

Секция «Психология»

Эффективная самопрезентация психолога в Интернет-консультировании

Сухова Анна Михайловна

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: 5382@list.ru

Проведенный анализ литературных источников и эмпирическое исследование показали нам очевидные вещи: первичный контакт является основой для межличностного общения и определяет вовлеченность человека в это общение. Именно первый контакт клиента с психологом является основополагающим в дальнейшей работе, ибо то, каким образом клиент будет воспринимать психотерапевта – зависит эффективность, успешность, длительность и глубина терапии, и в тоже время, очень важным аспектом является и то, каким образом психотерапевт будет воспринимать клиента, и в свою очередь самого себя. Поэтому оценка себя самого, своих собственных возможностей и приоритетов является одним из самых важных аспектов. Самопрезентация является мощным фактором влияния, и что только при правильном формировании собственного образа можно добиться эффективности в работе, общении и доверительных отношениях. Самопрезентация психолога оказывает наисильнейшее влияние на клиента, психотерапевт является опорой, объектом, моделью для клиента. И чтобы данное воздействие было успешным, требуется более тщательное структурирование самопрезентации. В виртуальном пространстве самопрезентация психолога имеет еще большее значение, чем в реальном общении, так как люди, которым требуется психологическая помощь, тщательно изучают презентацию психолога, потому что виртуальная реальность является иным пространством, нежели в реальной жизненной среде. Поэтому самопрезентация должна быть продумана, сформирована, структурирована до самых незначительных деталей. Мы выявили, какие критерии важны для клиентов при выборе конкретного специалиста в интернет – консультировании, каким образом подавать правильно информацию о специалисте. А главное подтвердили гипотезу эмпирического исследования, что не все критерии ожидания специалистов – психологов совпадают с критериями ожидания потенциальных клиентов. Мы определили значимые показатели для клиентов, как происходит запрос и выбор конкретного психолога. Что именно должно быть написано в самопрезентации, для того, чтобы люди обращались за консультацией именно к этому специалисту. Было показано, что люди, как правило, ориентируются на некоторый ряд важных показателей, который необходимо использовать в дальнейшей практике при создании эффективной самопрезентации психологов в интернет консультировании. Сравнивая и анализируя различные самопрезентации психологов можно сделать вывод о том, что психологи часто стараются показать все свои успехи и заслуги, но не фиксируются на своем целевом сегменте, на своей целевой аудитории. Как правило, много информации о том, что человек сделал, чего достиг, но во многих самопрезентациях нет уникальности. Они похожи все одна на другую, с тем или иным незначительным различием. В заключение отметим, что с всесторонним развитием информационной сферы сети интернет, современный психотерапевт внедряет новые способы практики,

такие как консультирование в виртуальной реальности. Одной из основополагающих проблем как реального, так и виртуального общества, является первоначальный контакт, самопрезентация, которая формирует определенное мнение о человеке, и является стимулом для общения между людьми. Самопрезентация является основой для начала общения. Феномен самопрезентации психолога мало изучен, но делаются первые шаги в расширении знаний о феномене самопрезентации в сети интернет. Основной проблематикой вопроса самопрезентации психолога в интернет – консультировании является проблема правильного позиционирования собственной персоны. Правильное структурирование информации о себе является основой, стимулом для начала психологической работы, изначально определяя сценарий успешного развития практики и ее задач. Существует множество разработок в сфере первичного контакта, самопрезентации, но все они применимы лишь в реальной среде. В виртуальной же среде уровень самопрезентации является основным критерием выбора специалиста потенциальным клиентом, однако этому аспекту позиционирования до сих пор ошибочно уделяется недостаточное внимание.

Литература

1. Войскунский А.Е. Психологические аспекты деятельности человека в Интернет-среде // 2-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М., 2000.
2. Войскунский А.Е. Психологическое исследование деятельности человека в интернете Исследования Интернета в психологии // Интернет и российское общество / Под редакцией И.Семенова. М. Гендальф, 2002
3. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентации в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков - пользователей Интернета. // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. / по ред. В.С. Собкина. - М.: Центр социологии образования РАО. 2000
4. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в интернет и их связь с реальной идентичностью. 1999
5. Жичкина А.Е. Особенности социальной перцепции в Интернете, 1999
6. Меновщиков В.Ю. Психологическая помощь в сети интернет. М., 2007. – 178 с.
7. Магомед – Эминова О.И. Виртуальная идентичность психолога в интернет – консультировании, «Психоаналитическая ассоциация», М., 2009
8. Магомед – Эминова О.И. Репрезентация партнера в интернет – коммуникациях, «Психоаналитическая психология», М., 2008
9. Магомед – Эминова О.И. Особенности индивидуального психологического консультирования по интернету, «Психоаналитическая психология», М., 2010
10. Магомед-Эминов М.Ш. Трансформация личности. - М.: Психоаналитическая Ассоциация, 1998. - 496 с.