

Соблюдение этического кодекса при предъявлении концепций ТА в заявлении и проявлении себя в социальных сетях

Нигина Олимовна
ТУЛАБАЕВА

Место работы: психолог, частная практика; Россия, Санкт-Петербург, Москва; niginatulabaeva@hotmail.com
ORCID ID: 0009-0002-7203-5678,
Researcher ID Web of Science: IUP-6090-2023



Nigina Olimovna
TULABAEVA

Place of work: psychologist, private practice; Russia, Saint-Petersburg, Moscow; niginatulabaeva@hotmail.com
ORCID ID: 0009-0002-7203-5678,
Researcher ID Web of Science: IUP-6090-2023

Compliance with the Code of Ethics in the Presentation of Transactional Analysis Concepts Through Statements and Manifestation in Social Networks

Аннотация: Данная статья подготовлена по докладу на конференции СОТА (25-26 марта 2023 г.) и посвящена исследованию способов для психологов проявляться и заявлять о себе в пространстве социальных сетей безопасно для себя, своих клиентов, подписчиков, читателей, исключая риски нарушения этического кодекса. На мой взгляд, актуальность темы высока, так как у многих психологов есть потребность заявлять о себе, однако порой те способы, которые предлагает маркетинг, могут оказаться нарушающими этические нормы. В своей работе я размышляю о том, как проявляться в социальных сетях, опираясь на концепции Транзактного Анализа, и при этом реализовывать потребности специалиста в заявлении о себе, будь это желание делиться продвигающей и полезной информацией, или раскрываться как профессионал для потенциальных будущих клиентов, или же получать признание и быть заметным. При этом новым взглядом является то, что в статье я анализирую способы реализовать потребность в присутствии в социальных сетях, учитывая уникальность специалиста. В частности я рассматриваю то, как вести свой канал, блог, сайт, страницу с удовольствием и интересом, тем самым сделав ведение социальных сетей безопасным процессом, как для себя, так и для читателей, а этические принципы станут не образом Контролирующего Родителя, но поддержкой и помощью в том, чтобы позаботиться о себе и клиентах с уважением. В данной статье я опираюсь на работы в Транзактном Анализе таких авторов, как Эрик Берн, Вэнн Джоинс, Иан Стюарт.

Ключевые слова: эго-состояния, Транзактный Анализ, структурная модель, структурирование времени, личностные адаптации, игры, ритуал, этический кодекс, сценарий, интимность, времяпрепровождение, уход, проявление, значимость, социальные сети, психолог

Abstract: This article is based on the report at the SOTA conference (March 25-26, 2023) and is devoted to the study of ways of demonstration and manifestation as a psychologist in the space of social media, safely for this psychologist, clients, subscribers, readers, taking into account the need to exclude the risks of violation the code of ethics. In my opinion, the relevance of this topic is high, since many psychologists have a need to demonstrate themselves, but sometimes the ways that marketing offers may be a violation of ethical norms. In this paper I reflect on how to demonstrate yourself in social media relying on the concepts of Transactional Analysis, and how to realize the needs of a specialist in presenting him- or herself, whether it is a desire to share promotional and useful information, or to reveal him- or herself as a professional to potential future clients, or to receive recognition and be noticeable. At the same time, the novelty of my perspective is that in the article I analyze the ways to realize the need for presence in social networks, taking into account the uniqueness of the specialist. In particular, I consider how to run a channel, blog, website, account with pleasure and interest, thereby making social networking a safe process, both for the specialist and for readers, so that the ethical principles become not an image of a Controlling Parent, but a support and a way to help in taking care of yourself and your customers with respect. In this article, I rely on research in the field of Transactional Analysis by authors such as Eric Berne, Vann Joines, Ian Stewart.

Keywords: ego states, Transactional Analysis, structural model, structuring of time, personality adaptations, games, ritual, ethical code, life script, intimacy, pastime, care, manifestation, significance, social networks, psychologist

Желание проявляться и быть заметным — естественная потребность человека. Психолог, как и специалист в любой другой сфере, хочет иметь возможность «звучать» и заявлять о себе в социальных сетях. Таким образом, мое исследование посвящено тому, как возможно, используя концепции Транзактного Анализа, творчески заявлять о себе и учитывать при этом этические принципы. Прежде чем перейти к исследованию, напомним о принципах.

Этический кодекс ЕАТА выделяет пять этических принципов, о которых важно помнить, осуществляя профессиональную деятельность, в том числе заявляя о себе как о специалисте в социальной сети.

1. Уважение по отношению к клиентам.

Практикующий специалист полностью осознает и стремится понять личную систему взглядов каждого человека. Это знание поможет привести ее в согласие с собственным мировоззрением специалиста. Он/она предоставляет клиенту услуги наилучшего качества. Практикующий специалист предоставляет безопасную и профессиональную среду и осознает власть своего положения, заботится о создании доверительного окружения, избегает ситуаций эксплуатации кого бы то ни было.

Уважение по отношению к себе.

Практикующий специалист принимает во внимание собственные планы/трудности/предпочтения и направляет к компетентным коллегам клиентов или ситуации, с которыми они не хотят или не могут работать.

2. Поддержка (предоставление возможностей) по отношению к клиенту.

Практикующий специалист берет обязательство развивать у клиента осознание достоинства, ответственности, прав и т.д.

Поддержка по отношению к себе.

Практикующий специалист постоянно повышает уровень своего образования в данной области специализации, расширяя свои знания и усиливая свой профессиональный и личностный рост.

3. Защита по отношению к клиенту.

Практикующий специалист предлагает клиентам необходимые услуги, предоставляя безопасную среду (то есть конфиденциальность, физическую безопасность, информированное согласие на проведение процедур повышенного риска) и осознавая все разрушительные тенденции клиента.

Защита по отношению к себе.

Практикующий специалист руководствуется своими ценностями и следует своему образовательному процессу. Практикующий специалист отказывается работать с ситуациями, которые могут привести к конфликту с са-

мим собой или требуют более высокого уровня компетентности. Он/она заботятся о своей безопасности и прекращают взаимоотношения с клиентом, если ощущают какие-либо физические или психические симптомы, которые не позволяют им эффективно и компетентно работать с клиентом и т.д.

4. Ответственность по отношению к клиенту.

Практикующий специалист заключает четкий контракт и прекращает профессиональные взаимоотношения, если клиент не способен или не хочет действовать автономно и брать на себя ответственность. Он/она никоим образом не эксплуатируют клиентов и действуют так, чтобы не причинить намеренного вреда клиенту.

Ответственность по отношению к себе.

Практикующий специалист принимает во внимание влияние своего положения на клиента и заботится о том, чтобы эффективно отвечать на потребности клиента, улучшая его здоровье и предотвращая любые злоупотребления.

5. Приверженность по отношению к клиенту.

Практикующий специалист обязательно принимает во внимание внутренний мир каждого человека и свой вклад в него.

На мой взгляд, осуществить эти ценности и при этом быть заметным, проявляться как специалист, заявляя о себе через свою уникальность, можно, используя концепции Транзактного Анализа. В данной статье я поделюсь своим видением, как можно закрыть потребность в желании проявляться и при этом учесть те правила, которые важно соблюдать.

Структурная модель эго-состояний: Родитель—Взрослый—Ребенок

Этические принципы могут восприниматься Внутренним Ребенком как Родительские правила, которые как будто бы могут мешать и ограничивать его в том, чтобы в полной мере «звучать» и занимать пространство. Роль Взрослого заключается в том, чтобы провести «переговоры» с целью услышать потребности обеих сторон и выработать стратегию для реализации потребностей каждой стороны.

Если мы будем придерживаться того, чтобы заявлять о себе только через Родительскую фигуру, которая строго следует правилам, то наша проявленность может быть порой слишком ригидной и не давать возможности читателям расслабиться. Мы будем замечать, что мало кто может комментировать что-то, так как читатели опасаются идти на риск. Также ведение блога только через Родительскую фигуру может нарушать этические принципы такие как уважение по отношению к клиенту, которое проявляется в том, что практикующий специалист заботится о создании доверительного окруже-

ния. В таком случае доверие может не возникнуть, так как читатели могут входить в сильный перенос на Родительскую фигуру, бояться брать поддержку и не переходить в индивидуальное консультирование.

Если же, противоположно Родительской фигуре, мы будем вести блог только через Детскую часть, то есть риск того, что ведение блога будет непостоянным, скачкообразным, импульсивным, слишком соблазнительным и приглашающим вступить в профессиональные отношения в несерьезном ключе, тогда как этично начинать выстраивать отношения сразу из профессиональной роли. Вместо позитивных, мы можем столкнуться с негативными поглаживаниями от читателей, которые входят в Родительское эго-состояние, и также можем неосознанно для себя эксплуатировать читателя/подписчика/клиента, самораскрываясь, делаясь своими трудностями, приглашая их позаботиться о нас, тем самым вновь уменьшая себя и не получая отклика на свою потребность, — например, потребность в увеличении практики за счет того, что потенциальный клиент видел бы нашу устойчивость.

Думаю, мой взгляд несколько противоречит тому, что транслируют маркетологи, которые призывают к самораскрытию, демонстрации своей жизни, вовлечению подписчиков в диалог, чтоб создать привязанность и лояльность. При этом, если опираться на Этический кодекс EATA, наша профессиональная задача заключается в том, чтобы помочь людям выйти из симбиоза, зависимости, открыть свою аутентичность и уйти в свою собственную жизнь, помочь их осознанности и привести их к автономности. Именно поэтому, на мой взгляд, **ведение социальных сетей из позиции Интегративного Взрослого** (Berne, 1961), который слышит Ребенка и Родителя, больше поможет специалистам реализовать свои потребности в заявлении и проявлении себя. А использование концепций ТА поможет творчески найти тот путь в выражении себя в социальных сетях, где желание Внутреннего Ребенка в признании, внимании и поглаживаниях было бы учтено, при этом также оказана Родительская забота для безопасности и защиты себя в случае различной негативной обратной связи со стороны клиента/читателя/подписчика.

Структурирование времени

Благодаря концепции структурирования времени (Берн, 2015) мы можем выстроить свою собственную, подходящую нам структуру получения поглаживаний и наполнения наших потребностей за счет написания статей в блог/журналы или заявления о себе через прямые эфиры, лекции, тренинги и мастер-классы.

Уход

Некоторые из нас могут уходить в себя, не проявляя никаких внешних признаков контакта с другими, тем самым лишая себя получения поглаживаний.

В проявлении и заявлении себя в социальных сетях молчаливый уход может привести к усилению страха отвержения, которого боится Ребенок внутри нас. Так, если мы снижаем свою активность в социальных сетях, то рискуем увидеть, что люди начинают отписываться от нашего блога.

Также внутренний уход может быть связан с тем, что при проявлении себя (написание текста, проведение эфира и т.д.) от нас начали отписываться. В такой ситуации кто-то может уйти в себя из-за самокритики и внутреннего стыжения, что как будто с темой или способом раскрытия себя что-то не в порядке. В такой ситуации хорошо напоминать себе о базовой концепции ТА «Я — окей, Ты — окей» (Berne, 1975) и опираться на идею, что мы не знаем точно причину того, почему человек отписался. Мы можем придерживаться мысли, что это так же и про его личные процессы. Таким образом мы будем возвращать себе уверенность и вновь проявляться для того, чтобы длительный уход не подтвердил как будто бы обоснованность страха отвержения.

С точки зрения позитивного вклада, уход может быть разрешением другим брать время на себя, например, когда мы заявляем открыто, что берем паузу в блоге, так как готовимся к экзаменам, или можем порекомендовать коллегу, если есть необходимость в консультации, или же уезжаем в отпуск, тем самым показывая, что мы можем заботиться о себе и даем пример этого другим. Таким образом мы можем выполнять этические принципы ТА:

- **уважение по отношению к клиенту**, так как практикующий специалист предоставляет безопасную и профессиональную среду и осознает власть своего положения, заботится о создании доверительного окружения (показывая своим примером), избегает ситуаций эксплуатации кого бы то ни было (когда специалист обозначает причину своего ухода без приглашения позаботиться о нем);
- **уважение по отношению к себе**, так как специалист принимает во внимание собственные планы/трудности/предпочтения и направляет к компетентным коллегам клиентов или ситуации, с которыми он/она не хочет или не может работать.

Также ценность стратегии ухода в том, что это способ структурирования времени. Он может помочь специалисту остановить переиспользование себя, поставить границы и остановить привычное для подписчика/клиента поведение. Например, остановиться в ответах на комментарии к посту или в диалогах, когда потребность клиента/читателя/подписчика может быть не в получении информации, а в «цеплянии» ради контакта.

Ритуал

Это еще один способ получения поглаживаний и его можно использовать в проявлении себя в социаль-

ных сетях. Например, когда есть посты знакомства, когда мы рассказываем о себе как о психологе, о том, какие темы нас интересуют, или когда у нас есть какой-то ритуал, связанный с нашим блогом (день, посвященный определенной теме, постоянная рубрика и т.д.). Мы получим поглаживания, наша проявленность будет оправдана тем, что мы получим внимание. Однако соблюсти этические принципы будет легче, чем если бы мы использовали то, что предлагают маркетологи для продвижения (реклама, бесплатные сессии за что-то и т.д.). При этом мы создаем контакт с нашими читателями/подписчиками через свою личность, а не через что-то массовое, что может, наоборот, отталкивать и разрывать контакт.

Есть риск того, что такой способ проявления может наскучить как специалисту, так и клиенту/подписчику, так как в этом есть однообразие поглаживаний для специалиста, однообразие информации для читателя/подписчика. Чтобы обойти такого рода застревание следует комбинировать другие способы структурирования времени, например, уход: брать паузу, заранее обговаривая это, таким образом давая возможность подписчику/читателю отдохнуть, как если бы мы перестали кормить одним и тем же блюдом, чтоб данный ритуал не стал «приевшимся». Или дополнили его каким-то времяпровождением, спросив читателя/подписчика, чего бы хотелось ему вместо уже имеющегося. Получив ответ, мы бы послушали отклик от себя, готовы ли мы, интересно ли нам дать это, чтобы минимизировать обслуживание ценой себя. И уже в таком сотрудничестве мы могли бы дать читателям что-то новое.

Времяпровождение

На мой взгляд, такой способ структурирования времени начинается тогда, когда мы начинаем отвечать на вопросы нашего читателя, или же сами задаем вопросы с целью начать взаимодействие и создать контакт на человеческом уровне.

Вопросы, заданные из Взрослой части, помогут соблюсти этические ценности, такие, как:

- **уважение по отношению к клиенту**, так как специалист создает доверительную среду, где подписчик/читатель/клиент почувствует возможность задать свой вопрос, ощутив равенство;
- **поддержка (предоставление возможностей клиенту)**, так как специалист дает возможность подписчику/клиенту/читателю получить развитие личностного роста и ощутить право дать себе эту возможность роста;
- **защиту по отношению к клиенту**, если специалист, отвечая на вопрос читателя/клиента/подписчика, предлагает клиентам услугу, предоставляя безопасную среду в виде сохранения конфиденциальности.

Вопросы из серии: «Расскажите, как Вы видите меня/блог и т.д.», «Поддержите меня, сегодня трудный день», — могут быть приглашением к симбиозу, чтоб другой стал заботиться/хвалить нас. В таком случае возникает риск нарушения принципа уважения, так как мы начинаем использовать читателя/подписчика/клиента эмоционально.

Деятельность

В проявлении себя в социальных сетях деятельность может проявляться в проведении прямых эфиров, лекций, написании постов, текстов, где поглаживания мы получаем в конце деятельности, и степень интенсивности поглаживаний зависит от природы деятельности. Так, при проведении прямых эфиров и ответов на вопросы в моменте интенсивность выше, и больше риск получить негативное поглаживание, так как мы отвечаем спонтанно, можем подобрать не совсем подходящее слово и быть не сразу понятыми. При ответах на вопросы к текстовым постам у нас больше возможности взвесить и продумать наши ответы, так как мы располагаем паузой между стимулом в виде вопроса и реакцией в виде нашего ответа, соответственно, мы можем подобрать слова, отражающие более точно наши мысли или намерения. В деятельности мы можем реализовать все этические ценности:

- уважение;
- поддержка (предоставление возможностей);
- защита;
- ответственность;
- приверженность взаимоотношениям (обмен мыслями на коллегиальном уровне).

Игры

Зная игры, в которые каждый из нас часто играет, мы можем подумать о том, как заметить игру, которая завязывается с подписчиком/читателем, и выйти из нее, чтоб не оказаться в привычном сценарном решении о себе/других/мире.

Например, если кто-то чаще всего включается в игру «Сделай для меня что-нибудь» (Берн, 2015, с. 71), то в проявлении себя в социальных сетях мы можем начать вести рубрику «Вопрос-ответ», и, если нам попадется подписчик, игра которого «Сделай для меня что-нибудь», то получив ответ на свой вопрос, он может затягивать диалог, задавая новые вопросы, а если это наш клиент, то таким образом он может брать контакт вне сессии. Отвечая на вопросы без перерыва или последовательного обращения к вопросам других подписчиков, мы можем излишне вложиться и не получить желаемого, потому что нам кажется, что этот человек заинтересован в решении конкретной трудности и хочет прийти к нам на сессию. Однако зачистую в ходе длительного диалога подписчик/читатель может неожиданно для нас замолчать. И тогда мы оста-

немся в нереализованных ожиданиях и будем испытывать гнев на него, говоря внутри себя: «Смотри, сколько я для тебя сделал, а ты этого не оценил».

Выходом из этого, на мой взгляд, является прояснение границ ответов на вопросы, и в том случае, когда мы ощущаем, что начинаем втягиваться в игру, мы можем остановить ее, обозначив границы себе и взяв паузу для подписчика.

Учитывая игры, в которые мы можем втягиваться, и останавливая их в ведении блога и коммуникации с подписчиками/читателями, мы придерживаемся этических принципов таких как:

- **уважение по отношению к клиентам**, так как мы предоставляем безопасную и профессиональную среду, осознаем власть своего положения и избегаем ситуаций эксплуатации читателя/подписчика или нашего клиента, который читает наш блог;
- **ответственность по отношению к клиентам**, так как останавливаем взаимную эксплуатацию читателя/подписчика или нашего клиента нами и, соответственно, нас ими.

Интимность

Эрик Берн писал, что интимность — «это искрение и прямолинейные взаимоотношения между Детьми» (Джоинс, Стюарт, 2018, с. 127), и добавлял, что участие Взрослого важно для реалистичности этого контакта.

В проявлении себя в социальных сетях интимностью может быть самораскрытие специалиста с целью показать, что консультант обладает своей личностной силой, аутентичностью и также проходит какие-то трудности. Так как **самораскрытие — это достаточно тонкое поле**; чтобы учесть этические принципы, возможно, будет полезно перед тем, как раскрывать факты о себе, задаться вопросом: «Для чего я это хочу сделать?». Если в ответе есть желание просто поделиться, то возможно есть риск эксплуатации читателя/клиента/подписчика с целью получения признания/похвалы/сравнения. А если мы видим цель как то, что поможет другим усилить свое достоинство, получить поддержку, создать больше безопасного пространства, тогда риск может быть оправдан, так как он может принести пользу и укрепить альянс.

Например, если мы излишне делимся нашей усталостью, тревогой, тем, как мы с чем-то не справляемся, то **мы рискуем пригласить нашего клиента, если он наш читатель, беречь нас, не перегружать, заботиться**, и тогда это самораскрытие не продвигает. А если же мы делимся нашим опытом, как нам удалось проставить границы времени «работа/отпуск», и мы это показываем, то мы можем вдохновить или дать своим опытом разрешение нашим клиентам, что так можно и это окей.

Сценарий

Согласно теории Транзактного Анализа, сценарий по содержанию может делиться на типы «Победителя», «Побежденного» и «Не-победителя» (Джоинс, Стюарт, 2018, с. 141). Опираясь на это, мы можем исследовать, какую роль мы проигрываем (проживаем) в проявлении себя в своем блоге/канале.

В книге «Современный Транзактный Анализ» Вэнн Джоинс и Иан Стюарт отмечают: «Берн определил “Победителя” как “того, кто достигает поставленной перед собой цели”. (Роберт Гулдинг добавляет: “... и в результате преобразует свою жизнь”). Под “победой” понимается также то, что поставленная цель достигается легко, свободно и радостно» (Джоинс, Стюарт, 2018, с. 141). На мой взгляд, опираясь на эту идею, **мы можем вести свой блог из роли «Победителя», если он удовлетворяет нашу истинную потребность, и, если это делается легко, с удовольствием и творчески, с чувством удовлетворения от результата.**

Например, когда наша потребность заключается в том, чтобы выражать свои мысли своим языком, используя метафоры, образы, проявляя себя творчески, и получая на это поглаживание, тогда, проявляясь так и получая отклик, мы получаем удовлетворение нашей истинной потребности, и это наполняет нас. Или же, если наша потребность — увеличение количества читателей и подписчиков, тогда мы находим способы, которые помогли бы нам эту потребность закрыть, и, видя результат в увеличении подписчиков, испытываем радость.

Мы также можем проигрывать сценарий «Побежденного», то есть ставить нереалистичную цель, или такую цель, которая не является нашей, где результатом будет выполнение чьих-то ожиданий, не вызывающих у нас энтузиазма. Для иллюстрации идеи возьму пример, взятый из книги «Современный Транзактный Анализ»: «...младенец может решить: “Что бы я ни делал, у меня ничего никогда не получается”, — и затем начинает осуществлять это решение. Для достижения поставленной цели у него ничего не должно получаться» (Джоинс, Стюарт, 2018, с. 142). В блоге это может проявляться следующим образом: «Сколько бы я ни вложил/вложила в рекламу, подписчиков не прибавится, так как способ, которым нужно их привлекать, мне не подходит». И тогда специалист может вкладывать в рекламу деньги, делать посты, которых от него ожидает маркетолог, разочаровываться и при этом достигать своей цели — не получать новых подписчиков. И, хотя цель достигнута, удовлетворенности от ее достижения не будет. Преобразование цели с опорой на удовлетворенность и/или удовольствие будет выходом из проживания роли «Побежденного» в ведении блога.

Сценарий «Не-победителя» в блоге может быть проигран, когда есть «застывание», и автор

блога не рискует что-то менять в установленных форматах, чтобы прийти к своей цели, то есть довольствуется тем, что есть, избегая риска. Например, не рискует проявляться, останавливая себя самозапугиванием. Или не рискует вкладываться в рекламу, опасаясь, что эти траты не принесут результата. Или не идет на сотрудничество с другими блогерами из страха отвержения или осуждения.

На мой взгляд, начав исследовать то, как и из какой роли, и следуя какому сценарному решению мы проявляемся, какие свои потребности от ведения блога мы хотим закрыть, мы можем начать менять сценарий в сторону удовлетворенности, то есть преобразовывать свою жизнь и расширять нашу зону комфорта.

Личностные адаптации

Зная свои ведущие личностные адаптации (Джоинс, Стюарт, 2019), **мы можем сделать их опорой для того, чтобы проявляться и быть заметными, брать сильные свои стороны и учитывать трудности адаптаций**, которые могут мешать нам, в том числе и в соблюдении этических принципов.

Таким образом, рассмотрев возможности применения концепций Транзактного Анализа для понимания степени нашей удовлетворенности от предъявления себя в социальных сетях, мы можем продолжить размышление для каждого и каждой из нас и найти свой способ проявления себя как специалиста и личности с соблюдением этических принципов.

Список литературы

1. Берн Э. (2015) Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М.: Издательство «Эксмо».
2. Берн Э. (2020) За пределами игр и сценариев. М.: Издательство «Бомбора».
3. Джоинс В., Стюарт И. (2018) Современный Транзактный Анализ. СПб.: Издательство «Метанойя».
4. Джоинс В., Стюарт И. (2019) Личностные адаптации. СПб.: Издательство «Метанойя».
5. Штайнер К. (2020) Сценарии жизни людей. СПб.: Издательство «Питер».
6. Berne E. (1961) Transactional Analysis in Psychotherapy. New York: Grove Press.
7. Berne, E. (1975) What Do You Say After You Say Hello. 1st publication in 1972. London: Corgi.