

Геннадий  
Старшенбаум

БИБЛИОТЕКА  
УСПЕШНОГО  
ПСИХОЛОГА

# Настольная книга успешного психолога

ВСЕ, ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ И УМЕТЬ  
ВЫСОКОКЛАССНОМУ  
СПЕЦИАЛИСТУ

ЭКСПРЕСС-КУРС



ПРАЙМ  
Ψ

**Геннадий Владимирович Старшенбаум**  
**Настольная книга успешного**  
**психолога. Все, что нужно**  
**знать и уметь высококлассному**  
**специалисту. Экспресс-курс**  
Серия «Библиотека  
успешного психолога»

*текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=22961322](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22961322)*

*Геннадий Старшенбаум. Настольная книга успешного психолога. Все, что нужно знать и уметь высококлассному специалисту. Экспресс-курс: АСТ; Москва; 2017  
ISBN 978-5-17-101220-5*

### **Аннотация**

Книга известного психотерапевта с многолетним профессиональным стажем Г. В. Старшенбаума представляет собой самоучитель, помогающий пошагово организовать работу консультирующего психолога. Книга поможет вам расширить имеющиеся знания с помощью тестов, домашних заданий и тренинга навыков. Научиться быстро и эффективно решать стоящие перед вами задачи – от организации приема и

первичной консультации до работы над собственными ошибками и тестирования себя.

В книге содержится информация, которая потребуется специалисту для начала успешной практики психолога. Большое внимание уделено личностным, половым и возрастным особенностям клиентов, а также специфике работы с трудными случаями. В книге приводится множество примеров, а также содержатся выдержки из реальных консультаций. Адресована психологам, но будет полезна и врачам, педагогам, администраторам, юристам и другим специалистам, работающим с людьми и желающим развить свои навыки общения.

# Содержание

Предисловие	6
Основные вопросы в начале работы	10
Первичная консультация	27
Первый шаг консультирования	30
Второй шаг консультирования	33
Третий шаг консультирования	48
Четвертый шаг консультирования	52
Пятый шаг консультирования	54
Краткосрочное консультирование	56
Рабочий договор	59
Структурирование беседы	81
Активное слушание	82
Вопросы, которые вы будете задавать	88
Обратная связь	95
Конфронтация и выгорание	112
Конфронтация	112
Конец ознакомительного фрагмента.	114

**Геннадий Старшенбаум**  
**Настольная книга**  
**успешного психолога.**  
**Все, что нужно знать и**  
**уметь высококлассному**  
**специалисту. Экспресс-курс**

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Старшенбаум Г., 2017

© ООО «Издательство АСТ», 2017

**\*\*\***

*Многому я научился у своих наставников, еще  
большему – у своих товарищей, но больше всего – у  
своих учеников.*

*Талмуд*

# Предисловие

Я преподаю в Московском институте психоанализа. Мой идеал педагога – Сократ, которому принадлежат великие слова: «Ученик – это не сосуд, который нужно наполнить, а факел, который нужно зажечь». Плутарх добавил: «А зажечь факел может лишь тот, кто сам горит». Профессию психолога, как правило, выбирают люди с незажившей душевной раной, которая обостряет их чувствительность к боли, даже чужой. Среди моих учеников выделяются люди, прошедшие через трудные испытания и готовые помочь товарищам по несчастью. К сожалению, я не успеваю дать им столько, сколько могу, поэтому пишу для них такие книги, как эта. Она написана на основе моего многолетнего опыта тренинга личностных качеств и профессиональных навыков психолога, в книге сделан акцент на самообучении и самостоятельной работе с тестами и другими материалами.

Получив диплом психолога, бывший студент сталкивается с массой практических проблем. Сможет ли он этим зарабатывать на жизнь? Сумеет ли лечить пациентов и помогать клиентам? Как набрать необходимое количество клиентов? Где проводить прием? Ответы на эти и другие практические вопросы вы найдете в первой главе, в которой речь идет об условиях, необходимых как для эффективной работы с клиентами, так и для защиты собственных интересов.

Хороший психолог легко введет тебя в свое положение.

*(Карл Краус)*

Признание проблемы – половина успеха в ее разрешении.

*(Зигмунд Фрейд)*

Мне хочется помочь не только обучающимся и начинающим консультантам, но и другим специалистам помогающих профессий, не обученным работать с клиентами. Поэтому в книге сделан акцент на самообучении с помощью тестов, домашних заданий и тренинга навыков в парах и тройках с коллегами.

С помощью профессиональных, но несложных тестов вы сможете выявить особенности своего характера, которые могут помешать вам в работе. Предложенные упражнения помогут скорректировать эти проявления, повысить собственную устойчивость по отношению к неприемлемому или манипулятивному влиянию, сохранить терпение и уважение к мнению клиента и избежать профессионального выгорания. Моделирование рабочих ситуаций облегчит применение на практике усвоенных психологических техник. С помощью ролевых игр вы сможете выявить стереотипы, затрудняющие успешное общение, проанализировать ошибки, допускаемые в общении с партнером, приобрести опыт ведения терапевтического диалога.

Желательно каждое упражнение или игру завершать ответом на три вопроса: что понравилось в своей работе, что не понравилось и как хотелось бы выполнить ее по-другому? На протяжении всей работы необходимо производить измерение и оценку с помощью различных тестов, чтобы ставить перед собой адекватные задачи и объективировать достижения.

Я не выписываю лекарств и не заговариваю зубы в гипнозе. Если пациенты приходят с психосоматикой, то быстро переключаются с тела на свою жизнь. На первый план выступают конфликты с близкими людьми. Клиенты жалуются на начальников, родителей, супругов, детей, любовных партнеров, хотят дружить со мной против них. Я объясняю, что не знаю, каков на самом деле «наш общий враг», – это испорченный телефон. Напоминаю о договоре, по которому клиент обещал разобраться в себе, а не подкреплять моим авторитетом негативную оценку партнера. Я хочу и могу работать с тем, что наблюдаю в реальности, – с нашими взаимодействиями здесь и сейчас. И не стоит откладывать свои реакции, лучше выражать их спонтанно, быть самим собой. Еще больше возможностей и безопасности для клиента дают групповые занятия. Если, конечно, взаимодействие на встречах группы не переходит в отношения между участниками вне группы.

Клиенты начинают озвучивать внутренние голоса – разумеется, не те, что бывают у психически больных. Это обыч-

ный диалог Родителя и Ребенка по Эрику Берну. Родительский голос обращается на «ты», требует, ругает, угрожает. Важно не заглушить этот голос, а изменить отношение к нему. Слушать ведь не означает слушаться. С внутренним голосом можно разговаривать и договариваться – зачастую в отличие от первоисточника.

Клод Луи Бертолле (в честь которого названа бертолетова соль) дал определение: грязь – это химические вещества не на своем месте. Замечательный образец позитивного переопределения! У клиентов, сумевших найти место в душе для любви к родителям, зачастую изменяются отношения и с родителями, и с другими близкими людьми.

Мир принадлежит оптимистам, пессимисты – всего лишь зрители.

*(Франсуа Гизо)*

# Основные вопросы в начале работы

## Первые клиенты

Хорошо, если вы устроились на работу в центр психологической помощи. Психологи, работающие в клиниках, обычно набирают клиентуру из выписанных пациентов. Если же вы предпочитаете быть «свободным художником», перед вами встает вопрос: где искать клиентов. Не советую начинать с клиентов «с улицы». Оттуда приходят самые трудные и ненадежные. Только зря потеряете время и силы. Работать с родственниками и друзьями? Деньги брать с них неудобно, остается бартер. Но тогда – или дружба, или табачок...

Начинающий частнопрактикующий консультант еще не имеет постоянной клиентуры и, соответственно, стабильного дохода. У него мало возможностей для оказания полноценной психологической помощи. Чем скрывать это, лучше честно предупредить клиентов о своей неопытности и назначать на первых порах минимальную оплату. Скажите, что у вас есть супервизор, с которым вы будете обсуждать свою работу с клиентом. Если в процессе возникнут какие-то проблемы, вы сможете порекомендовать клиенту более опытно-

го специалиста.

Лучше всего в начале карьеры поработать диагностом и диспетчером. Первому вы научились в институте, теперь самое время закрепить полученные знания на практике. Диагноз нужен хотя бы для того, чтобы определить, в какой помощи нуждается клиент. А дальше – направить его к специалисту, который сможет оказать помощь, если у вас еще нет достаточной подготовки.

## **Коллеги. Принципы выстраивания отношений**

Наладьте контакт с психологическими службами, амбулаторными медицинскими учреждениями и психиатрическими стационарами, социальными учреждениями. Составьте список знакомых специалистов разного профиля: детского, семейного, тестирующего и медицинского психологов. Включите в список также врача-психотерапевта, психиатра, нарколога, невропатолога, терапевта. Спрашивайте у коллег, кого они могут порекомендовать. Посещайте мероприятия, где вы сможете познакомиться со специалистами и договориться о сотрудничестве.

Необследованного клиента с соматическими жалобами не спешите диагностировать как психосоматического. Убедите его пройти обследование для исключения соматической патологии. Направьте его к врачу, которому доверяете, и отслеживайте результаты вашего направления очень внимательно.

Психологические проблемы соматического больного решайте в сотрудничестве с его лечащим врачом. Будьте в курсе, какие лекарства принимает больной, как они могут влиять на его психическое состояние. Особого внимания заслуживают больные, принимающие психотропные средства.

Если вы работаете с семьями, а коллега – нет, он может направить семью клиента к вам, продолжая работать с ним индивидуально. Или он работает с мужем, а к вам посылает жену, работает с ребенком, а к вам посылает мать. В таком случае необходимо согласовывать свою тактику в процессе совместной работы. Вроде бы проще и эффективнее взять все в свои руки. Но в раздельном ведении есть свои плюсы: распределение функций и ответственности, взаимное дополнение, клиенты получают образец сотрудничества коллег и т. д.

Нередко бывает так: клиент просит принять его – ваш номер телефона дал ему ваш коллега. Все в порядке, если вы доверяете коллеге настолько, что он может давать ваши координаты по собственному усмотрению. Если же вы так не договаривались, стоит связаться с ним, поблагодарить за доверие и нового клиента, поговорить о клиенте и вашем будущем сотрудничестве.

Клиенты, побывавшие до вас у другого консультанта, иногда начинают сравнивать вас с ним. Некоторые расхваливают его, мобилизуя ваше профессиональное честолюбие. В таком случае спокойно заметьте: «Значит, наша работа вам понравилась».

вилась». Но чаще клиенты жалуются на невнимание вашего коллеги и выражают надежду на лучшее отношение к себе. При этом они скрыто угрожают уходом, если вы не оправдаете ожиданий.

Выясните объективные причины прекращения работы, чтобы не повторять ошибок коллеги. Возможно, уход клиента был обусловлен особенностями характера клиента или негативным переносом на коллегу. Воспоминание о нем в ходе работы могут меняться в лучшую сторону. Узнав о положительных аспектах прежней терапии, включите их в работу. Чаще всего неудача бывает связана с тем, что не были четко оговорены взаимные обязательства консультанта и клиента. Не высказывайте критических замечаний в адрес коллеги по этому поводу, просто предложите составить рабочий договор.

Клиент может прийти от вашего коллеги со сложившимся представлением о причинах своих проблем и способах их решения. Если он настаивает, чтобы вы продолжили в том же духе, уважительно пообещайте, что рассмотрите его проблемы с этой точки зрения, а потом и с других, чтобы вместе выбрать лучшую.

Если ваш коллега рассказывает вам, что клиент говорил ему о вас что-то плохое, сразу предупредите, что вы должны будете сказать клиенту, от кого вы это услышали. Следует откровенно поговорить с клиентом о его отношении к вам, а также понять, что помешало ему выразить свое недоволь-

ство непосредственно вам. Ведь по договору клиент не должен ни с кем обсуждать свои чувства к консультанту (за его спиной). Попросите коллегу в подобных случаях напоминать вашим клиентам об этом пункте договора.

Когда вы направляете клиента на консультацию к более опытному коллеге, вы надеетесь, что клиент вернется к вам, а старший товарищ подскажет, как эффективнее с ним работать. Вместо этого коллега может оставить клиента себе. Понятно, что такой эгоизм мешает профессиональному сотрудничеству и служит плохим примером для клиента. Рано или поздно он уйдет к еще «лучшему» или «более внимательному» специалисту.

Мои бывшие ученики иногда звонят с просьбой помочь разобраться в сложном случае. Я предлагаю им приехать на супервизию, заручившись согласием клиента. Исключительно редко бывает, что рассказа о работе с клиентом недостаточно, и нужно увидеть его непосредственно. Можно обойтись и без индивидуальной супервизии, посещая балинтовскую группу. В такой группе моделируются конкретные рабочие отношения консультанта с клиентом, есть возможность посмотреть на свою тактику со стороны и изменить ее.

### **Как общаться с клиентом по телефону?**

Клиент впервые звонит вам, просит его принять. Если вместо взрослого клиента звонит кто-то другой, попросите перезвонить самого потенциального клиента. Выясните, что он о вас знает и чего от вас ждет. Не входите в подробности

его проблем, не комментируйте его высказываний. Объясните, что у вас будет время поговорить о таких важных вещах подробно, а сейчас вы лишь договариваетесь о технических деталях встречи.

Неопытный клиент рассчитывает получить спасительный рецепт за одну встречу. Предупредите, что не успеете разобраться в его проблемах за 45 минут. Предложите сделать первую сессию двойной – то есть 90-минутной. Супружеская или семейная сессия всегда занимает 90 минут. А вот беседа с младшим школьником не должна длиться более получаса, с дошкольником – не более 20 минут.

Укажите размер гонорара. Предупредите о точном времени начала и завершения сессии, о необходимости оплачивать пропущенную сессию, если она не отменена за 24 часа или раньше. Объясните клиенту, почему не сможете его принять, если он приедет раньше назначенного времени.

Выясните реакцию клиента на ваши условия. Ориентировочно оцените его психическое состояние. При необходимости предложите обратиться к медицинскому психологу или врачу-психотерапевту. Если состояние клиента не внушает вам серьезных опасений, согласуйте время и место встречи. Проверьте, правильно ли он все записал. Запишите имя и фамилию клиента, а также номер его телефона, объяснив, что это может понадобиться в будущем для обратной связи. Постарайтесь закончить разговор через 5 минут.

### ***Примерная схема разговора***

– Откуда вы узнали мой номер телефона?

– В чем проблема, какой помощи вы ждете от меня?

– Обращались ли вы раньше к консультантам или психиатрам?

– Принимали психотропные лекарства?

– Лечились в стационаре?

– Вас устроят мои условия?

– Когда вы хотите встретиться?

Мать направила к вам сына-подростка и после консультации звонит вам, чтобы узнать «ваше мнение». Так же может вести себя жена алкоголика. Попросите этих обеспокоенных женщин заручиться согласием клиента, прежде чем звонить вам. Обычно клиент возражает, и у жены появляется мотивация поработать с созависимостью, а у матери – с гиперопекой. Если у вас возникла настоятельная необходимость позвонить тем, кто заботится о клиенте, добейтесь вначале его понимания, убедите, что действуете в его же интересах, иначе он воспримет происходящее как заговор против него.

Объясните клиенту, что вам можно звонить для решения организационных вопросов, если вы не договорились о следующей встрече. Непредвиденной ситуацией, требующей вашего неотложного вмешательства, может быть опасное для себя или других поведение. При этом учтите, что некоторые клиенты могут понять это так: «Чтобы получить внимание,

нужно дойти до точки».

Если клиент все же просит по телефону уделить ему «пару минут в виде исключения», выслушайте его без комментариев и советов, пытаясь оценить степень опасности. Через две минуты предложите клиенту продолжить разговор на сессии и попрощайтесь. В сомнительном случае назначьте внеочередную сессию. На встрече обсудите причину звонка и предупредите об опасности попасть в зависимость от вашей поддержки. Скажите также, что хотели бы в свободное время отдыхать от работы.

На время сессии отключайте телефон и просите клиента сделать то же. Если клиент не возражает, неплохо записывать сессию на диктофон, чтобы потом прослушать и проанализировать ее самому или вдвоем с супервизором. Можно распечатать запись для наглядности. Я предпочитаю конспектировать. Это сокращает мои монологи, помогает структурировать беседу, фиксирует возникшие ассоциации, вопросы и предположения. Запись можно показывать клиенту, когда он забыл или исказил то, что говорил. Полезно использовать записи для анализа контрпереноса, контроля эффективности консультирования и для научной работы.

Чтобы у клиента не снизилось доверие к вам, делайте лишь короткие заметки. Если вам нужна пауза, чтобы записать важную информацию, спросите клиента: «Вы не будете возражать, если я запишу эти детали? Они важны, и я не хотел бы упустить их». Закончив запись, отложите тетрадь с

ручкой и невербально продемонстрируйте свою готовность возобновить контакт.

## **Иногда может выручить скайп**

Клиент не может приехать в часы вашего приема – он живет далеко, его не отпускают с работы, а женщине не с кем оставить маленького ребенка... В таких случаях выручает скайп. Вы сэкономите время, которое потратили бы на дорогу, клиент не нервничает, простаивая в пробках, и во время сессии чувствует себя на своей территории.

Клиент может сомневаться – ведь у него не будет чувства вашего присутствия, а вы будете видеть только его лицо. Это как лечение по фотографии, но он не доверяет экстрасенсам. И все-таки предложите попробовать. Возможно, его все устроит.

## **Когда гостиная становится рабочим кабинетом**

В ваш дом теперь входят чужие нервные люди, они сидят в ваших креслах или лежат на вашем диване, принимают запах кухни, интересуются вашей семьей. Надо выделить для них полотенце в ванной – тут они моют руки и заплаканное лицо. Надо следить, чтобы в туалете не кончалась бумага, и вытирать пол после неаккуратных клиентов.

Но все же начинающий консультант увереннее чувствует себя на своей территории. Вы остаетесь в своем любимом кресле, экономите на аренде офиса и на бензине, не тратите время на дорогу. Что ж, дома так дома. Приготовьте вешалку, табурет, домашние тапочки и рожок для обуви. Повесьте в прихожей свои сертификаты в рамочках и настенный календарь.

Вы с клиентом должны хорошо видеть мимику друг друга. Днем для этого достаточно солнечного света. Если приходится усаживать клиента лицом к окну, опустите жалюзи или задерните шторы. Вечером не включайте слишком яркий свет. Для индивидуальной работы предпочтительнее локальное освещение. Настольная лампа не должна вызывать ассоциацию с кабинетом следователя или спальней.

Для рабочего кабинета хорошо подойдут мягкие шероховатые обои. Клиентов с ведущим тактильным анализатором поглаживание обоев может успокоить больше, чем ваш голос. Оживите стены эстампами или небольшими картинами нейтральной тематики. Не вешайте чьих-то портретов и фотографий близких. Лучше подойдут живые цветы в горшках, а если уж выбирать срезанные – то не отвлекающие внимания, без резкого запаха и не увядшие.

Не забывайте проветрить помещение, особенно после тяжелых духов демонстративной клиентки. Вам потребуются кондиционер, ионизатор или вентилятор. Не ставьте пепельницы, просите закурившего клиента прекратить курить

немедленно и впредь здесь не курить (вы же не курите сами – или вы аддикт?).

Не усаживайтесь за стол, как врач в кабинете. Поставьте кресла на расстоянии вытянутой руки параллельно друг другу или под небольшим углом. Кресла должны быть мягкими, но не слишком глубокими, чтобы можно было без труда подняться. Между ними поместите небольшой журнальный столик или тумбочку с настольной лампой под уютным абажуром, письменными принадлежностями, платочками, минералкой в пластиковой бутылке. Для детей нужны игрушки, принадлежности для рисования и детская мебель. Для психоанализа может понадобиться кушетка или диван. Он же пригодится для семейных сессий.

Некоторые клиентки уютно устраиваются в кресле с ногами и сворачиваются в клубок. На диване они тоже принимают позу плода и укрываются пледом, иногда с головой – назад в утробу! Так недолго и задремать под бабушкину сказку. Не позволяйте клиенту превратить процесс консультирования в заговаривание зубов.

## **Выездные сессии могут помочь в диагностике**

Семейную сессию легче организовать в доме клиента, особенно при наличии лежачих больных или престарелых членов семьи. Если визит организовали близкие клиента, предупредите их, что не будете скрывать от него своей профес-

сии и цели визита.

Домашняя обстановка клиента очень помогает в диагностике. Запущенная грязная квартира бывает при депрессии и старческом слабоумии, последнее часто сочетается с накоплением ненужных старых вещей. Хронические шизофреники собирают странные коллекции, размещают на стенах символические надписи и знаки. У истеричной женщины квартира может напоминать театральный макет с драпировками, декоративными обоями, статуэтками. Куклы и мягкие игрушки в доме без детей говорят об инфантильности хозяйки, педантичный порядок и стерильная чистота – об ее навязчивостях и фригидности. Спартанская квартира одинокой женщины похожа на гостиничный номер – возможно, она отрицает свою женственность. Нарцисс с гомосексуальными тенденциями превращает спальню в царство зеркал. Человек, готовый начать новую жизнь, может оформить квартиру в ультрасовременном стиле.

Чтобы поговорить с клиентом без помех, необходимо уединиться, например, на кухне, выключить телевизор и попросить детей поиграть без шума. Не отказывайтесь от чашки чая, но не более того. Курение также лишь отвлекает и создает неделовую атмосферу. Стандартное время сессии – 45–50 минут. Если клиент не тяжело больной, постарайтесь убедить его приезжать к вам. Чтобы материально заинтересовать его в этом, ваш гонорар на выезде должен быть значительно выше обычного. Ведь вы тратите дополнительное

время на дорогу.

## **Психолог в суде**

Вы можете стать свидетелем по инициативе клиента или по вызову суда. Свяжитесь с адвокатом клиента для выработки общей стратегии в интересах клиента. Полезно заранее проиграть с клиентом и его адвокатом ситуации, которые могут возникнуть в ходе судебного заседания.

**Соблюдение конфиденциальности – первое правило успешного психолога!**

Поскольку клиентура набирается в основном за счет «са-рафанного радио», ваши клиенты могут состоять в определенных отношениях. Соблюдайте личностную безопасность клиента, не рассказывайте о нем другим. Раскрыть информацию вас могут обязать только органы суда и следствия. Что касается ваших тайн, то клиенты не обязаны их хранить. Так что не делитесь ими, берегите свои границы.

## **Безопасность психолога**

Демонстративные клиентки нередко считают, что могут заинтересовать человека только сексом. Кроме того, возвеличивая вас, они жаждут слиться с вами, чтобы почувствовать себя значительнее. И наконец, завладев вами, можно по-

бедить соперников – других клиентов и вашу супругу. Избегайте физических контактов с такой клиенткой, бережно анализируйте чувство влюбленности, объясняя ей, что это обычные реакции в процессе эмоционального сближения. Проследите проявления этого сценария в жизни клиентки и постройте с ней отношения безусловного принятия.

Ваша одежда не должна сексуально провоцировать клиентов. Одевайтесь скромно, не слишком официально, но и не по-домашнему или по-пижонски. Слишком выразительный галстук или драгоценности так же неуместны, как и футболка с вызывающей надписью или шорты. Сведите к минимуму физические контакты: рукопожатия при встрече и прощании, услуги гардеробщика, успокаивающее поглаживание и т. п.

Не нужно ездить в одиночку к сексуально озабоченному одинокому клиенту противоположного пола. Если у вас есть основания предполагать какую-то опасность, возьмите с собой коллегу. Если ваши опасения подтвердились еще у порога, не входите в квартиру, постарайтесь сделать все, что нужно, за ее пределами. Если клиент во время сессии угрожает вам или проявляет признаки психоза, немедленно уходите из дома и из другого места позвоните в соответствующие службы.

## Заработок психолога

Консультант – обслуживающая профессия. Клиент выступает как работодатель, консультант – как наемный работник. Нередко клиент требует за свои деньги гарантированного результата. Объясните, что вы получаете деньги не за результат, а за то, что помогаете клиенту в его работе с собой. Гарантировать вы можете только свою добросовестность и профессионализм.

Многие клиенты сверхценно относятся к деньгам. Одни пытаются уйти, не заплатив, забывают дома кошелек, не хотят оплачивать пропущенную сессию. Другие, напротив, предлагают оставить сдачу в счет следующей сессии или заранее оплатить ее, стесняются давать деньги в руки, кладут их в конверт, оставляют на видном месте.

Клиент может оставить самое важное на конец сессии и попросить продлить ее за дополнительную плату. Не соглашайтесь на это – уговор дороже денег. Пусть клиент тоже заранее планирует работу, а не подчиняется своим импульсам и не пытается вас купить. Между прочим, чтобы не чувствовать себя в финансовой и психологической зависимости от клиента, неплохо иметь дополнительный заработок, а то и профессию.

Размер гонорара сообщайте клиенту во время первого телефонного разговора. Соотносите его с гонораром коллег.

Сразу объясните, что оплата сессии, пропущенной без своевременного предупреждения, – не санкция, а справедливое возмещение ваших убытков. Ведь вы могли бы в это время принять другого человека. Проясните также, что вы будете считать форс-мажором (см. ниже «Рабочий договор»).

О повышении гонорара (из-за инфляции и вследствие роста вашей квалификации) предупреждайте за месяц. Связывать размер гонорара с материальным положением клиента не советую, как и работать в долг или в счет услуг клиента. С двух работающих супругов за парную сессию берите больше, чем с матери и ребенка. С семьи берите независимо от числа участников, но больше, чем с пары.

## **Подарки от клиентов**

Клиент может сделать вам подарок и воспринимать его как подкуп: теперь он контролирует ситуацию, вы у него в долгу. Обидчивому клиенту резкий отказ принять подарок может причинить вред, который перевесит предполагаемую пользу от вашего отказа. Анализируйте мотивацию дарения, учитывайте особенности личности и состояния клиента, сложившиеся между вами взаимоотношения. Попробуйте понять, какую реакцию на подарок клиент ожидал от вас. Если вы все же принимаете подарок, он не может быть дорогим. Желательно подарить что-нибудь равноценное в ответ и объяснить, почему вы сейчас сделали исключение из прави-

ла. Обязательно донесите до клиента, что намного полезнее выражать чувства не действиями, а словами.

*Молодая клиентка вертит в руках дорогую игрушку – модель своей машины. Таких в Москве только две-три. Она называет машину лялей и воспринимает ее как мальчика из-за басовитой турбины: «На черта мне девка!» Клиентка очень любит водить машину, это противовес тому, что ею руководят – раньше мать, теперь начальница.*

*– Можно подарить вам мою лялю? О чем вы задумались?*

*– Чем отдавать...*

*– М-м... Я придумала! Дайте мне 10-рублевую монету, я их собираю. Мне любопытно, сколько войдет в копилку. Потом я отдаю маме, она использует их по назначению. Берите и гоните 10 р. Почему нет, она же вам нравится?*

*– Симпатичная ляля. Очень хочется понять ваши желания оставить ее у меня.*

Неумение себя защитить не принимай за готовность собой пожертвовать.

*(Григорий Ландау)*

# Первичная консультация

*Не толкай реку, она течет сама.*  
*Фредерик Перлз*

Психологическое консультирование отличается от психотерапии следующими особенностями (Кочюнас, 1999).

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

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

- Консультирование чаще ориентируется на настоящее и будущее клиента.

- Консультирование ориентируется на межличностные проблемы.

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

енту.

- Консультирование направлено на изменение поведения и развитие личности клиента.
- Консультирование обычно ориентируется на краткосрочную помощь (до 20 встреч).

Психолог-консультант должен уметь:

- определить эмоциональное состояние клиента по выразительным характеристикам поведения;
- установить эмоциональный контакт с клиентом и разговаривать его;
- сочувственно слушать и интуитивно понимать клиента;
- замечать малозаметные проявления внутренней жизни клиента;
- контролировать собственные эмоциональные проявления;
- доходчиво, аргументировано и лаконично высказывать свои мысли.

Алешина (2004) предложила модель консультативной беседы, включающей четыре этапа:

- 1) знакомство с клиентом и начало беседы (5–10 минут);
- 2) расспрос клиента, формулирование и проверка консультативных гипотез (25–35 минут);
- 3) психокоррекционное воздействие (10–15 минут);
- 4) завершение беседы (5–10 минут).

Наибольшее распространение получила 5-ШАГОВАЯ МОДЕЛЬ КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ (А. Е. Айви, М. Б. Айви, Л. Саймэк-Даунинг, 1999).

*Звонит молодая женщина, чтобы я гипнозом избавил ее от курения. Она уже обращалась в какой-то центр, там потребовали пять сеансов. У них очень высокие цены, да еще пять... Правда, нужно столько? Она хочет один сильный удар, ей помогут только жесткие методы! На себя саму она не надеется – слабохарактерная.*

# **Первый шаг консультирования**

## **Установление контакта**

Встретьте клиента в прихожей, если вы принимаете дома, или подойдите к двери кабинета, если вы работаете в офисе. Протянутую руку пожмите приветливо и по-деловому. Не протягивайте руку для рукопожатия сами – не всем это нравится. Спросите клиента, как он хочет, чтобы вы к нему обращались. Покажите, где снять верхнюю одежду и разуться, предложите домашние тапочки.

## **Присоединение**

Незаметно копируйте все действия клиента, чтобы дать ему возможность почувствовать близость и доверие, а себе – лучше вчувствоваться в его состояние. Клиенту жарко, он снимает пиджак – сделайте то же самое со словами: «Да, тут тепло». Покажите клиенту, куда ему сесть, и после него сядьте сами. Он откинулся на спинку кресла или скрестил ноги – вы тоже. Говорит медленно или тихо – и вы уменьшите скорость и громкость. Дышите и мигайте в его ритме.

## Соблюдайте правила СРОЗН

Соблюдайте правила СРОЗН, где С – сидеть на расстоянии вытянутой руки от клиента, Р – расслабиться, О – открытая поза и открытость, З – зрительный контакт, Н – наклон к клиенту.

Слушая клиента в режиме СРОЗН, применяйте *«подталкивания»*:

- используйте соответствующее данной ситуации выражение лица;
- кивайте головой в подходящих для этого местах;
- включайте в речь «м-м» и «да»;
- задавайте по ходу дела короткие уточняющие вопросы.

## Интервью

**Начните нейтрально:** «Я вас слушаю», или: «С чего начнем?» Если клиент отвечает недостаточно подробно, спросите его: «Не могли бы вы больше рассказать об этом?» Чтобы разговор не напоминал осмотр врача или допрос следователя, не задавайте больше двух вопросов подряд. Если вам что-то известно о клиенте от его близкого или вашего коллеги, сообщите эту информацию, так клиенту будет легче начать разговор. Выясните, обращался ли клиент раньше

к консультантам или психиатрам. Если да, то уточните подробности работы и узнайте, чем она закончилась.

Некоторым клиентам трудно сразу раскрыться. Потратьте несколько минут на «разогрев». Упомяните имя клиента, общих знакомых, обсудите детали его одежды и прочие пустяки типа погоды или светских новостей. Затем расскажите клиенту о том, как вы собираетесь построить беседу. Ознакомьте его со своими профессиональными возможностями.

Интересуйтесь «пустяками» – деталями повседневной жизни клиента: с кем он общается и на какой основе, как проводит выходные, что планирует на ближайшие выходные. Что читает, какие смотрит фильмы, какую слушает музыку. Чем занимался перед сессией и чем займется после нее. Полученная информация расширяет ваши знания о клиенте и сближает вас, показывая ему, что ничто человеческое вам не чуждо.

# **Второй шаг консультирования Сбор информации и осознание желаемого результата**

## **Оцените свое первое впечатление от клиента**

Эксцентричный вид, яркие цвета, экстравагантная прическа – стремление выделиться, обратить на себя внимание. Серые, сдержанные тона и скромная или прилизанная прическа обычно сочетаются с рассудочностью, безликостью, трудоголизмом. Стиль «старой девы» подчеркивает отказ от использования своей женской привлекательности. Мужские костюм и прическа у женщины может свидетельствовать об отрицании своего пола и стремлении доминировать. Короткое платье в обтяжку и прическа по последней моде у пожилой дамы, рваные джинсы и длинные волосы у солидного мужчины – попытка сохранить обаяние молодости. Старомодный стиль – консерватизм, желание вернуть прежние времена.

При тиреотоксикозе глаза у пациента навькате, так что между зрачком и верхним или нижним веком белеет полоска роговицы. Наблюдается также дрожание рук, что может быть и при истерии, алкоголизме, атеросклерозе. Депрессивный

больной боится поднять глаза из-за чувства вины, углы рта и верхние веки у него опущены, над веком образуется трагическая треугольная складка – складка Верагута. Под маской жестокости или высокомерия может скрываться боязнь людей и неуверенность, под маской подчеркнутого послушания – затаенная агрессия и готовность к саботажу, под маской холодности – взрывоопасный накал эмоций.

Дряблая, склоненная фигура, шаркающая походка и вялые, замедленные, робкие движения говорят о депрессии. У пациентов с внутренним напряжением, страхами и выраженными тиками наблюдается скованная, неуверенная, семенящая походка. Для больных неврастенией с психической гиперактивностью характерны стремительные, размашистые движения, для больных шизофренией – угловатые, «рваные» движения, не гармонирующие с окружающими объектами.

Пожимая руку, истеричная пациентка демонстрирует свою значимость и театральную напыщенность чувств. Психастеник делает это робко или подчеркнуто смело, чтобы скрыть свою неуверенность. Рукопожатие эпилептика – чрезмерно сильное и продолжительное. Сжатые кулаки, скрещенные руки и ноги, отстранение или отворачивание отражает стремление отгородиться.

Частая перемена поз, ерзанье, суетливость движений выдает напряженность и внутреннее беспокойство. Сидение на кончике стула может означать и стремление привлечь к себе внимание, и готовность к немедленному действию, и стрем-

ление унять накопившееся напряжение, и желание уйти. Перебирание мелких предметов отражает нервозность и неуверенность. «Заламыванием» рук человек молит о снисхождении. Собирая с одежды существующие и несуществующие ворсинки, он показывает, что ему не нравится, о чем говорят или что делают окружающие.

## **Определите психотип клиента**

Определение психотипа проводится в соответствии с (Таланов, Малкина-Пых, 2004).

**Экстраверт.** Обращенность личности вовне, вплоть до самоотчуждения. Стремление охватить как можно больше всего вокруг, раскованная жестикуляция «от плеча», быстрота движений, склонность к доминированию в разговоре и в контактах. Распахнутый взгляд, оживленность в общении, активные и несколько поверхностные проявления любопытства (без склонности углубляться в тему). Для экстраверта более характерно перечисление увиденного, чем его оценки.

Экстраверт полон энтузиазма, очень активен, ему трудно оставаться на месте, и поэтому он занимается спортом или другой физической активностью. Он предпочитает физическую работу умственной, ему не трудно работать допоздна. К некоторой любви к риску добавляется немного безответственности, что даже помогает находиться в выигрыше. Экстраверту свойственны импульсивность, гибкость

(и непостоянство) поведения, экспрессивность эмоций, возможны агрессивность и фрустрированность, страстность и в общем неплохая, но эгоцентричная социальная адаптированность.

Экстраверт очень общителен, охотно помогает другим, всегда весел. Все это очень ценится его друзьями, но порой он немного назойлив. Общительность экстраверта предполагает наличие скорее слушателей, чем собеседников. Такова же и его инициативность, требующая скорее исполнителей, чем сотрудников. Он тяготеет к поверхностности и вспыльчивости, в беседе иногда теряет терпение слушать других. Маленькие детали могут часто вывести его из себя, но он очень быстро забывает о своем гневе, отходчив, искренен и великодушен, так что окружающие тоже забывают об этом. Обычно это холерик или сангвиник.

**Интроверт.** Сдержанность, большая осторожность в своих проявлениях. Интроверт размышляет в мире и спокойствии, не подвержен импульсам, взвешивает все «за» и «против». Он очень часто пребывает в своих мыслях, предпочитает проводить время в чтении и уединении. Ему нравится расширять кругозор, он действует с точностью и терпением. Для него характерно медленно пробуждающееся любопытство (склонность углубляться в обсуждаемую тему), сдержанная жестикуляция «от локтя», в высказываниях просматривается много отношений («мне нравится, не нравится, это – люблю, это – нет...»). Его друзья не «блестящий круг», но

тщательно отобраны и должны, как он, любить чтение, музыку, театр и спокойные вечера. Чаще всего это флегматик или меланхолик.

**Рационал.** Некоторая резкость и определенность хорошо координированных движений, напряженность в осанке (жесткая спина) – часто про таких говорят «аршин проглотил». Походка четкая, движения резкие. Сядься, сохраняет прямую спину, редко заваливается на бок, даже если опирается на спинку стула, кресла. Речь – без циклических повторений и без излишней ассоциативной образности, жесты во время разговора либо отсутствуют, либо отстают от сопровождаемой ими фразы.

Самая характерная черта рационалов (а также логиков и этиков) – любовь к планированию и нелюбовь к неожиданностям. Рационал знает, где будет отдыхать летом через три месяца, что будет есть на ужин и во сколько сядет ужинать. Иррационал этого не знает и не желает знать, зато как рыба в воде чувствует себя в потоке динамичных, быстро меняющихся, неожиданных событий.

Крайний случай рациональности – игнорирование реальности. Школьник-рационал может аккуратно решить подряд 20 арифметических примеров и не заметить, что в половине случаев вместо сложения от него требовалось произвести умножение. Выраженный рационал вязко-правилен в своих оценках: он судит не о том, что есть, а о том, как должно быть по его мнению. Вот почему у рационалов, как правило,

повышена шкала лжи (при их полной убежденности в своей искренности).

**Иррационал.** Во всем облике – текучесть, зыбкость, тело как будто гуттаперчевое, легко принимает форму кресла, дивана, сядясь, облокачивается на подлокотники, спинки, при этом спина может сильно изогнуться. Походка плывущая, перекатывающаяся, парящая; движения могут производить впечатление неожиданных или разболтанных, плохо скоординированных. Когда иррационал стоит, у него что-нибудь обязательно болтается, вертится – руки, пальцы, туловище или голова. Иррационалу трудно сохранять неподвижную позу. Длинные совещания, доклады, театральные постановки иррационалы переносят плохо. Норовят выйти «перекурить», вертятся или засыпают.

Речь – с циклическими повторениями (возвращение, как будто что-то увидев или вспомнив, к ранее произнесенной мысли). Речь иррационалов часто либо заторможенная, либо путаная, либо «спотыкающаяся», в ней чаще, чем у рационалов, встречаются слова-паразиты («вот», «как бы», «типа», «так сказать» и т. п.). Во фразах недостает глаголов (особенно у интуитов), фразе часто предшествуют «беканье» и «меканье», как будто что-то хватающие жесты рукой в воздухе – создается впечатление, что человек подыскивает нужные словесные выражения к уже существующему в его голове мысленному образу.

Иррационалы любят обилие сенсорных, особенно зри-

тельных впечатлений и устают от долгих разговоров. Характерный пример: стекла в личных автомобилях у иррационалов чаще светлые, незатемненные, а радио выключено. У рационалов радио включено, а боковые стекла затемнены. Из двух детских психиатрических патологий: шизофрении и детского аутизма – шизофрения с большей вероятностью «произрастает» на рациональной почве, а детский аутизм – скорее на иррациональной.

**Логик.** Лицо вдумчивое, эмоции контрастные, интересы связаны с предметной реальностью. Веки глаз часто прищурены (особенно у логико-интуитивных и интуитивно-логических типов). Брови ниже, чем у этиков, приближены к глазам. Взгляд несколько тусклый, «без искры». У сенсориков он может быть и пристальным, но по-прежнему «неживым» и холодным.

Динамика эмоций слабо отражается на лице, но может сохраняться в модуляциях голоса. Чаще производит впечатление невозмутимого человека. Проявляет интерес к фактам, эрудирован. Нередко позволяет себе неэтичные высказывания, не замечая этого. Речь более четкая, сухая и логично-последовательная, нежели у этиков. Легко оперирует длинными, сложносочиненными и сложноподчиненными предложениями. В речи часто проскальзывают слова иностранного происхождения и специальные термины.

**Этик.** Лицо изменчивое, сильно зависящее от настроения, хорошо видна гамма чувств, оттенки переживаний, ин-

тересы связаны с людьми и их отношениями, сильная зависимость от чужих настроений, обидчивость. На лице часто появляется улыбка. Брови над глазами приподняты, нередко выгнуты дугами вверх.

Речь этика воспринимающему ее человеку логического склада часто кажется фрагментарной, построенной как бы на намеках. От подлинных ассоциативных намеков интуитов «намеки» этиков отличаются тем, что не имеют ассоциативного «второго дна», а кажущаяся их незавершенность самим этиком воспринимается как полная завершенность – ведь он обозначил объект неким чувственно окрашенным словом, значит, полностью его охарактеризовал. Разве непонятно, о чем и о ком шла речь? Этик, рассказывая о чем-то или о ком-то, дает оценки (хорошо, плохо...); логик предпочитает обходиться без оценок, а перечислять только факты.

**Сенсорик.** Ухоженный вид, одежда подобрана со вкусом, ногти в порядке, у женщин – маникюр, тщательно выполненный макияж, взгляд глаз конкретный, пристальный, как бы сканирующий глаза собеседника или окружающее пространство. Интересы в разговоре имеют практическую направленность (карьера, деньги, купить телевизор, дачу, машину, дом...). Сенсорики любят часто звонить партнерам и расспрашивать о ходе общих дел – ведь, в отличие от интуитов, они не умеют домысливать отсутствующие звенья информации и стараются быть в курсе всего, чтобы не потерять контроль над ситуацией. На рабочем месте сенсориков

– удовлетворительный порядок, много предметов, которые нужны лишь для украшения.

Сенсорная функция в целом обеспечивает человеку здоровый эгоцентризм, практичность и связь с потребностями реальной жизни – соответственно, по представленности этих свойств также можно судить о выраженности сенсорики.

**Интуит.** Увлеченность не столько практическими вещами, а скорее идеями, не конкретикой, а абстракциями. Для интуитов характерен расфокусированный взгляд (в бесконечность или куда-то вверх, что особенно хорошо заметно на фотографиях). Интуит замечает крупное, общее, но не видит мелкое (картинка, одежда...), обнаруживает стремление в разговоре к обобщающим выводам. Нередко – небрежность в одежде, беспорядок в комнате. Речь в сравнении с сенсориками более ассоциативно-образная, часто с юмором или иронией, богатая прилагательными и существительными и бедная глаголами.

## **Определите ведущий тип восприятия клиента**

По ходу беседы определите ведущий тип восприятия клиента и подстройтесь к нему с учетом особенностей речи.

**ЗРИТЕЛЬНЫЙ ТИП.** Картина, точка зрения, перспектива, видение, взгляд, угол зрения, аспект, горизонт, иллюзия, экран.

Видеть, смотреть, представлять, появляться, замечать,

освещать, описывать, различать, иллюстрировать, прояснять, наблюдать, показывать, затемнять.

Четкий, блестящий, ясный, цветной, размытый, светящийся, большой, маленький, открытый, закрытый, изолированный, удаленный, узкий, широкий.

Я вижу, о чем вы говорите. Видеть в розовом свете. Пролить свет. Быть на виду. Показать в истинном свете. На первый взгляд.

**ОСЯЗАТЕЛЬНЫЙ ТИП.** Тяжесть, дыхание, чувство, напряжение, нагрузка, вес, давление, удар, контакт, движение, температура.

Касаться, трогать, поражать, ощупывать, стучать, мять, брать, взять, ухватить, тянуть, смягчать, сжимать, держать, давить, ощущать, стабилизировать, шевелиться.

Чувствительный, осязаемый, крепкий, тяжелый, парализованный, холодный, душевный, раздраженный, ледяной, твердый, вялый, закоренелый, невыносимый.

Чувствовать проблему. Камень с души свалился. Развязывать узел. Вбивать клин. Наложить лапу. Резать подметки на ходу. Крепко держаться.

**СЛУХОВОЙ ТИП.** Тон, слово, крик, интонация, симфония, речь, шепот, голос, болтовня, монолог, диалог, музыка, ритм, мелодия, эхо, песня.

Слушать, усиливать, гармонизировать, говорить, сказать, рычать, молчать, звать, напевать, объявлять, спрашивать, выражать, обсуждать, излагать, кричать, звонить.

Говорящий, шумный, молчаливый, глухой, немой, болтливый, мелодичный, неслышанный, созвучный. Говоря иными словами. Задавать тон. Напрячь слух.

Вы можете уточнить ведущий канал восприятия клиента, спросив его о том, как бы он хотел провести «отпуск мечты». Или: «Как бы вы хотели отметить Новый год?», «Какие у вас планы на ближайшие выходные?», «Вспомните самое волнующее событие за последний месяц» и т. д.

А теперь проследите, в какую сторону клиент отвел глаза, прежде чем ответить. В зависимости от направления взгляда можно сказать, какие образы создает человек: зрительные, слуховые или осязательные.

1. Если взгляд направлен вверх, то это говорит о формировании зрительных образов, рисовании картинки – зрительный тип.

2. Если взгляд направлен вниз, то это означает, что человек пытается прислушаться к своим чувствам и ощущениям – осязательный тип.

3. Если взгляд направлен прямо, либо влево или вправо, без смещений вверх-вниз (как бы в сторону ушей), то это говорит о формировании звуковых образов – слуховой тип.

Внимательно проанализируйте ответы на заданные вопросы. Например, если на вопрос «Где лучше провести отпуск?» клиент при ответе использует следующие эпитеты:

1) лазурное море, желтый песок, вид на горы из окна, яр-

кое солнце, загорелые девушки в купальниках и другие зрительные образы, то, вероятно, клиент – **зрительный тип**;

2) теплый бриз, запах моря, горячий песок, тело, горячее от загара, расслабление, спа-отель и т. д., то клиент, скорее всего, **осязательный тип**;

3) шум волн, тишина на рассвете, крик чаек, зажигательная музыка, свист ветра и т. д., – наверное, это **слуховой тип**.

Чаще всего клиенты относятся к смешанному типу восприятия. Поэтому на практике приходится еще следить, какой канал больше открыт для восприятия в данный момент. Этот навык автоматизируется с опытом. Но есть еще одна сложность. Дело в том, что у человека существует абстрактно-логическая система обработки информации. Она больше всего развита у людей с приматом теоретических знаний и логики.

ЛОГИК ориентирован прежде всего на схемы, однозначный смысл и функциональную простоту. В его лексиконе часто встречаются выражения: «Как это понять?», «Что вы этим хотите сказать?», «Это надо обдумать», «Итак, мы должны сделать следующий вывод...» В разговоре с логиком складывается впечатление, что он как будто не столько чувствует, сколько знает, и еще больше – стремится узнать, осмыслить, понять и разложить по полочкам. Однако люди с ведущим логическим каналом восприятия как раз невероятно чувствительны и ранимы. Поскольку логик воспринимает

мир через отвлеченное осмысление, общаться с ним стоит именно с помощью логических доводов, желательно еще и подкрепленных статистическими данными.

## **Составьте список проблем клиента**

Составьте список проблем клиента в порядке степени важности. Установите, какие темы наиболее дискомфортны. После этого спросите его: «Что вы считаете самой трудной проблемой, о которой и думать не хочется?» Этот вопрос может привести к появлению новой важной информации, подробное рассмотрение которой может стать задачей следующей сессии. В таком случае предложите клиенту оставить слишком трудную тему для будущей работы и перейти к тому, что можно сделать уже сейчас.

Выясните, как клиент представляет себе происхождение проблемы, как пытался ее решить? Определите возможности клиента: практические и личностные ресурсы, отношение окружающих. Спросите клиента, что произойдет с ситуацией и с ним самим, когда проблема будет решена.

## **Проясните запрос клиента**

Это может быть просьба об эмоциональной и моральной поддержке, о содействии в анализе ситуации, об информа-

ции, об обучении навыкам, о помощи в выработке позиции, об оказании влияния на других значимых лиц. Договоритесь, на чем вы остановитесь сегодня.

## **Уточните установку клиента**

Необходимо понять, какая установка у вашего клиента – деловая, меркантильная, игровая. Деловая установка может быть адекватной и неадекватной – с преувеличением ваших возможностей. Меркантильную установку также можно разделить на два варианта: «требовательный заказчик» («Кто платит, тот и диктует») и «обаятельный заказчик» («Я вам доверие и благодарность, вы мне – всего себя»). Игровая установка проявляется в том, что клиент заинтересован не столько в решении проблемы, сколько в выигрыше для самолюбия («Даже вы не знаете решения проблемы!»).

## **Углубите запрос клиента**

Например, если вначале клиент осознаёт свою неэффективность в родительской роли, то затем – в супружеской. Переключите внимание клиента с негативных проявлений проблемы на ее значение для его личностного роста. Помогите переформулировать ее так, чтобы перейти от конфронтации с проблемой к ее принятию. Предложите клиенту найти но-

вое, позитивное название для проблемы.

*Клиентка упрекает себя, что она плохая мать, не может заставить сына учить уроки. Муж ругает ее за это, а ей до слез жалко сынишку. Совместными усилиями была найдена формулировка: «Моя любовь к сыну побеждает мой страх перед мужем, поэтому я смогу договориться с сыном по-хорошему». Клиентка расплакалась, после чего призналась, что почувствовала облегчение и оптимизм. Оказывается, она хорошая мать. Проблема скорее в том, как договориться с мужем.*

# Третий шаг консультирования

## Выработка решений

Важнейшая задача консультанта – приучить клиента самостоятельно принимать решения и отвечать за последствия своих поступков. Предложите клиенту хорошо подумать, прежде чем совершить рискованный поступок: скоропалительно оформить брак или развод, уволиться или пойти на сомнительную сделку. Попросите клиента вспомнить способы, которые помогали при решении подобных проблем в прошлом. Пусть он пофантазирует вслух: что будет через год, если он выберет тот или иной вариант решения проблемы?

Проведите «мозговой шторм» с помощью следующей таблицы, взвесив «За» и «Против» по каждому варианту решения проблемы.

### «За» и «Против»

Вариант  
решения  
проблемы

Выгоды для клиента

Потери для клиента

Материальные:

Материальные:

В самоуважении:

В самоуважении:

В одобрении других:

В неодобрении других:

Обратите внимание на то, какие эмоции испытывает клиент. Удовлетворен ли он перспективой? Если, на ваш взгляд, клиент упорно «ищет не там», спросите его, не хочет ли он рассмотреть и другие варианты. После получения согласия предложите ему на выбор несколько своих вариантов. Очень важно при этом учитывать индивидуальные и культурные различия. То, что подходит вам, может оказаться неприемлемым для клиента.

Избегайте категоричных высказываний. Используйте вводные обороты: «Не кажется ли вам, что...», «А что, если...», «Может быть, лучше было бы...» и т. п. Смягчите интонацию и завершите свое высказывание вопросом: «Как вам это?» и «Что бы вы могли еще предложить сами?». Будьте особенно осторожны с рекомендациями, если клиент жалуется на родителя или супруга, которые пытаются им руководить, – вы рискуете попасть на одну доску с ними. Зависимый клиент, наоборот, ожидает вашего руководства. Но это может дойти до символического усыновления или удочерения, а далее и до разочарования клиента и выгорания консультанта.

*Консультант раскритиковал беременную подругу клиента и настроил его так, чтобы он настаивал на аборте. После аборта подруга оставила клиента, а его стали преследовать угрызения совести и картинки шевелящегося плода*

*на УЗИ. Он возненавидел консультанта и прекратил работу.*

## **Информирование клиента**

Клиент вправе надеяться на вас как на эксперта и информатора в области психического здоровья. Клиенту станет легче, когда он узнает, что мастурбация больше не считается вредной, гомосексуализм перестал считаться психической аномалией, что испытывать иногда враждебные чувства к любимому человеку – нормально, а консультация психиатра не влечет автоматической постановки на учет. Проследите, чтобы сообщение необходимой информации не превратилось в микролекцию и повод для «профессионального» самоутверждения.

Помимо (или вместо) психологической помощи клиент может нуждаться в помощи другого специалиста: психиатра, юриста, сексолога и т. д., либо тех или иных служб, например, группы анонимных алкоголиков или кризисного центра. Жене агрессивного социопата предложите в случае его угроз обратиться в полицию. Проработайте ее страх перед агрессором. Укрепите доверие к возможным защитникам. Повысьте ее самооценку. Выработайте оптимистическую жизненную перспективу. Окончательное решение по поводу совместной жизни остается за клиенткой. Оно учи-

тывает ее реальные возможности на этот момент и должно быть взвешенным – итогом рассмотрения всех «за» и «против».

# **Четвертый шаг консультирования**

## **Обобщение результатов**

### **взаимодействия с клиентом**

Предложите подвести итоги, спросите клиента, как он собирается действовать. Выясните, насколько оправдались ожидания, с которыми клиент обратился к вам за помощью. Спросите его: «Как вы себя чувствуете сейчас?», «Насколько то, что произошло, соответствовало вашим ожиданиям?», «Не упустили ли мы чего-нибудь важного, есть ли еще что-то, что вам хотелось бы добавить?»

Нередко клиент придерживает самое главное до конца сессии. С одной стороны, он оттягивает прикосновение к больной теме и сокращает время «операции». С другой, сознательно или бессознательно надеется занять ваше личное время – вы же утешите рыдающего гостя? И наконец, клиент получает возможность для недовольства: вы только в конце выяснили самое главное. Скажите клиенту: «Жаль, что у нас не осталось времени для такой важной темы. Хотите встретиться еще?»

Подобные вопросы позволяют обнаружить и обсудить возможные разочарования, выявить и скорректировать нереалистичные ожидания от разовой встречи. При необходимости договоритесь с клиентом о времени следующей сес-

сии и оба зафиксируйте его в своих ежедневниках. Иногда полезно дать клиенту домашнее задание – например, записывать, в каких ситуациях возникают проблемы, и как он справляется с ними.

# **Пятый шаг консультирования**

## **Выход из контакта**

В течение последних 10 минут сессии снизьте эмоциональный накал, незаметно сменив тему на менее напряженную и овладев ходом беседы, увеличьте долю своих высказываний, замедлите темп речи. Делайте более частые и продолжительные паузы, чтобы клиент мог восстановить обычный самоконтроль.

### **Отсоединение**

Чтобы у клиента в конце сессии не возникло чувства, что его выгоняют, оставьте для прощания пару минут. Если вы делаете записи во время сессии, к концу встречи закройте тетрадь и отодвиньте в сторону. Можно выразительно посмотреть на часы или предупредить: «Нам пора заканчивать». Не поддерживайте больше разговор, наклонитесь вперед, опираясь руками на колени, как перед вставанием. Встаньте и пойдите к выходу. Молча откройте дверь и пропустите клиента вперед. попрощайтесь на волне доброжелательного оптимизма.

Оставляйте 10 минут между сессиями. За это время завершите запись проведенной сессии. Если не сделать этого

сразу, важная информация может быть безвозвратно утеряна. Подготовьтесь к встрече со следующим клиентом. Для этого прочитайте запись последней сессии, проведенной с ним. Таким образом вы обеспечите мозгу активный отдых и переключитесь с одного клиента на другого.

## **Накладка**

Если по вашей оплошности два клиента пришли на сессию в одно и то же время – извинитесь и предложите поработать полчаса с каждым – по 15 минут вы сможете добавить в следующий раз. Другой вариант: одному из них прийти сегодня, когда у вас появится окошко, или сразу после окончания вашего рабочего дня. Пусть клиенты сами определятся, кто останется сейчас, или кинут жребий. Ваш выбор может выглядеть как предпочтение одного другому и наверняка спровоцирует реакцию переноса у обоих клиентов.

Обязательно разберитесь, с чем связана ваша оплошность. Нечетко договорились с одним из клиентов? Не является ли это негативной контрпереносной реакцией? Не стали ли вы в последнее время забывчивым из-за перегрузки, и не сократить ли вам число клиентов или взять небольшой отпуск?

# Краткосрочное консультирование

*Дай человеку рыбу, и ты покормишь его только раз. Научи его ловить рыбу, и он будет кормиться ею всю жизнь.*

*Китайское изречение*

Клиенту с хроническими проблемами задайте следующие вопросы: «Расскажите мне еще немного о себе, может быть, что-нибудь из детства», «Расскажите немного о своих родителях», или: «Каким вы были ребенком?», «Что было для вас важным событием в жизни?» Выясните, каковы его отношения с родителями, особенности развития в детстве, важные события во время учебы, особенности сексуального развития, как протекала личная и семейная жизнь, как строилась служебная карьера, какова жизненная ситуация больного в настоящее время.

Выявите актуальные темы, области фиксаций и конфликтов, неоплаканные утраты. Отметьте основные психологические защиты, бессознательные фантазии, желания и страхи. Определите центральные идентификации, самооценку, его ответственность, рассудительность, интуицию, чувство юмора и общительность.

Постарайтесь понять, какую фрустрированную потребность клиента удовлетворяет симптом, что было бы с человеком без этого симптома. Уточните готовность клиента к

сотрудничать, его установку на избавление от симптома или желание работать над его глубинными причинами. Уровень мотивации к этой работе зависит от силы «Я». На невротическом уровне оно дистанцируется от пугающей потребности, но не так уж боится признать ее. На пограничном уровне слабое «Я» просто отрицает такую потребность, защищается морализацией, интеллектуализацией, отрицанием, самоиронией.

Вернитесь к этому вопросу в конце диагностической стадии – в сложных случаях она может занять до 5 сессий. Предложите клиенту выбрать программу-минимум, ориентированную на симптомы, или программу-максимум, рассчитанную на работу с собой. Напомните, что скупой платит дважды. Обсудите вопрос о частоте сессий: если встречаться с клиентом реже одного раза в неделю, основное время встречи уходит на рассказ о том, что произошло за это время. Забывается содержание предыдущей сессии, трудно установить эмоциональный контакт и обеспечить непрерывность работы.

*Клиент с хроническими проблемами интересуется, сколько времени займет работа.*

*– Над симптомами меньше, чем над их корнями. Однако если оставлять корни, снова вырастают какие-нибудь симптомы. Приходится возобновлять работу.*

*– Авось, не вырастут! За какое время вы сможете при-*

*вести меня в норму?*

*– Это будет зависеть не столько от меня, сколько от вашей активности, частоты встреч, позиции окружающих, ну и от непредвиденных обстоятельств.*

Расскажите клиенту в общих чертах об условиях, необходимых для того, чтобы ваша помощь была эффективной. Опишите методы, которые вы собираетесь использовать в работе, и приведите краткие, но убедительные примеры их удачного использования. Объясните необходимость пробного периода и оговорите его продолжительность (до 5 сессий).

Подчеркните важность активной позиции клиента, его откровенности на сессиях и продолжения работы с собой между сессиями. В заключение обсудите с клиентом предварительный текст рабочего договора и дайте ему экземпляр с собой.

# Рабочий договор

## Договор

г. Москва,

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_ г.

Гр. \_\_\_\_\_,

именуем\_\_ в дальнейшем «Клиент», и

\_\_\_\_\_, име-

нуемый в дальнейшем «Консультант», заключили настоящий договор о следующем:

1. Цель договора – обеспечение Клиентом и Консультантом благоприятных условий для совместной работы Клиента и Консультанта.

### **2. Консультант обязуется:**

2.1. соблюдать конфиденциальность Клиента и сведений о его действиях и состоянии, если они не связаны с угрозой жизни Клиента, Консультанта или третьих лиц;

2.2. провести диагностическое обследование Клиента;

2.3. обсудить с Клиентом диагностическое заключение;

2.4. ознакомить Клиента с современными методами пси-

хологической помощи;

2.5. своевременно информировать Клиента о необходимости получения Клиентом консультации другого специалиста;

2.6. составить вместе с Клиентом план совместной работы Клиента и Консультанта, в котором указать:

а) цель работы;

б) задачи, необходимые для достижения цели работы;

в) средства, имеющиеся у Клиента для решения этих задач (психологические и материальные возможности, время, поддержка близких людей);

г) форму помощи Консультанта (с учетом вышеупомянутых пунктов);

д) распределение ответственности за достижение цели работы;

2.7. обеспечить Клиенту место и время для совместной работы:

2.7.1. находиться на рабочем месте 45 минут от начала сессии, если Клиент ее не отменил;

2.7.2. во время сессии не отвлекаться на свои личные дела;

2.7.3. договариваться о переносе времени сессии за 24 часа или раньше;

2.7.4. извещать о предстоящем отпуске за 15 дней;

2.7.5. предоставить Клиенту возможность зафиксировать постоянное время сессий;

2.7.6. предоставить Клиенту право отменить абонируемое время сессии без оплаты за 24 часа до начала сессии или раньше.

### **3. Консультант вправе:**

3.1. Отказаться от исполнения настоящего договора и совместной работы с Клиентом в случае:

а) если результаты диагностики не позволяют по усмотрению Консультанта предложить Клиенту форму помощи Консультанта;

б) выявления своей неспособности разрешить проблему Клиента после начала совместной работы;

в) нарушения Клиентом какого-либо из взятых на себя обязательств по настоящему договору;

3.2. не отвечать на звонок Клиента по домофону раньше оговоренного начала сессии;

3.3. закончить сессию через 45 минут после оговоренного начала сессии;

3.4. получить оплату за пропущенную сессию, если Клиент не отменил ее за 24 часа, за исключением форс-мажорных (массовых катастрофических) обстоятельств. При этом внезапная болезнь Клиента или ДТП с участием Клиента анализируются как возможная психосоматическая реакция или бессознательное саморазрушающее поведение Клиента и не относятся к форс-мажорным обстоятельствам по настоящему договору;

3.5. отменить фиксированное время сессий после одного пропуска сессии Клиентом;

3.6. повысить размер гонорара, предупредив об этом Клиента за месяц.

#### **4. Клиент обязуется:**

4.1. правдиво, без утайки рассказывать о своих делах, взаимоотношениях и чувствах, в том числе чувствах, испытываемых к Консультанту;

4.2. принимать важные решения в личной и профессиональной сфере после обсуждения с Консультантом;

4.3. обсуждать с Консультантом необходимость получения Клиентом консультаций других специалистов и результаты таких консультаций;

4.4. разделять с Консультантом ответственность за эффективность совместной работы;

4.5. принимать решение о частоте встреч, прерывания или прекращения работы после обсуждения с Консультантом;

4.6. посещать Консультанта с оговоренной частотой в течение оговоренного времени;

4.7. предупреждать об отпуске за 15 дней;

4.8. оплачивать сессию после ее окончания;

4.9. оплатить пропущенную сессию, не отмененную Клиентом за 24 часа или раньше;

4.10. предупреждать по телефону об опоздании или пропуске сессии.

## **5. Клиент вправе:**

- 5.1. познакомиться с документами, удостоверяющими профессиональную подготовку Консультанта;
- 5.2. ознакомиться с диагностическим заключением Консультанта после 5 первых сессий;
- 5.3. участвовать в составлении плана работы;
- 5.4. получить фиксированное время сессий посещения Консультанта;
- 5.5. отменить сессию за 24 часа или раньше без ее оплаты;
- 5.6. отказаться от исполнения настоящего договора в случае повышения Консультантом размера гонорара;
- 5.7. прекратить работу с Консультантом после обсуждения возникших проблем.

6. Настоящий договор вступает в силу с \_\_\_\_\_ 201\_ г.

Клиент

Консультант

Утро вечера мудренее. По крайней мере, одна ночь должна пройти между вашим предложением начать работу на определенных условиях и решением клиента. За эту ночь, между прочим, может появиться предупреждающее сновидение, привлекающее внимание к тем вещам, которые вначале ускользнули от вашего внимания. И неважно, появилось

оно у вас или у клиента.

Мало обладать выдающимися качествами, надо еще уметь ими пользоваться.

*(Франсуа Ларошфуко)*

## **Пробный период**

После окончания диагностического периода переходите к пробному. В течение оговоренного числа пробных сессий (3–5) уточните предварительный диагноз и вместе с клиентом решите, подходит ли ему выбранный метод работы, сможете ли помочь клиенту вы сами или понадобится другой специалист. В сомнительных случаях можно продлить пробный период еще на 3–4 сессии.

Если вы решили продолжить, уточните с клиентом цель и задачи работы, методы и примерные сроки. В дальнейшем план работы может измениться с учетом выявленных новых обстоятельств или неожиданного изменения ситуации. Главное – не беритесь за то, что вам не по силам, опасаясь травмировать клиента отказом. Оставьте у него доверие к психологической помощи в других условиях и постарайтесь обеспечить их.

В процессе работы задавайтесь нижеследующими вопросами:

- Делает ли клиент различие между ситуацией, мыслями

и эмоциями, или он путает эти три понятия?

- Согласен ли клиент с тем, что его переживания вызваны не столько самой ситуацией, сколько его отношением к ней?

- Понимает ли он негативное влияние своих убеждений на свою жизнь, или же считает, что его мысли не имеют никакого отношения к тому, что он чувствует и как себя ведет?

- Понимает ли клиент необходимость анализа полезности и ложности своих убеждений, или полностью доверяет своим представлениям о реальности?

- Удалось ли клиенту найти центральные убеждения, связанные с его эмоциональными реакциями? Убеждения, в которых он отдает себе отчет, зачастую являются лишь поверхностными представлениями, поэтому обычно приходится в течение нескольких сессий исследовать убеждения клиента, чтобы выявить центральные.

- Может ли клиент успешно проанализировать свои утверждения и принять решение об их полезности и ложности?

- Принял ли он идею о том, что если мысль логически неверна, ее лучше изменить?

- Имеется ли у клиента мотивация к внутренним изменениям, или он просто плывет по течению безо всякого желания работать с собой?

- Продолжает ли клиент работать над собой между сессиями или работает только во время сессий?

- Готов ли клиент работать в течение длительного периода времени, а не только тогда, когда ему плохо?
- Не являются ли ожидания клиента относительно эффективности работы завышенными или заниженными?
- Не думает ли он о том, что другой подход или другой консультант ему поможет больше?
- Не могут ли ваши усилия быть неэффективными потому, что клиент их саботирует?

## **Используйте позитивный подход**

Он предусматривает спонтанные эмоциональные реакции консультанта, которые являются выражением интереса и уважения к возможностям клиента и возникают уже при высказывании им намерения двигаться в конструктивном направлении. Вначале внимательно выслушайте клиента, стараясь понять его мысли и чувства. Затем постарайтесь найти положительные стороны у клиента или в самой ситуации и предложите эти соображения клиенту, чтобы он стал уважать себя и свою способность справиться с ситуацией.

Наши клиенты нуждаются в безусловном принятии. Начинающие консультанты нередко путают принятие с согласием или одобрением, нейтральностью или терпимостью, сочувствием или жалостью. Принятие означает, что клиент имеет право чувствовать и думать по-своему, и это не мешает вам сохранять к нему интерес и симпатию, даже когда вам

не нравятся какие-то особенности его поведения.

Принять неприятные для вас стороны клиента – значит расширить самопринятие. Этим отношение зрелой личности отличается от агрессивной ксенофобии и идеализирующего симбиоза. Сравните поведение клиента не с намеченным плюсом, а с прежним минусом. При регрессе напоминайте клиенту о прежнем плюсе.

Приучите клиента сравнивать себя не с более успешными людьми, а с собой прежним, не таким хорошим. Пусть стремится не догнать и перегнать кого-то, а сегодня быть лучше, чем вчера. Находите вместе ситуации, где клиент может испытать чувство удовлетворенности от собственной компетентности и полезности, получить заслуженное признание и таким образом повысить свою самооценку. Подчеркивайте достоинства клиента, открыто радуйтесь его успехам.

Укрепить веру клиента в себя можно с помощью специальных техник.

## **Принцип достаточности, или Не чините то, что не сломано**

Основан на том, что переписывание плохого сценария влечет за собой изменения в ближайшем окружении человека, которые, в свою очередь, влияют на его личностные установки. Фиксация внимания на ресурсах клиента и сведение к минимуму вопросов о происхождении проблемы,

отказ от профессиональной терминологии ослабляют пессимизм и чувство беспомощности у клиента.

## **Деконструктивное выслушивание**

Направлено на поиск скрытых смыслов конфликтных историй. Тем самым ослабляется влияние господствующих, ограничивающих личных мифов, у клиента появляется возможность переписать свою историю, как ему удобно. При этом конструирование допускает много потенциальных возможностей, где одни ресурсы не исключают, а дополняют другие. Деконструируются также культуральные и профессиональные мифы – об объективной истине, эдиповом комплексе, правильной интерпретации и т. п. Консультант и клиент говорят: «Я полагаю..., я допускаю...»

## **Техника ключевого эпизода**

Направлена на то, чтобы по-новому связать прошлое, настоящее и будущее. Так, конфликтующую супружескую пару попросите вспомнить счастливые эпизоды их совместной жизни и выясните, что помогало тогда обходиться без конфликтов (например, терпимость). Затем попросите посмотреть сквозь призму этих воспоминаний на последние события. И в заключение предложите представить, как благода-

ря терпимости можно мирно провести предстоящую неделю (месяц, год).

## **Техника оптимистичных «воспоминаний из будущего»**

Например: «Если изменения в вашей семье продолжатся, что нового будет у вас через месяц (через год)?» Или: «Когда ваша родительская семья обратит внимание на то, что вы изменились? Что именно они заметят в первую очередь?»

## **Техника подкрепления позитива**

Все свои реакции, вербальные и невербальные, направьте на подкрепление любого движения клиента в сторону решения проблемы. Это могут быть идеи, намерения, действия. Ищите совместно с клиентом (супружеской парой, семьей) эффективные способы работы, и если они не помогают, постарайтесь найти более действенные формы взаимодействия.

В процессе решения проблемы обращайтесь внимание клиента на то, как в сложных ситуациях он использует разные способы решения проблем, как может импровизировать, изобретать на ходу, рисковать, полагаясь на свою природную мудрость и удачу, на поддержку близких. Хвалите клиента

даже за неудачные попытки: «Значит, вы все же пытались сделать это. И хотя вам было трудно, вы старались найти выход».

Быстрое появление ярких признаков переноса или примитивных защит (расщепления, отрицания, проекции, интроекции), как и выраженное сопротивление, указывает на то, что человеку нужно или больше поддержки, чем предусматривает позитивный подход, или глубинная психотерапия.

Человеческим существам нравится, когда им говорят, что следует делать, однако еще больше им нравится сопротивляться и не делать того, о чем им говорили. Именно поэтому они прежде всего запутываются в ненависти к тому, кто им советует что-то делать.

*(Карлос Кастанеда)*

Если вы с клиентом не зафиксировали постоянное расписание встреч, а клиент не записывается на следующий раз, напомните ему, что будете ждать его звонка. Если вы не сможете провести очередную сессию в фиксированное время, скажите об этом во время сессии, а не при прощании. Оставьте клиенту возможность выразить свою реакцию и проработать ее с вами. Проанализируйте и свои чувства, испытанные в этой ситуации, особенно если она возникает с этим клиентом не один раз.

Клиент при повторном визите ищет, с чего начать разговор, и ожидает вашей инициативы. Поинтересуйтесь, с какими

ми чувствами он ушел после предыдущей сессии, с кем обсуждал их, что попытался применить и с каким успехом. С чем пришел сегодня? Чего ждет от вас и от себя? Что мешает ему приступить к делу? Как он пытается с этим справиться? Как бы вы могли сделать это вместе?

Когда клиент спрашивает вас о чем-то, не спешите отвечать. Постарайтесь понять, какая неудовлетворенная эмоциональная потребность стоит за его вопросом. Если клиент осознает эту потребность, он сможет с вашей помощью переформулировать свой вопрос и начать искать на него ответ.

Говорите только тогда, когда:

- клиент закончил выражать себя и теперь хочет слушать;
- ваше высказывание вырастает из слушания и ведет к дальнейшему выслушиванию;
- ваш вклад незаменим и полезен (например, когда клиент не в состоянии продолжить один);
- вы хотите придать диалогу структуру;
- вам нужно подкрепить высказывание клиента (например, при первых признаках активности, которые неожиданно может проявить депрессивный клиент);
- вы хотите удостовериться в том, что правильно поняли клиента, или в случае необходимости лучше понять его;
- клиент задает конкретные вопросы и не может сам найти на них ответы;
- клиент совершенно не может выразить себя (не может включиться в диалог или надолго замолчал);

- вы хотите показать понимание или вовлеченность, одобрение или положительное отношение;
- вы должны вербализовать что-то, что клиент не в состоянии вербализовать, например, трудные чувства или запретные желания;
- вы желаете быть искренним и понимающим, чтобы отношения с клиентом стали подлинными и открытыми.

В консультировании редко приносят пользу «житейские» советы. Давая такой совет, вы можете попасть в одну из следующих ловушек:

- Каждый раз, когда вы что-нибудь советуете клиенту, вы крадете у него его собственную ответственность и тем самым тормозите процесс личностного роста. У клиента может сформироваться зависимость от ваших советов.
- Клиенты с присущим им духом противоречия поступают «с точностью наоборот».
- Ваше вмешательство не помогло по объективным причинам или из-за сопротивления клиента, и вы получаете плохую оценку.

Вскройте внутренние конфликты клиента и помогите ему:

- пересмотреть свое прошлое;
- найти ресурсы в себе и взаимоотношениях;
- сделать осознанные выборы;
- запланировать будущее и работу с собой;
- сформировать новые вкусы и ценности;
- начать тренировать недостающие навыки;

- отслеживать положительные изменения;
- организовать новые значимые отношения.

## **Заключительная стадия консультирования**

Посвящается подведению итогов и установлению важнейших результатов работы. Необходимо помочь клиенту точнее и конкретнее обозначить изменения, которые произошли в процессе консультирования. Если оно было эффективным, у клиента не должно оставаться потребности в его продолжении.

Критерии завершения работы:

- клиент чувствует облегчение симптомов;
- они воспринимаются как нечто чуждое;
- клиент понимает свои характерные защитные механизмы;
- он способен понять и признать свои характерные реакции переноса;
- клиент продолжает работу над собой в качестве метода разрешения своих внутренних конфликтов.

Напомните клиенту о приближении намеченного срока завершения работы. Помогите точнее и конкретнее обозначить изменения, которые произошли в процессе вашей работы. Проведите обзор его достижений и сделайте вывод о выполнении рабочего договора. Предложите встречаться реже, чтобы клиент постепенно привыкал самостоятельно справ-

латься со своими проблемами.

Помните, что клиенту еще труднее, чем вам, закончить отношения с вами. В этот момент особенно важно разделить его переживания и не скрывать собственных чувств. Заканчивая работу с клиентом, я всегда переживаю чувство утраты. Это болезненно не только из-за ухода клиента, с которым было много пережито. Оживают мои собственные необратимые утраты – к счастью, с каждым разом все менее остро. Клиент на фоне предстоящего расставания тоже вновь переживает чувства, связанные с прежними утратами. У него возникает проблема остатков переноса и замещения консультанта.

Определите вместе с клиентом разочарования, границы и неудавшиеся аспекты консультирования, обсудите возможность повторного обращения за помощью и планы на будущее. При необходимости направьте клиента к другому специалисту, дав ему возможность выбрать одного из нескольких.

*Лизе уже за 30, она хочет семью, детей, но отношения с мужчинами не складываются. У нее сейчас очередной мучительный служебный роман, который как-то затянулся. Лиза опасается зависимости, боится проникновения в ее пространство. Это ассоциируется у нее с властным отцом, болезненным половым актом. Лиза пытается с самого начала построить четкие правила нашей работы, которые*

ограничат мое проникновение на ее территорию.

Отец Лизы – из большой дружной крестьянской семьи. Для своих детей он установил жесткие правила: каждая дочь выполняла определенные обязанности по дому, получала по тарифу деньги, и с нее удерживался штраф за невыполненную работу. Мать Лизы была очень мягкой, нежной, но как бы «замороженной». После рождения дочерей у нее был выкидыш (мальчик), и затем, по-видимому, они прекратили с мужем половую жизнь. Во время беременности Лизой родители хотели Руслана.

В детстве Лиза собиралась выйти замуж за папу. Она лазила по папе, как по дереву, но избегала телячьих нежностей, выглядела перед ним боевой, сильной (как Руслан). Лиза росла активной, воинственной, давала отпор мальчишкам. Часто влюблялась, но скрывала это, «как и положено женщине». Однажды нашла с подружками презерватив и, не удовлетворившись их объяснениями, обратилась к маме. Та объяснила, что он служит для предохранения от беременности, и что половой акт – это болезненная процедура, нужная лишь для рождения детей, так что приходится терпеть.

По стопам отца Лиза поступила на экономический факультет. Когда Лизе было 20 лет, умерла от рака ее мать, и девушка вышла замуж за бывшего одноклассника – звезду школы. Через 8 лет она развелась с ним, так как он стал наркоманом. Потом у Лизы было много мужчин, обычно

*это оказывались маменькины сынки. Они нравятся ей своей мягкостью, но она не может дожидаться от них уверенности и готовности взять на себя ответственность за их отношения.*

*Лизе всегда было нужно, чтобы ее любили все и по максимуму. Лиза готова заслуживать это, играя роль своего парня и одновременно хорошей девочки (Руслан в маминной юбке). Однако она не может ни с кем ужиться больше трех месяцев, так как от страха потерять партнера становится его тенью, и это ему надоедает. С очередным любовником Лиза прошла обычный цикл: выделила его как одного из самых симпатичных сотрудников и дождалась, пока он влюбился. Но через месяц бурных отношений он с оттенком пренебрежения заявил, что у него осталось лишь сексуальное влечение к ней (Лиза плачет).*

*С мамой Лиза выплакивала все свои обиды, та молча гладила ее по голове. Когда после смерти матери Лиза начала делиться своими переживаниями с отцом, тот заявил, что это надо держать в себе. Отец требует от нее брака, внуков и пугает одиночеством. На мое предложение обратить внимание на значение отцовской фигуры в ее проблемах Лиза реагирует болезненно: «Не трогайте моего отца!»*

*Подруги призывают ее не унывать, друзья хотят видеть ее активной и заводной, приходится прятать то, чем давно переполнена ее душа. Раз у других получается нормально, значит, она ненормальная. Если я ее не вылечу за месяц (ведь*

она не тяжело больная), она прекратит ко мне ходить. Лиза считает свою жизнь бессмысленной, так как никто (сейчас я) не может понять и разделить ее переживания. Ей стыдно, что она позволила себе плакать передо мной. Раздраженно вытирая кулачками слезы, Лиза спрашивает:

– А как вы сами переносите кризисы?

– До смерти матери я считал, что давно обхожусь без нее, теперь между мной и смертью никого нет, и я понял, что в этом и была ее важнейшая роль последние годы. Сейчас меня поддерживает принятие жизни и смерти, как они есть, бездонные и вечные, и во всем этом есть мое законное место.

– Да, это то самое, – говорит Лиза, задумчиво глядя мне в глаза.

**Прошел месяц**, Лиза пришла в четвертый раз. Она недовольна мной. Учитель учит ученика, врач лечит больного. А я жду, что клиент будет делать что-то по своему усмотрению. Ей казалось, что я добрый и мягкий (очередной Принц?), к тому же лучше ее знаю, что с ней сделать, она была бы хорошей клиенткой в моих руках. Но она не узнала от меня ничего нового, я ничем не помог ей.

Она перестает понимать меня, когда я в чем-нибудь возражаю ей. Я не всегда даю ей высказать все аргументы в пользу того, что у нее все нормально, и у ее родителей тоже. Она и без меня уже начала пересматривать свое отно-

шение к отцу, которого раньше обожала. А отношение к матери пересмотрела еще раньше. И как это поможет ей в отношениях с мужчинами? Наверное, у нее со мной ничего не получится, как и с другими (я тоже не Принц). Она решила попробовать обойтись без меня.

Обычно Лиза работает допоздна, дома неохотно что-нибудь готовит себе на скорую руку, без аппетита съедает, ложится в постель и проваливается. А вчера она с подругами до 23 часов сидела в кафе, а потом дома до 3 часов ночи примеряла разные наряды к новым босоножкам. Мне нравится и ее сегодняшнний наряд, и женский интерес к своей привлекательности. Не хочется расставаться, но...

– Будем подводить итоги?

– Да. Вы мне ничего не дали. Хотя я стала касаться запретной темы – своих родителей, которые, безусловно, самые лучшие в мире. Но надо было спросить моего согласия касаться этой темы, предупредить, что это может произойти. Вы действовали хитростью. Теперь я вас раскусила, но у вас не получится очернить моих родителей, и вам придется меня потерять (ведь такие потери невозможно пережить, не так ли?). Вы и так целый месяц брали с меня деньги ни за что (а ей в детстве приходилось их зарабатывать у папы). Подругу (которая прислала Лизу ко мне) вы столько времени дурили, и так и не научили, как исправить мужа. Всё, с меня хватит. Нате вам ваши деньги.

– Спасибо.

– На здоровье. Мне еще приходится?

– Как хотите, Лиза, я по-прежнему готов вам помогать.

*Через несколько месяцев подруга Лизы, приславшая ее ко мне, после развода со своим мужем возобновила работу со мной. Подруга передала мне большой привет от Лизы и сообщила, что Лиза готовится к свадьбе с героем затянувшегося служебного романа. Между прочим, его зовут Руслан. – Помните, как родители называли крошку Лизу, когда она обитала в раю маминого животика?*

*Похоже, что Лиза перестала идеализировать отца, отказалась от поиска Принца. Вероятно, себя она тоже не представляет больше принцессой и поэтому согласилась на обычную земную любовь вместо ожидаемого раньше райского блаженства.*

Все наши подсознательные желания, противоречивые по природе и безграничные по содержанию, ждут своего исполнения именно в любви. Наш партнер должен быть сильным и в то же время беспомощным, вести и быть ведомым, быть аскетичным и в то же время чувственным одновременно. Он должен изнасиловать нас и остаться нежным, посвящать все свое время только нам и напряженно заниматься творческим трудом. Пока мы считаем, что он действительно может выполнить все это, он окружен ореолом сексуальной переоценки. Мы принимаем силу

этой переоценки за силу нашей любви, но на самом деле лишь демонстрируем напряженность наших желаний, потому что сама природа этих требований делает их невыполнимыми.

*(Карен Хорни)*

# Структурирование беседы

*Искусство быть мудрым состоит в умении  
знать, на что не следует обращать внимание.  
Уильям Джеймс*

На супервизии довольно часто выясняется, что консультант работает с клиентом без рабочего договора. И это при том, что клиент жалуется на свою «безалаберность», неумение соблюдать границы в отношениях, выполнять принятые решения. Нередко эти же проблемы обнаруживаются и у консультанта. Им обоим оказывается полезным структурировать работу.

# Активное слушание

Активное слушание помогает сосредоточить внимание на клиенте, понять его и «разговорить». Оно отличается от пассивного слушания, применяемого в психоанализе, по следующим показателям (Сидоренко, 2008):

Пассивное слушание	Активное слушание
Терпеливое ожидание того, чтобы клиент заговорил.	Попытки побудить клиента к разговору.
Ожидание того, когда клиент окажется в состоянии сказать нечто действительно важное или интересное. Свободный поток собственных ассоциаций под воздействием того, что уловило собственное внимание.	Попытки точно воспринять сказанное клиентом. Попытки убедиться в точности своего восприятия.
Отвлечение внимания на что-либо другое при сохранении «маски внимания». Ожидание того, когда клиент вернется к теме разговора. Ожидание того, когда клиент перестанет говорить.	Попытки удерживать излишне многословного или отвлекающегося клиента в рамках темы; попытки вернуть его к обсуждаемой теме.

Клиент обычно рассказывает вам, что не устраивает его в его жизни, расстраивает, доставляет огорчения. Внимательно слушайте клиента, не оценивая, не критикуя, не поучая и не утешая. В процессе слушания уточняйте следующее:

- факты (каковы факты, относящиеся к этой ситуации? как отделить факты от их толкований и догадок?);
- чувства (что чувствует клиент по отношению к данной ситуации в целом? что чувствуют другие люди, включенные в эту ситуацию?);
- желания (что хочет клиент в действительности? каковы желания других людей, включенных в эту ситуацию? знает он это наверняка или предполагает?);
- смыслы (зачем ему это?);
- действия (что он сделал или делает, чтобы добиться цели?);
- препятствия (что ему мешает?);
- средства (как он может добиться того, чего хочет?).

# Техники активного слушания (Айви и др., 1999)

Цель слушания	Метод	Приемы слушания
<b>I. Уточняющая проверка</b>		
Прояснение деталей, уточнение фактов, прояснение перспектив, уточнение скрытого смысла или вашего восприятия.	Вопрос «что?», «как?» или «когда?». Переформулирование того, что вы, по-вашему, услышали.	Вы видите эту проблему именно так? Не уточните ли вы, что вы подразумеваете под... Я так понял, что вы сказали... Это верно?
<b>II. Проверка точности восприятия услышанного</b>		
1. Проверка точности услышанного, поощрение дальнейшего обсуждения. 2. Сообщение говорящему о том, что вы уловили основную мысль.	Перефразирование основных идей говорящего с концентрацией на фактах.	Как я понял, проблема состоит в... (своими словами). По-моему, вы сказали, что... Правильно ли я вас понял?
<b>III. Проверка чувств и ощущений</b>		
1. Демонстрация своего внимания и понимания. 2. Уменьшение тревожности, гнева или иных негативных чувств. 3. Сообщение человеку о том, что вы понимаете его чувства.	Отражение чувств говорящего. Перефразирование сказанного своими словами. Поддержка тона разговора – легкого или серьезного. Выражение участия в тех чувствах, которые лучше всего соответствуют состоянию говорящего.	Вам кажется, что вас лечили неправильно. Понятно, что вас вывело из себя это, что это произошло именно с вами. Мне кажется, что, когда ваш начальник говорит с вами в подобной разгневанной манере, вы имеете привычку отключаться. Я чувствую, что вам нравится эта работа, но вы не знаете точно, как ее получить.
<b>IV. Проверка-резюме</b>		
Сосредоточение на ходе обсуждения, переход на более высокий уровень. Сосредоточение на основных моментах, использование их в качестве «трамплина» для последующей дискуссии. Сведение воедино основных идей или фактов. Оценка степени прогресса.	Переформулирование, отражение и подытоживание основных идей и ощущений. В сжатом виде повторяет основные факты и чувства клиента. Полезно повторять периодически во время беседы, обязательно в конце.	Суть проблемы в следующем... А теперь проверим: мы рассмотрели следующие факты... Похоже, что основное в ваших словах было... В качестве резюме могу сказать, что, по-моему, главное состоит в...
<b>V. Выражение принятия</b>		
Стремление оставаться нейтральным и показывать свою заинтересованность. Поощрение говорящего к продолжению его выступления.	Отсутствие проявлений своего согласия или несогласия. Использование междометий и нейтральных выражений, соответствующий тон голоса Выражение своего понимания.	Да. Угу. М-да. Понятно. Понимаю. Сочувственное молчание во время пауз.
<b>VI. Поощрение к продолжению разговора</b>		
Признание важности данной проблемы. Прояснение эмоциональной подоплеку ключевых фактов, помощь в открывании чувств.	Демонстрация желания обсудить данную проблему. Повторение сущности слов клиента и его мыслей, используя его ключевые слова.	Расскажите мне об этом. Да, похоже, что это действительно проблема.

С болтливым или отвлекающимся клиентом проявляйте больше активности, чтобы время сессии не было съедено малозначимыми деталями. И наоборот, с клиентом, который последовательно излагает проблему, обогащая ее все новыми и новыми подробностями и измерениями, ваш контроль может быть минимальным. Здесь наиболее уместным будет активное слушание и ваши редкие реплики, углубляющие исследование проблемы. Однако и в данной ситуации не забывайте о том, что время, которое вы можете уделить исследованию определенных тем, ограничено.

Увлечение новой темой является частой ошибкой, которая приводит к спутанному и поверхностному пониманию проблем клиента. Когда появляется важная, но не связанная с темой информация, отметьте ее про себя и, прежде чем перейти к ней, убедитесь, что вы закончили текущую тему. Перейти к новой теме можно следующим образом: «Я понял, что это важно для вас. Между прочим, когда вы говорили о ..., вы упомянули о ... Не могли бы вы больше рассказать об этом?»

Два уха и один язык нам даны для того, чтобы больше слушать и меньше говорить.

*(Зенон)*

Клиент зачастую отождествляет себя с одной из своих частей, игнорируя другие. Как правило, он не осознает свои незрелые защиты, которые усложняют его жизнь и вызывают

ют сопротивление вашему вмешательству. Фокусируйтесь на такой защите, отделяя ее от сотрудничающей части клиента. Например, так: «Сейчас мы хорошо понимаем друг друга, правда? И мне захотелось поговорить с той вашей частичкой, которая сказала, что подумает над моими словами после сессии. Можно поговорить с ней сейчас?»

Иногда все же лучше отложить конкретный разговор на следующий раз. Например, о чувствах, испытанных новой клиенткой во время попытки изнасилования на свидании. Или когда клиент еще не очень доверяет вам, или уже устал от работы, проделанной во время сессии, или просто сегодня не в форме.

Некоторые клиенты долго ходят вокруг да около трудной темы, опасаясь потерять самоконтроль. Не надо их торопить. Когда клиент пытается увести вас в сторону от острой проблемы, молчите и всячески демонстрируйте ему свою незаинтересованность в отвлекающей теме. Такое ваше поведение может привести к тому, что клиент растерян, а то и обиженно умолкнет. Хороший момент, чтобы направить его мысли в нужное русло: «Похоже, вы растерялись и не знаете, куда двигаться дальше. Что касается меня, то мне сейчас было бы интересно вернуться к ...».

И когда клиент вернется к актуальному вопросу, продемонстрируйте максимум интереса. Постепенно клиент начнет больше доверять вашей готовности и способности разделять его тяжелые чувства. С вашей помощью он станет уве-

реннее и в собственных возможностях переживать их.

В случае пауз вы не должны тут же их заполнять. Со-чувственное молчание консультанта раскрепощает клиента и повышает его доверие. Некоторые благодарно замечают: «Первый раз меня так выслушали!» Во время коротких пауз клиент чувствует, что вы думаете о его проблеме, и часто сам добавляет новую значимую информацию. В эти естественные перерывы иногда полезно обобщить то, что вы уже узнали, – это помогает сделать осмысленный следующий шаг. Длительные паузы нежелательны, так как могут вызывать тревогу и раздражение. Помогите клиенту:

– Вы смотрите на меня, словно хотите спросить: «И что же дальше?»

– Интересно, что мешает вам сейчас продолжать разговор?

– Кажется, вам нужно время, чтобы подумать. Ничего, я подожду.

– Видимо, вам трудно сейчас подобрать нужные слова. Могу я помочь вам?

– Не знаю, все ли мы уже сказали друг другу.

– Может быть, вы хотите что-то добавить?

# Вопросы, которые вы будете задавать

В беседе используйте вопросы различного типа.

**Закрытые вопросы** (конкретного характера) предполагают однозначный ответ: «Как вас зовут? Кто вы по профессии? Сколько у вас детей?» Такие вопросы нужны для сбора простой информации. Кроме того, они не дают клиенту уклониться от рассмотрения актуальных проблем. Это особенно полезно при оценке суицидального риска. Однако слишком частое использование закрытых вопросов делает беседу похожей на допрос.

Более информативными и психологичными являются **открытые вопросы** (общего характера): «Каковы ваши цели? Что вас больше всего привлекает в этой работе? Что вы сейчас чувствуете? Что вы думаете о ...?» Выясните «почему» и «зачем», особенно второе, чтобы лучше понять мотивацию клиента.

Шаблонное повторение открытого вопроса, например: «Что вы чувствуете по этому поводу?» может вызывать раздражение клиента и ощущение, что вы спрашиваете из любопытства. На вопрос «Как вы восприняли встречу с отцом после стольких лет вражды с ним – наверное, были очень рады?» клиентка может ответить так, как ей «подсказал» консультант, не вспомнив о противоречивых чувствах, которые она действительно переживала в момент встречи.

**Зондирующие вопросы** помогают клиенту развить нужную тему и детализировать важные подробности: «Не объясните ли вы поподробнее? И что же случилось потом? Получилось ли все так, как вы ожидали? Ну и как вам это понравилось?»

**Акцентирующие вопросы** привлекают внимание к последним нескольким словам клиента: «Эта ситуация сводит меня с ума!» – «Сводит с ума?»

**Уточняющие вопросы:** «Что значит? То есть вы считаете...? Можете вы привести пример? Какую вы видите связь?»

Сравните это со **встречными вопросами**. Клиент: «Что мне делать?» Консультант: «У вас есть варианты? Вам кажется, что я знаю это лучше вас? К чему вы больше готовы?»

**Вопросы, открывающие дискуссию:** «Вы несколько раз упомянули о ... Насколько это важная тема для вас? Может быть, вы что-нибудь добавите? Не могли бы вы развить вашу мысль?...»

**Переломные вопросы:** «Вы хотите поговорить со мной о ...? Вы хотите оставить эту тему? А мы успеем поговорить о ...?»

Задавайте **вопросы для ориентации**, чтобы выяснить, как клиент вас понял и готов ли он согласиться с вами: «Как вы меня поняли? Каково ваше мнение по этому поводу?»

Применяйте **сближающие вопросы:** «Вы ведь согласны со мной? Наверняка вы тоже рады тому, что ...?»

**Риторические вопросы:** «Кто может знать? Так и сказал? Чужая душа – потемки, да?»

**Провокационные вопросы:** «Вы действительно так считаете? Вы в самом деле уверены, что ...?»

**Конфронтационные вопросы:** «Вы говорили, что не хотели идти в гости, а теперь говорите, что обиделись, когда вас не пригласили. Нет ли здесь противоречия?»

**Наводящие вопросы (сократовский диалог):** «И это все из-за...? Что же с этим можно сделать? Что-то мешает вам так поступить? Получается, сначала надо ...?» Задавайте вопросы, направленные на все большее прояснение позиции клиента. Вы можете уточнять его позицию, но никак не комментировать услышанное и не оспаривать его.

Осуществите перебор вариантов с помощью **альтернативных вопросов** (не более трех): «Вам кажется предпочтительней ... или ... или ...?»

**Заключающие вопросы:** «Итак, что вы решили? Вы действительно готовы это сделать? Вам еще нужна моя помощь?»

Чтобы не превращать разговор в процедуру врачебного осмотра или экзамена, по возможности заменяйте вопросы комментариями, высказанными с сомнением: «Похоже, что вам трудно обсуждать ваши отношения с мужем» лучше, чем: «Вы пробовали выяснить отношения с мужем?»

Не задавай вопросов, и я не буду лгать.

*(Оливер Голдсмит)*

## Фокусирование

**1. Фокус на клиентке:** «Лена, вы чувствуете себя с мужем подавленно и одиноко. Вы уверены, что знаете, чего хотите лично вы?» В этом примере содержится четыре личностных обращения к клиентке.

**2. Фокус на другой личности:** «Расскажите мне побольше о вашем муже». Можно предсказать, что клиентка начнет рассказывать о поведении мужа. Здесь может появиться важная информация, но это ничего не скажет о самой клиентке и ее реакции на ситуацию.

**3. Фокус на проблеме:** «Как вы справляетесь с подавленностью?» Можно получить дополнительную информацию о проблеме, но это мало говорит об отношении клиентке и к этой проблеме. Кроме того, у клиентки проблема подавленности сочетается с проблемой одиночества, возможно, являющейся первичной.

**4. Фокусирование на консультанте:** «Мне вспоминается собственное одиночество. Я понимаю, как это тяжело выносить». Концентрация внимания на себе полезна как прием самораскрытия или обратной связи, это помогает развить у клиента чувство доверия. Развивается взаимопонимание, и это полезно, но не следует слишком часто использовать этот прием.

**5. Фокусирование на общности:** «Так что же мы будем

делать?» Изменить ситуацию или свою позицию в ней – это дело клиентки. Ваша задача как консультанта – подтолкнуть ее к решению проблем.

**6. Культурно-контекстный фокус:** «Это тревожит многих жен мужей, занятых карьерой. Им тоже сейчас приходится нелегко». Такой подход может стать важным центром беседы, расширяя взгляд на проблему.

## Пересказ

Примерно каждые пять минут молчаливого выслушивания подытоживайте суть фрагмента монолога. Например: «Вы сказали, что переживаете из-за того, что у вас с мужем возникли некоторые сложности. Вы рассказали о проблемах, которые появились, когда вы оставили работу и занялись учебой. Потом вы описали сцену его отказа материально помочь вашим родителям. И закончили словами, что несмотря ни на что надеетесь на восстановление отношений с мужем».

Из каждого фрагмента монолога клиента выбирайте и повторяйте то, что, по вашему мнению, является центральным ядром фрагмента, будь то выражение, чувство или какая-либо идея. То, что следует повторить, должно быть выбрано на основе значимости этого содержания для говорящего, а не на основе ваших собственных взглядов и оценок важности того или иного фрагмента. При этом можно изменять вспо-

могательные или несущественные слова из высказывания, но все ключевые слова, несущие смысловую или эмоциональную нагрузку, нужно повторить без искажений и отсебятины.

*Тридцатилетняя домохозяйка в течение последнего года неоднократно вызывала «скорую помощь» по поводу невыносимой зубной боли, удалила один за другим здоровые зубы на половине челюсти. Сожалеет, что оставила интересную работу в мужском коллективе по настоянию мужа. Она обижена на него, так как он уделяет ей мало внимания, мотивируя занятостью на работе. Она тяготеет к роли домашней хозяйки и матери, так как не хватает сил содержать дом в идеальной чистоте и порядке и обеспечивать отличную учебу дочери.*

*Женщина воспитывалась в семье, ориентированной лишь на социально-престижные ценности, отношения в семье строго регламентировались, чувства игнорировались и подавлялись. Она не любила находиться дома, увлекалась художественной самодеятельностью, танцами, пользовалась успехом у молодых людей.*

*Клиентка сформулировала свою проблему следующим образом: «Я имею зуб на мужа, так как он вернул меня в сытое, но холодное детство. Я боюсь показывать ему зубки, так как приучена скрывать обиду. Моя душевная боль превращается в зубную. Вместо того чтобы высказать мужу свою обиду и поделиться своей болью, я вырываю собствен-*

ные зубы. Я отказалась от соблазнительной улыбки, так как боюсь изменить мужу».

*Женщина сумела объяснить мужу, в чем дело. Он нанял домработницу, позволил жене вернуться на прежнюю работу, стал больше времени проводить дома. Зубная боль прошла.*

Молодой аналитик спрашивает у пожилого, не надоедает ли ему целыми днями сидеть у кушетки и слушать клиентов. Тот снисходительно улыбается:

– Да кто же их слушает!

*(Анекдот)*

# Обратная связь

*Когда пациент приходит к аналитику, он говорит о себе, но не с аналитиком; когда он говорит с аналитиком, то не о себе; когда пациент говорит о себе с аналитиком – анализ закончен.*

*Жак Лакан*

Обратная связь помогает клиенту понять, как его воспринимает консультант и другие люди. Это конкретные данные, которые помогают клиенту осознать, как другие воспринимают его поведение и стиль мышления, что создает возможность иного самовосприятия. Обратная связь должна быть:

- ясной и понятной клиенту;
- постоянной – она дается всегда;
- своевременной – она дается сразу после высказывания клиента;
- конкретной – затрагивается конкретное проявление, а не поведение вообще и не личность; глобальные и обобщающие реакции не поддерживаются;
- прямой – она дается клиенту при личном обращении к нему, а не намеками, как будто речь идет о посторонних;
- разнообразной – высказывается и то, что нравится в поведении клиента, и то, что не нравится;
- практичной – она направлена на то, что клиент реально может изменить, а не на то, что он не в силах контролировать;

вать.

## **Как давать обратную связь**

Сообщайте собственные реакции и выражайте эмоции в ответ на поведение клиента. Описывайте поведение клиента фотографически, не интерпретируя и не выдвигая гипотез. Отдавайте себе отчет, с какой целью вы даете обратную связь, чтобы она не выглядела критикой или поучением. Уясните сами, какой информации вы сообщаете больше – положительной или негативной. Прислушивайтесь к своим интонациям – как их воспринимает клиент? Ловите выражение его глаз.

Обратная связь должна быть своевременной; клиенту легче понять ее и переработать свои эмоции, пока ситуация не утратила актуальности. Обратная связь должна быть приобретением клиента, а не служить потребностям консультанта. Она должна быть уместной; она не поможет клиенту, когда он не настроен на нее, возбужден или целиком поглощен своими переживаниями. Обратная связь может сопровождаться лишь просьбой об изменении, но не требованием этого.

## **Как принимать обратную связь**

Говорите точно, по поводу какого именно действия вы хо-

тите иметь обратную связь (о чем?). Переспросите, так ли вы поняли услышанное. Не пытайтесь сразу же защищаться от неприятных аспектов обратной связи, полезнее будет подольше подумать над ними. Опишите свою положительную реакцию на обратную связь и проявите готовность получать ее и впредь.

Чтобы удостовериться, правильно ли вы поняли клиента, переспросите: «Что вы имеете в виду?» Или: «Я не совсем понял вас, можно поподробнее?» Затем попробуйте собственными словами пересказать сообщение клиента. Если он почувствует, что вы его не поняли, то он обратит на это ваше внимание. Когда клиент замечает, что вы внимательно его слушаете и хотите как можно точнее его понять, он говорит более открыто.

Сохраняйте обратную связь с клиентом на языке тела. Колебания при принятии решения проявляются в неуверенных движениях. Чрезмерное возбуждение и чрезмерная сдержанность снижают двигательную уверенность и точность движений.

## **Описание поведения**

Если вы хотите описать поведение клиента, четко и ясно говорите о его поведении, которое вы наблюдали. Не оценивайте, насколько правильны его действия, не обвиняйте клиента и не фантазируйте насчет его мотивов. Лучше оста-

новиться на конкретных проявлениях, заметных и другим. Этому способствует такое начало: «Я услышал... Я увидел, что...» и т. п. Не говорите: «Вы очень категоричны и не считаетесь с мнением других». Лучше укажите клиенту, что последние несколько минут он постоянно перебывал вас и говорил только сам.

Представьте себе следующую ситуацию: вы замечаете, что клиентка снисходительно улыбается. Вам хочется отреагировать на ее поведение. Не говорите: «Вы ведете себя высокомерно». Это типичное навешивание ярлыков. Не говорите также: «Вы не воспринимаете меня всерьез». Это уже интерпретация и пример нечестной игры под названием: «Я скажу тебе, кто ты есть».

Лучше скажите: «Вы сейчас упрекнули меня, что я до сих пор не смог ничем помочь вам. Высказывая свой упрек, вы одновременно улыбались мне, да и вообще вы много улыбаетесь. Меня смущает ваша постоянная улыбка». Теперь у клиентки есть возможность объяснить, что она чувствует себя здесь неуверенно и боится, что вы не воспринимаете ее всерьез. После этого вы можете сказать клиентке о своем отношении к ней.

Эмоциональные состояния одновременно выражаются в словах, действиях и физиологических реакциях. При согласовании всех трех видов происходит самая четкая, недвусмысленная передача информации. Например, консультант говорит: «Вы мне симпатичны, Аня»; при этом он приветли-

во улыбается, его голос теплый и дружелюбный.

Если вы хотите проверить, правильно ли вы оцениваете эмоциональное состояние клиента, проверьте свое восприятие. Опишите невербальные сигналы клиента и сообщите, как вы оцениваете его настроение. При этом вы сообщаете ему следующее: «Я вижу, что...», «Я слышу, что...», «Я хочу понять ваши чувства в отношении...», «Чувствуете ли вы...»

Не говорите: «Почему вы злитесь на меня?» – Это уже чтение мыслей, а не проверка восприятия. Вместо этого скажите: «Я вижу, что вы стучите ногой», «Я хотел бы знать, как вы себя чувствуете?», «Вы разозлились на меня?»

Не говорите: «Вы опять в депрессии?» Это утонченная агрессия. Лучше сказать: «Я вижу, что вы опустили плечи и молчите. Вы расстроились, что я не прореагировал на ваши жалобы?» Не говорите: «Не будь таким чувствительным». Тем самым вы манипулируете чувствами клиента. Лучше скажите: «Вы так неожиданно встали, когда я говорил. Я не знаю, как это понять. Вас обидели мои слова?» Запомните, что проверка восприятия описывает предположения об эмоциях клиента, и она ни в коем случае не должна выражать одобрение или порицание. Она лишь означает: «Я так воспринимаю ваши чувства. Это верно?».

## Раскрытие эмоций клиента

Приступая к работе с неприятными переживаниями клиента, прежде всего, помогите ему выразить их словами. Для этого необходимо сочувственное выслушивание, сопереживание, уточняющие вопросы. Последние вначале касаются самих чувств, а затем – причин их появления. Причины, в свою очередь, разделите на объективные и субъективные. Выясните, насколько характерны для клиента подобные переживания. Возможно, он вспомнит, когда испытал их впервые в жизни.

Зачастую клиенты приписывают консультанту необычную проницательность. Вы можете услышать восхищенную реакцию: «Откуда вы это знаете?!» Не пытайтесь демонстрировать свою способность читать чужую душу и более того – пророчествовать. Не обольщайтесь – обожание клиента чаще всего скрывает страх наказания всезнающей строгой матерью.

Некоторые клиенты сдерживают свои чувства во время сессии. Выясните причины. Это может быть опасение показаться невоспитанным, слабым, плохим. Может быть нежелание бередить рану, недоверие к своим или вашим возможностям, отсутствие опыта совместной работы с чувствами. Убедите клиента, что вы готовы разделить любые его чувства, а его доверие лишь увеличит вашу симпатию к нему.

## Вербализация

Основная часть информации воспринимается через невербальные сигналы и неосознанно влияет на эмоциональные реакции партнеров. Важно вербализовать переживаемые ощущения и свои эмоциональные реакции, а также установить обратную связь с клиентом на языке тела. Эмоциональные состояния одновременно выражаются в словах, действиях и физиологических реакциях.

Вербализуя чувства клиента, начинайте со следующих слов: «Возможно, вы чувствуете... Не чувствуете ли вы себя несколько... Мне показалось, что вы... Может, вам... Похоже, вы... Мне кажется, вы... Я почувствовал, что... Интуиция мне подсказывает, что... Я чувствую, что... В ваших словах я ощутил... Если я не ошибаюсь, вы чувствуете...»

## Различают следующие ступени вербализации (Сидоренко, 2008):

Ступени вербализации	Определения	Как это сделать
Ступень А	Повторение: дословное воспроизведение, цитирование сказанного клиентом.	Вставляйте цитаты из высказываний клиента в собственные фразы; повторяйте дословно последние слова клиента; повторите с вопросительной интонацией одно или два слова, произнесенные им.
Ступень Б	Перефразирование: краткая передача сути высказывания клиента.	Старайтесь лаконично формулировать сказанное клиентом.
Ступень В	Интерпретация: высказывание предположения о скрытом значении или причинах и цели высказывания клиента.	Задавайте уточняющие вопросы: «Кажется, вы имеете в виду...», «Может быть, вы хотите сказать, что...»

## Отражение чувств

Слушая клиента, ограничивайтесь по возможности высказываниями типа: «Похоже, что вы действительно очень разозлились», «В вашем голосе слышится тревога», «Кажется, вы испытываете к нему противоречивые чувства». Опишите невербальные сигналы клиента и сообщите, как вы оцениваете его настроение. Например, клиентка говорит о смерти матери с дрожью в голосе, вытирая слезы. Вы предлагаете ей платочек и сочувственно замечаете: «Вы все еще чувствуете боль». При этом вы сообщаете ей следующее: «Я вижу, что...», «Я слышу, что...», «Мне хочется лучше *понять* ваши чувства в отношении...»

Подводя итоги, подытожьте всю информацию о чувствах, которые выразил клиент. Например: «Вера, если я вас правильно понял, вы переживаете горе по поводу смерти своей мамы и огорчены тем, что ваша сестра не помогает вам пережить ваше горе. Кроме того, вы испытываете скуку на своей работе, и вас беспокоит охлаждение со стороны мужа».

## Описание без оценок

Оценочные высказывания	Возможные описания
Вы слишком навязчивы	Вы просите об этом уже в третий раз
Вы очень болтливы	Я не успеваю вставить слово
Вы грубы	Вы перебиваете меня уже третий раз
Вы ужасно критичны	Вы критикуете все мои высказывания
Вы так упрямы	Похоже, вы считаете, что иного не дано
Вы совершенно заторможены	С такой скоростью мы мало успеем

## Полезные реакции

Когда клиент рассказывает вам о своей ситуации, вы можете указать на следующие его особенности.

*Несоответствие чувств и поведения.* «Вы считаете, что это неправильно, но, тем не менее, продолжаете это делать. Видимо, тут есть противоречие. Хотелось бы знать, что вы при этом чувствуете».

*Противоречивые желания.* «Вы говорите, что хотите получить это, но что-то вам мешает. Возможно, у вас двой-

ственное отношение к этому».

*Максимализм.* «Итак, вы выбираете из двух вариантов: все или ничего. Возможно, есть какие-то промежуточные решения, которые не приходили вам в голову».

*Стереотипы поведения.* «Получается, вас очень задевает, когда вас учат жить, и вам хочется резко ответить».

*Гиперопека.* «Вы берете на себя всю ответственность за этого человека. И когда осознаете безуспешность ваших попыток, прилагаете еще больше усилий».

*Роль ребенка.* «Итак, когда вы приходите к родителям, вы снова играете роль ребенка».

*Подавленное чувство.* «Кажется, когда вы глотаете обиду на мужа, вы недовольны своей робостью».

*Усвоенные в детстве понятия.* «Выходит, вам всегда было трудно доверять незнакомому человеку потому, что в вашей семье доверяли только друг другу».

*Право испытывать чувства.* «Похоже, у вас есть веская причина для гнева».

*Конструктивные проявления.* «Значит, вы преодолели свою неуверенность и попросили об этом. И хотя получили отказ, все равно рады, что смогли попросить».

## **Интерпретация**

Дает клиенту четко очерченное альтернативное восприятие реальности. Это восприятие способствует изменению

взглядов, что, в свою очередь, может изменить мысли, настроение, поведение. Прежде чем давать интерпретацию, стоит вначале разделить и даже развить точку зрения клиента. Потом предложите рассмотреть альтернативы, чтобы не впасть в однобокость суждений.

Не превращайте интерпретацию в срывание масок. Помните, что это всего лишь ваше предположение. Выскажите несколько предположений, чтобы клиенту легче было выбрать подходящее толкование. Если оно у вас одно, подайте его в форме истории: притчи, сюжета из литературы, случая из жизни. Наилучшая форма подачи интерпретации – мягкая, с элементами добродушного юмора.

Выбор времени для интерпретации, чтобы она была уместна, зависит от уверенности, что клиент примет ее. Если сомневаетесь, лучше промолчите или спросите клиента, готов ли он посмотреть на ситуацию с другой точки зрения. Болезненная реакция клиента на ваше предположение часто свидетельствует о том, что интерпретация преждевременна и еще слишком рано затрагивать корень проблемы.

Равнодушная реакция клиента необязательно говорит о сопротивлении. Может быть, ваша интерпретация не попала в точку, или клиент хочет скрыть свою болезненную реакцию на нее. Не обвиняйте клиента в сопротивлении, если он не согласен с вашей интерпретацией. Попросите его подумать над ней и поделиться своими мыслями на следующей сессии, а пока что переключите разговор на что-нибудь другое.

## Визуализация

Применяйте технику визуализации.

«Аварийные» представления учат клиента справляться с худшими возможными последствиями события: «Что может произойти самого плохого в результате того, что вы потеряете работу?»

*Представление нулевой реакции* предполагает, что клиент визуализирует, как он воспринимает в фобических ситуациях только нейтральные последствия: «Представьте, что вы встали перед всеми собравшимися и вышли. Представьте, что никто этого не заметил и никому до этого не было дела».

*Превентивные образы* используются для того, чтобы подготовить клиента справиться с проблемами, с которыми он может столкнуться в будущем, например, смерть, отвержение значимым лицом, физическое заболевание, бедность и т. д.

*Визуализация маловероятных образов* предполагает, что клиент представляет себе все возможные «ужасные» события, которые могут с ним произойти, для того чтобы научиться уходить от попыток контролировать все вокруг: «Что ужасного может с вами произойти, когда вы смотрите телевизор? Когда вы принимаете ванну? Когда лежите в своей постели?»

*Корректирующие образы* исправляют ошибки, допущен-

ные клиентом в прошлом: «Представьте, как бы вы это сделали, если бы пришлось это делать снова». Обобщенные корректирующие образы позволяют клиенту исправить все прошлые инциденты определенного типа. Например, клиент может представить, что он вел себя уверенно в те моменты, когда отступал от проблемы.

*Представление уверенных ответов* может быть сопоставлено для контраста с представлениями пассивных, агрессивных и пассивно-агрессивных реакций, так чтобы клиент увидел последствия каждого из ответов: «Представьте, что вы пассивно, агрессивно или уверенно просите, чтобы вам вернули ваши деньги».

*Образы будущего* заставляют клиента оглянуться на настоящее из будущего времени, проясняя таким образом главные ценности: «Представьте, что вам 85, и вы оглядываетесь на прожитую жизнь. Что вы теперь сочтете важным, а что – ничего не значащим?»

*Фантастические образы* разрешают в воображении такие проблемы, которые невозможно решить в реальности: «Представьте, что ваша умершая бабушка сейчас перед вами. Какой она вам даст совет? Как она отнесется к тому, что вы сделали?»

*Катарсические образы* позволяют клиенту представить, что он выражает не проявленные прежде эмоции, такие как гнев, любовь, ревность или печаль: «Представьте, что вы кричите в ответ на вашего друга». Побуждайте клиента, ис-

пытывающего горе, к плачу; при этом он начинает себя жалеть, отрицание себя заменяется принятием.

*Представление итоговых последствий* требует, чтобы клиенты визуализировали приносящее беспокойство событие через неделю, месяц, год после того, как оно произошло, чтобы определить отсроченные последствия: «Если вы покончите с собой, представьте, как сильно будет переживать это ваша девушка восемь лет спустя?»

## **Когнитивные техники**

Для коррекции неадаптивных установок используйте когнитивные техники.

*Реатрибуция* (атрибуция – причинное объяснение поведения): клиент, обвиняющий во всем себя, перебирает все его возможные причины; благодаря этому восстанавливается адекватное тестирование реальности и самооценка.

*Переопределение*: клиент более точно и открыто определяет свою проблему (например, «Никто не уделяет мне внимания» переформулируется как «Я нуждаюсь в чьей-то заботе, мне нужно попросить об этом»).

*Децентрализация*: клиенту кажется, что все замечают его состояние; когда он начинает внимательно наблюдать за окружающими, то приходит к выводу, что все заняты собственными делами.

*Эмпатические представления* учат клиента воспринимать

мир с точки зрения другого человека: «Как к вам относится человек, которого вы обидели?»»

*Самоидентификация*: порицание других вместо самокритики позволяет выразить гнев и испытать ощущение силы и власти.

*Разыгрывание ролей*: жестко критикуйте клиента, используя его манеру самокритики, чтобы он осознал ее.

## Контрперенос

Является инструментом исследования бессознательного клиента. Следует различать согласующийся и дополнительный контрперенос. *Согласующийся контрперенос* заключается в эмпатическом переживании консультантом эмоционального состояния клиента. *Дополнительный контрперенос* возникает, когда консультант эмпатически переживает состояние какой-то значимой личности в жизни клиента.

Анализ контрпереноса требует от консультанта:

- принимать во внимание собственные прошлые и текущие эмоциональные проблемы, их возможное влияние на отношение к клиенту;
- не принимать на свой счет чувств, выражаемых клиентом, не отреагировать контрперенос, а использовать его для подготовки интерпретаций;
- использовать контртрансферный гнев для понимания враждебности клиента;

- вести поиск согласующегося контрпереноса при переживании дополнительного.

Клиент молча входит, молча бьёт аналитика в ухо, и так же молча уходит. Аналитик в недоумении: «И чего приходил? Может, сказать чего хотел?»

*(Анекдот)*

# Конфронтация и выгорание

*Исправить людей можно, лишь показав их такими, каковы они на самом деле.*

*Пьер Бомарше*

## Конфронтация

Конфронтация помогает обратить внимание клиента на противоречия в его словах и действиях.

*– Я так ждал сегодняшней встречи, мне так много надо сказать вам...*

*– Да, но вы опоздали на 15 минут и теперь уже некоторое время сидите со скрещенными руками.*

Конфронтация позволяет заострить внимание на противоречивых чувствах («Вы волнуетесь за свою сестру, но одновременно вас даже радует, что она теперь тоже одинока»); обнаруживает несоответствие двух утверждений («Вы сказали, что нет никакой проблемы, но вы также сказали, что она не отвечает на ваши звонки»). Конфронтация указывает на уход клиента от важной темы: «На первой встрече вы упомянули о разногласиях с женой и попросили не касаться этой

темы. Однако каждую сессию вы начинаете с жалоб на жену».

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.