чоловіків вибирають проєктивні методи та юнгіанський аналіз, а чоловіки — когнітивно-поведінкову та екзистенційну терапію.

Було виявлено п'ять стилів самопрезентації залежно від того, на які параметри самопрезентації робиться основний акцент: «змістовний» (акцент на професійну інформацію), «езотеричний» (акцент на нетрадиційні методи та особисту інформацію), «колекціонер» (акцент на освіту та особисті досягнення у різних сферах життя), «турботливий» (акцент на турботу про клієнта і на процес терапії), «пихатий» (акцент на особисту інформацію та орієнтація на досягнення цілей). Для респондентів як з психологічною так і з непсихологічною освітою найбільш привабливим виявився «змістовний» тип самопрезентації. У психологів був зовсім не запитуваний «пихатий».

Було виявлено різницю в умовах, якими керуються психологи і непсихологи під час виборів психолога-консультанта. Для непсихологів характерна орієнтація на фактологічну інформацію, що стосується освіти та професійних компетенцій консультанта, тоді як психологи приділяють більше уваги особистій інформації про консультанта, його манеру діалогу з клієнтом та суб'єктивним факторам вибору, таким як ідентифікація з консультантом та інтуїтивне враження. Психологи вибирають фахівця, керуючись наявністю в нього значних їм характеристик; непсихологи

вибирають, переважно, за принципом «найменшого із зол», тобто за відсутністю неприємних їм характеристик.

ВИСНОВКИ

Насамкінець слід зазначити, що гіпотеза про наявність гендерних відмінностей у самопрезентації психологів-консультантів підтвердилася. Гіпотеза про те, що найбільш успішною стратегією самопрезентації є поєднання особистої та професійної інформації, підтвердилася частково: лише деякі аспекти особистої інформації мають позитивне значення для клієнтів, але переважно для клієнтів-психологів.

Гіпотеза тому, що психологи і непсихологи керуються різними критеріями під час виборів психолога-консультанта, підтвердилася.

Дане дослідження сприяє розширенню знань не лише про особливості самопрезентації психологів-консультантів, а й про уявлення потенційних клієнтів про консультантів та консультування. Можна говорити про те, що люди з психологічною освітою мають, в основному, адекватне уявлення про цілі, завдання та процес психологічної допомоги та про діяльність психологів-консультантів, у той час як непсихологи через недостатню обізнаність керуються необґрунтованими стереотипами і відчують недовіру навіть до класичних і широко практикованих терапевтичних підходів (наприклад, гештальт-терапії), а найчастіше до психологів в цілому, що змушує задуматися про необхідність розвінчування міфів про психотерапію та консультування, щоб зробити психологічну допомогу більш доступною та ефективною для широкої маси людей, а не тільки для психологів

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балл Г. До аналізу ціннісних складових особи / за ред Т. Левовицького, І. Вільш, І. Зязюна, Н. Ничкало та ін. К., 2018. С. 233–249.
2. Бех І. Д. Виховання особистості: Підручник. К., 2016. 848 с.
3. Бех І. Д. Рефлексія у духовному «Я» особистості. Рідна школа. 2018. №8–9. С. 9–14.
4. Бойправ М. Д. Загальна психологія. Навчальний посібник. Т. 1; за ред. О. П. Щотки, О. П. Пісоцького, О. І. Нещерет. Ніжин, 2016. 298 с.
5. Боришевський М. Й. Особистість у вимірах самосвідомості: монографія. Суми: Видавничий будинок «Еллада», 2017. 608 с.
6. Булах І. С. Витоки особистісного зростання людини. *Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова*. Серія 12. Психологічні науки: збірник наукових праць. 2017. Вип. 6 (51). С. 53–64.
7. Булах І. С. Життєва криза як імпульс до самоціннісної траєкторії особистісного зростання людини. *Проблеми сучасної психології*. 2016. Вип. 33. С. 58–68.
8. Буняк Н. А. Загальна психологія: лекції (частина І). Тернопіль, 2017. 102 с.
9. Васянович Г. Основи психології. К., 2017. 114 с.
10. Вірна Ж. П. Мотиваційно-сміслова регуляція у професіоналізації: Монографія. Луцьк, 2016. 319 с.
11. Галян І. М. Психодіагностика: навч. посіб. 2-ге вид., стереотип. К., 2017. 464 с.
12. Гринців М. В. Саморегуляція майбутнього фахівця як компонент професійної підготовки. *Science and Educational New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2016. № 35. С. 107–110.
13. Грищенко С. В. Стратегії самодопомоги в подоланні особистісної кризи. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*

імені Т.Г. Шевченка. Серія: Педагогічні науки. Чернігів, 2018. Вип. 96. С. 53–57.

14. Дуткевич Т. Загальна психологія. Теоретичний курс. К., 2019. 388 с.

15. Іващенко А. І. Наукові підходи до вивчення проблеми саморозвитку як психологічного феномена. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. Переяслав-Хмельницький, 2015. Вип. 36. С. 217–223.

16. Іващенко А. І. Рефлексія як механізм саморозвитку особистості юнацького віку. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific journal)*. Warszawa, 2016. № 6. С. 132–137.

17. Колісник О. П. Траєкторії духовного саморозвитку особистості. *Наука практиці*. 2017. №1 (8). С. 29–37.

18. Максименко С. Д. Загальна психологія: підручник. К., 2019. 272 с.

19. Максименко С. Д. Психологія та педагогіка: підручн. К., 2016. 584 с.

20. Москалець В. П. Загальна психологія: Підручник. К., 2020. 564 с.

21. Панчук Н. П. Ціннісні орієнтації як основа вибору життєвих цілей. *Проблеми сучасної психології*. 2016. Вип. 18. С. 624–634.

22. Партенадзе О. В. Дослідження особливостей життєвих перспектив студентів–першокурсників. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського*. Серія: Психологічні науки. 2017. Т. 2. Вип. 9. С. 170–179.

23. Пісоцький В. П. Психологія особистості: конспект лекцій: навчально-методичний посібник. Ніжин, 2017. 138 с.

24. Помиткіна Л. В. Вибір стратегій досягнення життєвих цілей. *Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка*. 2018. № 22. С. 89–94.

25. Савенкова Л. О. Психологія спілкування: навч. посіб. К., 2015. 309 с.

26. Савчин М. Здоров'я людини і духовний особистісний і тілесний виміри: монографія. Дрогобич, 2019. 232 с.

27. Сергеєнкова О. П. Загальна психологія: навч. посіб. К., 2017. 296 с.

28. Столяренко О. Психологія особистості. К., 2019. 280 с.
29. Титаренко Т. М. Нариси до соціально–психологічної теорії особистісного життєконструювання. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*. 2016. Вип. 5. С. 172–186.

Анкета «Вибір психолога»

Вітаю! Перед Вами п'ять описів психологів. До якого з них Ви б, найімовірніше, звернулися? Оберить одного, аргументуйте свій вибір.

Психолог №1

Вітаю! Я гештальт-терапевт, юнгіанський аналітик, ведучий психологічної гри «Спіраль самопізнання» та давньої індійської гри «Ліла». З 2015 року я професійно займаюся допомогою людям, які заплуталися в собі, своїх прагненнях, призначеннях та бажаннях. Мої основні професійні інтереси: самореалізація, усвідомлення свого призначення, вихід із життєвої кризи, подолання екзистенційної депресії, індивідуалізація, пошук самості, інтеграція субосіб. Допомагаю людині розкрити її персональні джерела натхнення та мотивації. Крім класичних методів психотерапії, застосовую елементи йоги та біоенергетики, дихальні практики, медитації, тета-хілінг. Людина багатогранна у своїй унікальності, тому я вважаю важливим постійно розширювати свій арсенал знань та методів, адже це допомагає подивитися на природу душі з різних боків. Наука не стоїть на місці, але це не означає, що ми маємо відкинути мудрість, яку людство накопичувало тисячоліттями. Мій професійний світ точніше відображено в концепціях трансперсональної психології, мені також близька екзистенційна парадигма. Захоплююсь вивченням міфологій різних культур, астрологією та тибетським масажем.

Я вірю в те, що психологія допомагає людині покращувати життя і ставати ціліснішою. Але перш за все я вірю в людські ресурси та здатність до самоцілення. У кожній людині приховані величезні сили, справжні скарби, треба тільки не побоятися спуститися до темряви, щоб знайти їх. Я постараюся стати для Вас надійним провідником у цій подорожі. Мені дуже приємно і радісно, коли завершуючи свою роботу та прощаючись, я спостерігаю, що радості в житті людини побільшало, бо прийшло

заспокоєння та розуміння, що якщо будь-яку проблему сприймати як завдання, побачити алгоритм розв'язання задачі та скласти план дій, то приходить душевна рівновага і відкривається потік енергії, що дозволяє радіти, посміхатися і відчувати себе щасливим.

Працюю в напрямках: Гештальт-терапія, Психосинтез, Соціальна панорама (розстановки без заступників), Метафоричні асоціативні карти, Арт-терапія, Системні розстановки, Психосинтез, Танатотерапія, Трансперсональна психотерапія, Еріксоновський гіпноз, Юнгіанський аналіз
Освіта:

- Міжрегіональна Академія управління персоналом. Спеціальність: клінічна (медична) психологія. Кваліфікація: психолог, викладач психології. Роки навчання: 2007 - 2012
- Теорія та практика гештальт-терапії. Виданий: Київський інститут Гештальту та Психодрами. Рік отримання: 2013
- Семінар «Травма. Психоаналітичний підхід». Видано: ГО «Відкрите Психоаналітичне Товариство». Рік отримання: 2014
- Міжнародна конференція «Психотерапія та духовний вимір». Виданий: Професійна Ліга позитивних психотерапевтів і консультантів . Рік отримання: 2015
- Центр міждисциплінарних наукових досліджень (УжНУ). Спеціальність: Холістична практична психологія. Кваліфікація: Практичний психолог. Роки навчання: 2016 – 2017
- Еріксоновський гіпноз. Основний курс. Видано: Київський інститут сучасної психології та психотерапії. Рік отримання: 2012.
- Арт-терапія в роботі з дорослими. Видано: Київський інститут сучасної психології та психотерапії. Рік отримання: 2013
- Сертифікат учасника міжнародної конференції «Зцілення душі в сучасному світі» в обсязі 24 годин. Виданий: Українська юнгіанська асоціація
Рік отримання: 2015

Чи підходить Вам цей фахівець?

- так

- ні

Психолог №2

Психолог, психотерапевт. Очно і скайпом.

Працюю з такими проблемами: панічні атаки; фобії; депресія; порушення сну; психосоматика; нав'язлива поведінка, думки; проблеми в побудові відносин; самотність; непевненість у собі; ухвалення рішень, постановка мети; проблеми в сім'ї, розлучення; дитячо-батьківські відносини; переживання втрати; проблеми соціальної адаптації; травма насильства.

Працюю в напрямках: Когнітивна терапія, Поведінкова психотерапія, Позитивна психотерапія, Системна сімейна терапія, Пісочна терапія.

Освіта:

- Європейський університет. Спеціальність: Клінічний психолог.
Кваліфікація: Клінічний психолог. Роки навчання: 2008 – 2013

- «Психокінезіологія: практика роботи з передстресовими та стресовими станами». Видано: Київський інститут сучасної психології та психотерапії.
Рік отримання: 2014

- «Майстерня психологічного консультування». Видано: Київський інститут сучасної психології та психотерапії. Рік отримання: 2015

- «Панічні атаки - проблема чи ресурс розвитку? Короткострокова терапія тривожно-депресивних та панічних розладів». Видано: Київський інститут сучасної психології та психотерапії. Рік отримання: 2017

- Сертифікат з психіатрії. Видано: Навчально-науковий інститут післядипломної освіти. Рік отримання: 2018

- Психотерапевтичний контакт у КПТ. Уведення в терапію. Видано: Українська соціація когнітивно-поведінкової терапії. Рік отримання: 2013

- «Практика короткострокової системної сімейної терапії на основі підходу Берта Хеллінгера». Видано: Інститут практичної психології та психотерапії

Рік отримання: 2019

Чи підходить Вам цей фахівець?

- так

- ні

Психолог №3

Немедичний психотерапевт, сімейний психолог, коуч. Викладач Київського інституту сучасної психології та психотерапії.

Працюю очно та по скайпу.

Понад 15 років перебуваю в шлюбі, виховую чотирьох прекрасних дітей. Давно й серйозно захоплююсь музикою та підводним плаванням.

Освіта:

- Київський медичний інститут, лікувальний факультет, лікар – лікувальна справа.

- Інститут соціології, психології та соціальних комунікацій. Психолог, психолог-консультант.

Додаткова освіта:

- Професійне психологічне консультування (Інститут соціальної та політичної психології)

- Творча майстерня для практичних психологів

- Транзактний аналіз та терапія нового рішення - Київський інститут сучасної психології та психотерапії..

- Транзактний аналіз при роботі з невротами, психосоматичними та залежними розладами, сімейно-сексуальними розладами. Робота з

нешасними сценаріями життя: Київський інститут сучасної психології та психотерапії.

- Робота з Внутрішньою Дитиною та Внутрішнім Батьком – Центр «Психосоматика»

- Міжнародний інститут психології: психолог-консультант, немедичний психотерапевт, коуч, тренер.

- Емоційно-подібна терапія – Центр «Психосоматика»

Веду консультативну психологічну практику та групи особистісного зростання з 2010 року.

Тематичні терапевтичні групи.

Веду Лабораторію професійного психологічного консультування. Скайп-консультування. Супервізія.

Крім того:

Організатор онлайн клубу психологічного кіно.

Моя Майстерня особистісного зростання: кожну неділю о 18:00

Можливі варіанти роботи:

– Індивідуальне, парне та сімейне консультування (дорослі, підлітки, сім'ї, дитячо-батьківські пари, подружні пари та ін.)

– Короткострокова та довгострокова індивідуальна, сімейна та парна терапія.

- Групова психотерапія.

- Індивідуальний та корпоративний коучинг.

Теми, з якими я працюю: Особистісний розвиток та особистісне зростання, особиста ефективність, планування та тайм-менеджмент; цілепокладання; невпевненість у собі; дорослішання (інфантильність) юнаків та підлітків; складності та проблеми у взаєминах із протилежною статтю, подружніх відносинах; як пережити горе, пов'язане із втратою, розставанням; як пережити розлучення; діти в ситуації розлучення; проблеми нового шлюбу; кризи: життєві, сімейні, вікові.

Мені близькі цінності гуманістичної екзистенційної психології і теоретичні основи психоаналізу та терапії нового рішення. У практичній роботі використовую гештальт-підхід, емоційно-образну терапію, транзактний аналіз, роботу з Внутрішньою Дитиною та Внутрішнім Батьком.

Працюю в напрямках: Когнітивна терапія, Коучинг, Особистісно-центрована терапія, Перинатальна психологія, Поведінкова психотерапія, Позитивна психотерапія, Психоаналітична терапія, Психосинтез, Транзактний аналіз, Емоційно-подібна терапія

Сімейний стан: у щасливому шлюбі

Дипломи та сертифікати:

- Київський медичний інститут. Спеціальність: Лікар - лікувальна справа. Кваліфікація: Лікар - лікувальна справа. Роки навчання: 1979 – 1985
- Київський технологічний інститут. Спеціальність: Інженер-механік. Кваліфікація: спеціаліст. Роки навчання: 1986 – 1991
- Інститут соціології, психології та соціальних комунікацій. Спеціальність: Психологічне консультування. Кваліфікація: Психолог – консультант. Роки навчання: 2010 – 2012
- Сертифікат про проходження курсу групової терапії. Виданий: Київський гештальт університет. Рік отримання: 2012
- Свідоцтво про проходження базового навчального курсу за фахом психолог-консультант. Видано: Український науково-методичний центр практичної психології і соціальної роботи . Рік отримання: 2014
- Перемога в номінації «Психолог року 2015». Видано: Адміністрація Київської області. Рік отримання: 2015
- Інтеграція та еволюція в психотерапії. Видано: Наукова-практична конференція «Медичний та психологічний контроль стану людини». Рік отримання: 2015

- WIESBADEN ACADEMY OF PSYCHOTHERAPY. Спеціальність: Psychotherapy. Кваліфікація: BASIC CONSULTANT OF POSITIVE PSYCHOTHERAPY. Роки навчання: 2017

Чи підходить Вам цей фахівець?

- так
- ні

Психолог №4

Вітаю! Чи траплялося Вам випробувати нещасне кохання, горе, розпач, апатію, душевну порожнечу, нерозуміння близьких? Можливо, у вас виникають стани паніки, ви боїтеся їздити в транспорті, залишати замкнений простір, спілкуватися з людьми. Ви раптом помічаєте: у тому, що ви робите, немає сенсу і не зрозуміло, що робити і куди йти далі.

Я пропоную Вам супровід на шляху до ваших ресурсів, до пошуку сенсу життя, до Вас самих. До Вас саме таких, якими Ви хотіли б стати.

Тут Вас завжди вислухають, Вам не обов'язково залишатися наодинці зі своїми проблемами. Я не вирішую, що для Вас правильно, а що неправильно, що краще, а що гірше, я не приймаю рішень за Вас – але на цьому, часом дуже складному шляху пошуку та вибору я завжди буду поряд із Вами, з усією моєю мужністю, повагою та увагою до Вас у будь-якому Вашому почутті та переживанні, щоразу пропонуватиму свій професійний та людський досвід.

Я підбираю методи та стратегії роботи, виходячи з Ваших потреб та особливостей Вашої особистості.

ЩО Я МОЖУ:

- допомогти Вам побачити приховані ресурси, щоб Ви могли направити їх на вирішення актуальних проблем;
- забезпечити Вам безпечне середовище для самопізнання та саморозкриття;
- допомогти Вам повірити у власні сили.

ЩО Я МОЖУ, АЛЕ НЕ РОБИТИму:

- давати поради. Я – не Ви. Тільки Ви можете знати, що краще для Вас, тільки Ви можете прийняти те рішення, яке Вам потрібно.

Працюю в напрямках: Гештальт-терапія, Поведінкова психотерапія, Особистісно-центрована терапія, Логотерапія, Екзистенційна психотерапія
Освіта:

- Літня школа: Професійне вигорання та толерантність. Видано: Українська асоціація психоаналізу. Рік отримання: 2008

- Чернівецький національний університет. Спеціальність: Психологія. Кваліфікація: Психолог. Викладач психології.

Роки навчання: 2009 – 2012

- Екзистенційна терапія (постдипломна освіта). Видано: Вільнюський університет, філософський факультет. Рік отримання: 2014

- «Інтенсивне терапевтичне буття». Видано: Психотерапевтичним відділенням ЦПЗ м. Вільнюса, Кафедра психіатрії. Рік отримання: 2015

- Гештальт-підхід у рамках екзистенційно-гуманістичної психотерапії. 2 ступінь. Виданий: Психологічний центр «СЕНС 2»

Рік отримання: 2015

- Сертифікат учасника науково-практичної конференції «Когнітивно-поведінкова психотерапія, доказова медицина, психіатрія - загальний шлях» Виданий: Інститут неврології, психіатрії і наркології НАМН України

Рік отримання: 2016

- Сертифікат учасника всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Случевські читання: феноменологія та екзистенційна психотерапія». Видано: Асоціація психіатрів України. Рік отримання: 2016

Чи підходить Вам цей фахівець?

- так

- ні

Психолог №5

Психолог-консультант, коуч, автор унікальних тренінгових програм, допомагаю зрозуміти себе і вийти на якісно новий рівень життя.

Я використовую у своїй роботі когнітивно-поведінкову терапію та науковий підхід, докладно пояснюючи, що ми робимо і як це узгоджується з актуальними психологічними методами. Я аргументую свою точку зору, використовуючи теорію та практику, які можна перевірити на собі та побачити результати, надаю матеріали як свої, так і інших відомих психологів, соціологів та філософів від наукового світу.

Які результати Ви отримаєте від роботи зі мною:

- ДИСЦИПЛІНА - як не чекати натхнення, щоб стати з дивана (або вийти з комп'ютерних ігор) і просто зробити потрібні кроки, які Ви знаєте, але не робите.

- ГРОШІ - як збільшити свій дохід на роботі чи в бізнесі через прості та зрозумілі дії та рішення.

- ВІДНОСИНИ - як повернути сили та мотивацію в житті та стосунках, як взагалі вибудовувати стосунки в правильній та ефективній моделі.

- РОБОТА З ЦІЛЯМИ - як зрозуміти, які цілі адекватні, а які ні. Це часто проблема у багатьох, коли очевидно, що цілі потрібні, але які?

Про це говорять мої особисті результати та результати моїх клієнтів.

- Ось уже п'ять років, використовуючи (і модифікуючи) свою методику, я щороку подвоюю свій річний дохід.

- За моєю спиною складний шлях від людини із заниженою самооцінкою, жалістю до себе, купою проблем та зайвою вагою до людини, яка повністю керує своїм життям. Вміння виконувати обіцянки, тримати слово, дисциплінувати себе, вміння слухати і чути людей, захищати себе (бойові мистецтва) та свої межі (правила життя) – все це мої (а незабаром і Ваші) реальні здобутки.

- Проводжу груповий курс розвитку дисципліни та відповідальності, відгуки можна почитати на моєму сайті.

- Проводжу груповий курс «Соціально-фінансовий експеримент», у результаті якого відмінні поступи як з особистої дисципліни, так і щодо покращення відносин та фінансових питань. Відгуки можна прочитати на моєму сайті.

Пам'ятайте, 100% неприйнятих спроб не увінчаються успіхом.

ВАШЕ щастя у ВАШИХ руках!

Запишіться на консультацію та почніть покращувати своє життя прямо зараз!

Працюю очно та по скайпу.

Якщо Ви вважаєте мою допомогу неефективною, я поверну Вам оплату.

Працюю в напрямках: Когнітивно-поведінкова терапія (КПТ), Нейро-лінгвістичне програмування, Поведінкова психотерапія

Сімейний стан: у шлюбі, двоє дітей

Освіта

- Міжрегіональна академія управління персоналом. Спеціальність:

Психологічне консультування та психодіагностика. Кваліфікація: психолог-консультант. Рік отримання: 2016

- Social Psychology. Видано: Wesleyan University. Рік отримання: 2018

- Сертифікат: Третя хвиля когнітивно-поведінкової психотерапії Mindfulness теорії та практики. Видано: Асоціація Когнітивно-Поведінкової психотерапії

Рік отримання: 2017

- Synapses, Neurons and Brains. Видано: Hebrew University of Jerusalem

Рік отримання: 2019

Чи підходить Вам цей фахівець?

- так

- ні

Ви б швидше віддали перевагу психологу (вибір одного варіанту):

- тієї ж статі, що і Ви;
- іншої статі;
- приблизно до Вашого віку;
- молодшого за Вас;
- старшого за Вас.

Ваша стать (вибір одного варіанту):

- чоловічий;
- жіночий;
- вважаю за краще не вказувати.

Ваш вік: _____

Чи маєте ви психологічну освіту? (вибір одного варіанту):

- так
- ні

Ви обрали психолога за № ____ . Аргументуйте свій вибір?
