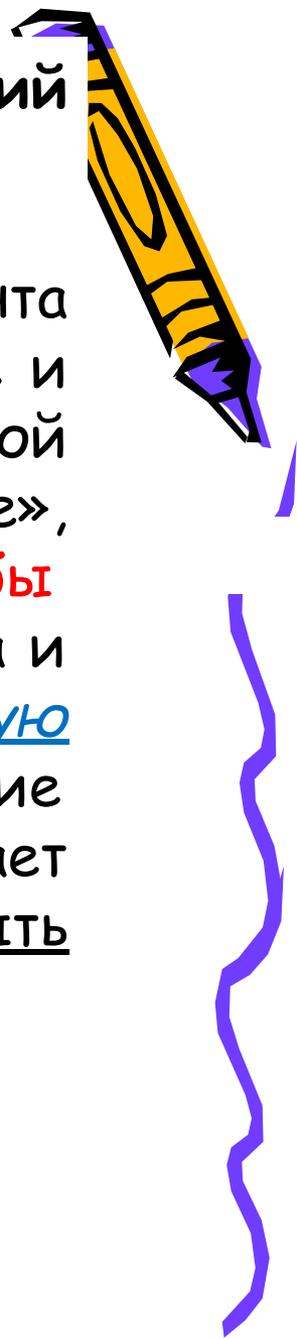




**ОСНОВЫ
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ**



Типы клиентов и особенности взаимоотношений «психолог-клиент».

Эту проблему рассматривали многие авторы.

Шнейдер Л.Б. отмечает, что первое заявление клиента всегда звучит как жалоба, которая отражает страдание и внутреннюю картину проблемы. Кроме того, в каждой жалобе содержится запрос («избавьте», «объясните», «помогите» и др.). Структурная композиция жалобы представляет описание страдания и запрос. В.К.Лосева и А.И.Луньков определяют запрос как явно выраженную человеком просьбу, первое словесное формулирование им своих трудностей, в разрешении которых он ожидает найти помощь у психолога. Запрос может быть неконструктивным и конструктивным.



К **неконструктивным запросам** относят запрос с предельным обобщением и манипулятивный запрос.

- **Запрос с предельным обобщением.** Клиент формулирует свои трудности, исходя из установки не на решение проблем, а на их избегание («Я хочу всем нравиться», «Мне нужно, чтобы мой ребенок всегда меня слушался», «Хочу, чтобы он учился лучше всех в школе»). Форма избегания, которую выбирает клиент, - перфекционизм, т. е. стремление к первенству всегда и во всем, соответствие идеализированным, нереальным нормам. Перфекционизм выступает как стремление к достижению, но на глубинном уровне выражает тревожность и мотивацию избегания неудачи. По нашему мнению, выполнение этого запроса в полном объеме (всегда, во всем и пр.) нереально, нужно четко и предельно ясно объяснять клиентам возможности консультирования и работать над трансформацией запроса в конструктивные формы.

• **Манипулятивный запрос.** Клиент формулирует свои трудности как потребность изменить кого-то, он жаждет помощи в управлении кем-то без его согласия («сделайте так, чтобы он меня полюбил» и пр.). Такой запрос, как минимум, неэтичен. Консультанту следует тактично и однозначно отказаться. Исключение составляет запрос родителей относительно ребенка с тяжелыми поведенческими и психическими нарушениями.

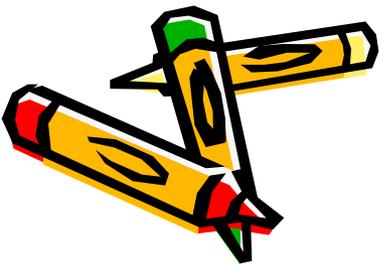




К **конструктивным запросам** относят запрос о помощи в саморазвитии; запрос о снятии симптома; запрос о трансформации; запрос об информации; запрос о помощи в самопознании.

- **Запрос об информации.** Клиент запрашивает информацию о границах нормы, о возможностях психологического изменения и его прогнозе, о вариантах дальнейшего развития ситуации.

- **Запрос о помощи в самопознании.** Клиент интересуется выявлением у себя определенных способностей; пытается разобраться в своей роли по поводу происходящего с ним; нуждается в помощи по самопринятию и самопониманию.





- **Запрос о помощи в саморазвитии.** Клиент достаточно полно осознает свою проблему и четко ее формулирует. Как правило, в этих случаях он формулирует свою потребность в помощи конкретно («помогите научиться общаться», «помогите улучшить память», «научите управлять своими эмоциями» и т. д.)
- **Запрос о трансформации.** В таких случаях у клиента обнаруживается потребность начать жить как бы «с чистого листа», отказавшись от жесткого детерминизма своей личной истории. Он пытается обрести новый смысл жизни, отделить в себе свое подлинное от чуждого и наносного. Это запрос о помощи в освобождении от прежнего жизненного сценария, запрос на достижение личностной целостности.



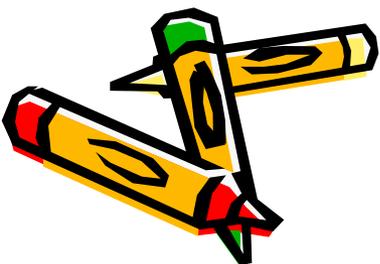
- **Запрос о снятии симптома.** Клиент формулирует свои трудности через описание определенных симптомов. Он жалуется на эмоциональные и когнитивные нарушения, описывает коммуникативные трудности, энергетические проблемы. Довольно подробно приводит описание психосоматической симптоматики.



В настоящее время общепризнано следующее положение, что понять личность невозможно вне ситуации, в которой она находится, поскольку между человеком и условиями его жизни существует неразрывная связь. В связи с этим более подробно остановимся на критических ситуациях, в которых оказывается человек.



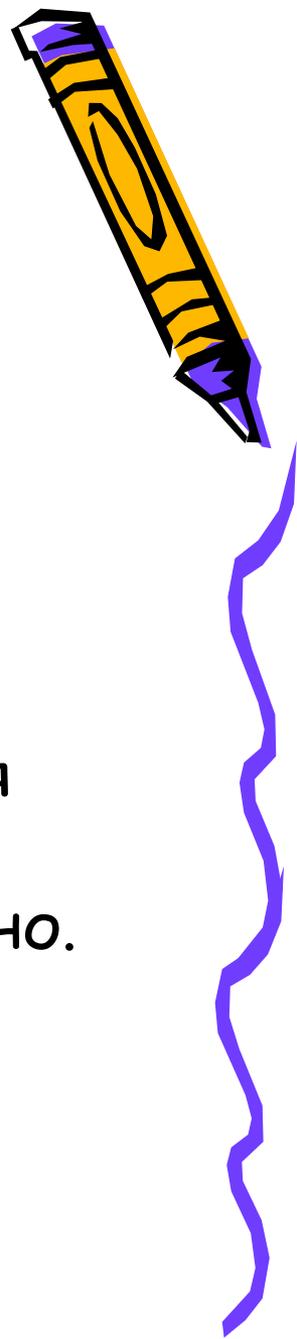
- *Во-первых*, обращение к консультанту может быть обусловлено мнительностью клиента, излишним вниманием его к своему здоровью, внутренними проблемами.
- *Во-вторых* - знания о себе необходимы для оправдания своих неудач и успехов. Например, подсчеты биоритмов позволяют спокойно относиться к спадам самочувствия, активности, настроения. Загадочность нежелательных явлений собственной жизни и деятельности настораживает, требует объяснения и оправдания.
- *В-третьих* - когда возникают кризисы, спады, конфликты, противоречие между «хочу» и «могу», «хочу и нужно, ожидаю и притязаю». Причем, обращаясь, часто ожидают совет, готовый рецепт, ясно и просто предписывающий конкретные действия, необходимые для преодоления затруднений в личной жизни.
- *В-четвертых* - это необходимость выговориться, что не удастся осуществить в повседневной жизни.



Обозов Н.Н. [1993] позволяет выделить пять оснований для классификации клиентов и рекомендаций по взаимоотношениям с ними:

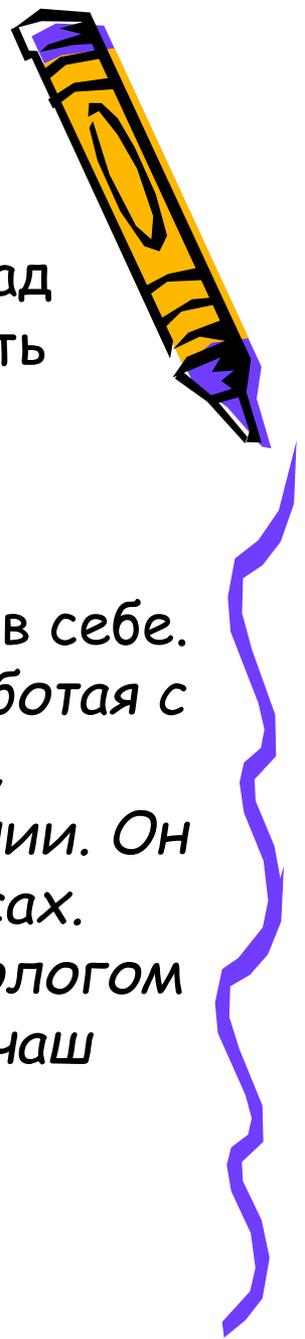
- 1) по характеру запроса на психологическую помощь;
- 2) по особенностям восприятия психических явлений;
- 3) по способу работы со своими проблемами;
- 4) в зависимости от пола клиента;
- 5) в зависимости от особенностей телосложения клиента.

Рассмотрим теперь эти основания более подробно.

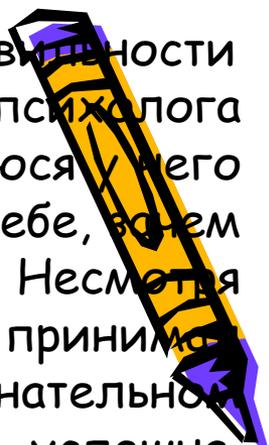


По характеру запроса среди клиентов можно выделить следующие типы:

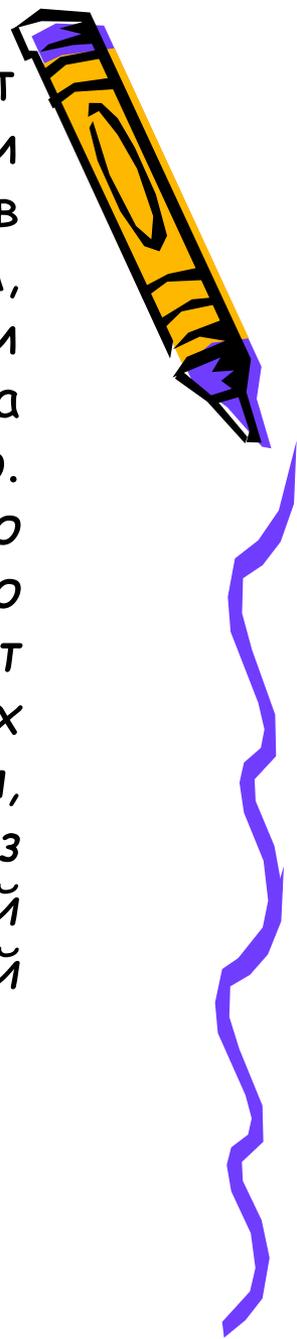
Не уверенный в себе клиент Много размышляет над ситуацией, много взвешивает, но никак не может принять решение, избавиться от сомнений. Цель обращения к психологу - снять с себя ответственность в принятии необходимого жизненного решения. Для таких людей принятие решений - сложный процесс, они не уверены в себе. С точки зрения Н.Н. Обозова, психолог-консультант, работая с таким клиентом, должен быть максимально собранным, четким, даже категоричным в высказываниях и поведении. Он должен создать полюс уверенности в решаемых вопросах. Убедительность и достоверность высказываемых психологом соображений должна естественно «перевесить одну из чаш весов», на которые давят сомнения.



Уверенный в себе клиент Обращается для подтверждения правильности своего уже готового понимания затруднительного положения, От психолога ему нужна информация, подтверждающая уже готовую, сложившуюся у него точку зрения. **Возникает вопрос:** если этот человек столь уверен в себе, зачем он тогда вообще обращается к психологу? Ответ может быть такой: Несмотря на то, что этот человек уверен в себе и не раз уже самостоятельно принимает жизненные решения, в последнее время он все более на подсознательном уровне ощущает, что что-то идет не так. Его деятельность не столь успешна, сколь могла бы быть. Его подсознание побуждает его к тому, чтобы обратиться за помощью. Но его гордое сознание отказывается это принимать. Обращение к психологу и характер запроса отражают сложившийся компромисс между двумя сторонами внутреннего конфликта. По отношению к такому клиенту психологу-консультанту следует принять на себя роль ведомого, который только подсказками, предположениями помогает разобраться в ситуации. Следует детально обсудить и разобрать все возможные варианты последствий действий, которые собирается совершить клиент. Необходимо поставить перед клиентом вопрос о вероятностях возникновения тех или иных желательных и нежелательных вариантов развития ситуации. Таким образом мы будем способствовать конструктивному разрешению внутреннего конфликта у клиента и не вызывать реакцию психологической защиты, отторжения.

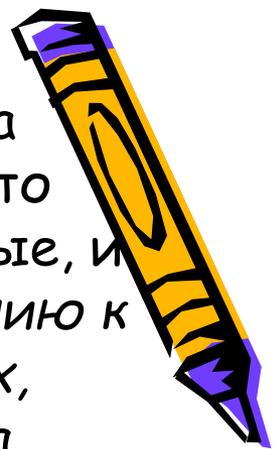


Клиент все знающий и доверяющий только себе. Клиент этого типа все подвергает сомнению, противоречив, но при этом убежден в своей правоте. Не глуп, но проблема в характере. Склонен запускать свои проблемы. Таким людям, в силу их резонерских особенностей, нелегко бывает найти себе партнеров по общению в реальной жизни. Попытка найти собеседника зачастую приводит их и в консультацию. Доброжелательное участие по отношению к клиентам этого типа и игнорирование тех особенностей, которые обычно отталкивают окружающих от этих людей, создает благоприятные возможности для смягчения ярко выраженных негативных черт характера. Люди выговариваются, расслабляются, у них повышается настроение. Многие из того, на чем они зацикливались ранее, отступает на задний план. Это создает предпосылки для конструктивной дальнейшей работы.



Клиент с потребностью «выговориться», «ищущий сочувствия», «отдушину». В отличие от предыдущего типа клиентов, проблема здесь уже не в характере. Очень часто это люди, с нелегкой жизнью, одинокие, чувствительные, добрые, и страдающие вследствие своей доброты. *Советы по отношению к таким людям не обязательны, они могут даже оттолкнуть их, испугать тем, что с ними не просто говорят, как с людьми, а начинают «оказывать им психологическую помощь».*

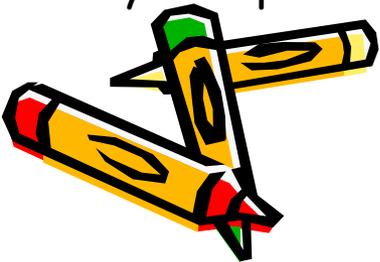
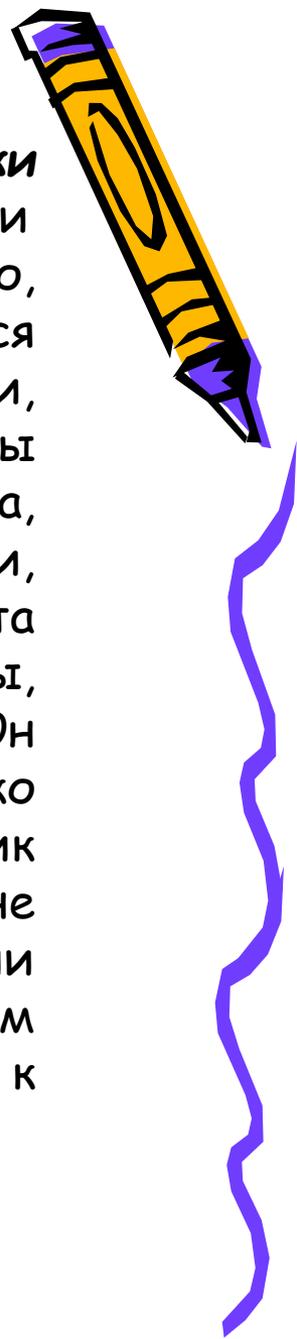
Переходить к оказанию этой помощи можно только в случае специального запроса. Главное, в чем нуждаются клиенты подобного типа, - любовь, принятие, сочувствие. Но главное - Слушание. Это бывает не всегда легко, поскольку общение с таким клиентом легко принимает структуру, свойственную естественному разговору, и психологу-консультанту, естественно, хочется «вставить свое слово», поделиться и своим мнением. Не значит, что этого делать нельзя. Но надо следить, чтобы больше говорил клиент. Если клиент активен, говорит, не следует его перебивать.



По особенностям восприятия психических явлений среди клиентов

можно выделить следующие типы:

Рационалистичный, реалистичный, прагматически ориентированный клиент Стремится к точному знанию о себе и окружающих, Обратной стороной такого стремления является то, что, он склонен недооценивать, игнорировать все, что касается душевной жизни человека, что трудно поддается объективации, рациональному анализу. Эти стороны действительности как бы дезорганизуют сложившийся склад личности у такого человека, поэтому он склонен их игнорировать, относиться к ним скептически, как бы не замечать их, защищаться от них. Подобного рода клиента интересуют количественные характеристики личности, факты, полученные в результате строгих научных экспериментов. Он особенно склонен доверять результатам высоко стандартизированных тестовых методик, таких как ММРІ, опросник «16 личностных факторов» Раймонда Кэттелла. Его интересует не просто, что говорит в данный момент консультант, а на основании чего он это говорит. Все это необходимо учитывать в работе с таким клиентом, чтобы избежать негативного отношения к консультированию.

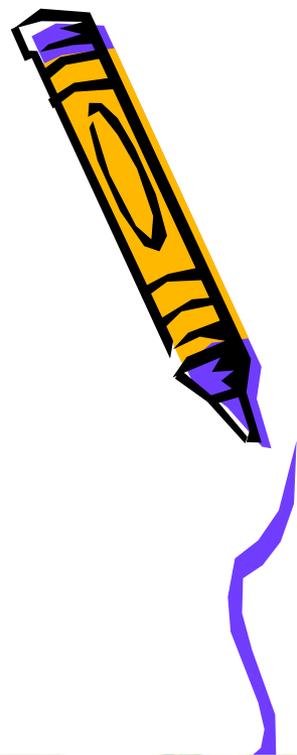


Интуитивно ориентированный, эмоционально-утонченный, эстетизированный клиент Считает личность уникальным, таинственным образованием. Привлекают качественные, образные, художественные характеристики личности и ее жизненного пути. Интересуют глубинные механизмы психики, подсознательная природа человека. Обратной стороной личностной ориентации на интуитивное познание является неприятие рационального. Рациональное, объективное, полученное в ходе строгих научных экспериментов знание, представляется такому человеку поверхностным, ограниченным, неуклюжим, неглубоким, мало полезным и мало интересным. Склонен доверять информации, полученной с помощью методик, более ориентированных на качественный анализ - тест Германа Рощарха, Люшера. Такой клиент оценивает то, что говорит консультант, прислушиваясь к своему внутреннему голосу, и как бы взвешивая на своих глубинных внутренних весах, что близко к истине, а что нет. Это необходимо учитывать в работе с таким клиентом.

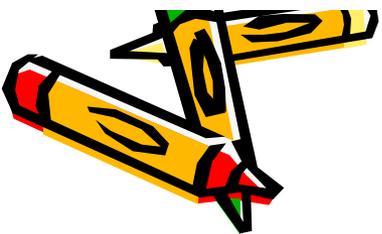


По способу работы со своими проблемами среди клиентов можно выделить следующие типы:

Клиент который в ситуации затруднения стремится перестроить свое поведение, стиль деятельности, образ жизни, но не знает как, сталкивается с трудностями в этом плане. Это наиболее желательный для психологов-консультантов тип клиентов.

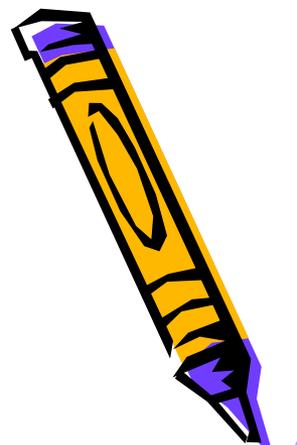


клиенту копии в ситуации затруднения стремился создавать многообразные субъективно-личностные версии, призванные сохранить у него о себе хорошее мнение в своих глазах и в глазах других людей. Версии не успешности чаще всего связываются с внешними обстоятельствами либо с низкой личной заинтересованностью в данном виде деятельности. Например, студент, не сдавший, как следует экзамены и отчисленный из вуза, может объяснять это невозможностью для него учиться вследствие необходимости зарабатывать деньги или же тем, что профиль вуза не соответствовал его интересам. Недовольство собой, порождаемое низкой самооценкой, может усложнять субъективно-личностную версию. Этот феномен заключается в том, что субъективно-личностная версия начинает расслаиваться на несколько - «для себя» (которых может быть много) и «для других». Например, в случае неудачи на экзамене студентка может объяснять себе эту неудачу тем, что попался плохой преподаватель, а преподавателю объяснять свою неудачу физическим недомоганием. При этом противоречивость ситуации, которая часто возникает в случае создания субъективно-личностных версий, может не замечаться.



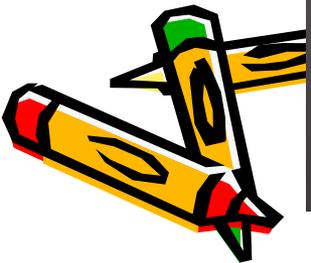
Можно говорить о различных приемах работы с клиентами этого типа. Порой бывает полезно использовать прием интерпретации, сделать знание о субъективно-личностных версиях доступным клиенту. Можно **обратить внимание клиента на противоречия** в его рассказе: «Возможно, преподаватель неудачный, но ведь большинство студентов вашего курса сдали ему экзамен и даже многие получили хорошие оценки. Как им это удалось? Почему это не удалось Вам?».

Можно принять версию клиента, **солидаризироваться** с ним. Затем можно, например, использовать прием **самораскрытия**. Рассказать о своем подобном опыте, о том, что чувствовал тогда, о том, как удалось разрешить трудности. Можно привести не свой, а просто известный психологу-консультанту опыт. Это должно обогатить клиента навыками конструктивного поведения в ситуации. В более тяжелых случаях требуется психотерапия.

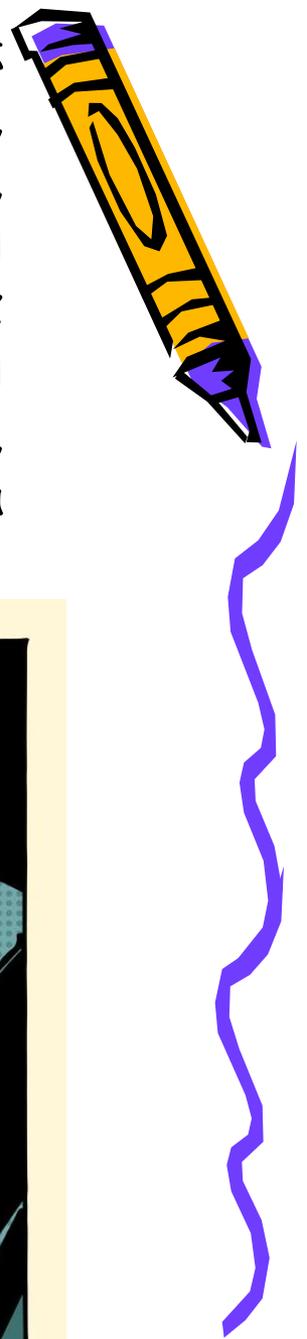
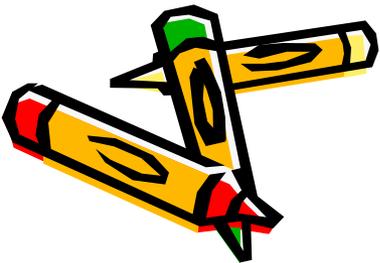


Влияние пола клиента на процесс консультирования

Согласно данным, приводимым Обозовым Н.Н. [1993], мужчины и женщины имеют разные ожидания относительно психологического консультирования. Соответственно, психологи-консультанты мужчины и психологи-консультанты женщины по-разному видят себя в роли психолога-консультанта, готовят себя к этой роли.

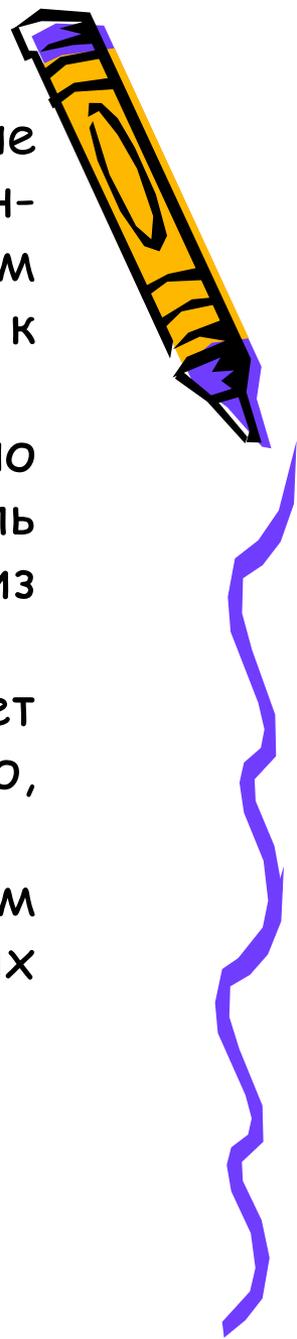


Женщины в большей мере стремятся к «сопереживающему», «сочувствующему» стилю общения, обращая внимание, в первую очередь, на отзывчивость, чуткость. При описании эталона консультанта они упоминают черты характера, темперамента, то есть их интересуют особенности личностной организации специалиста, оказывающего воздействие. Можно сказать, что женщины в большей степени ориентированы на эмпатический контакт, чем мужчины.



Мужчины в консультировании предпочитают эмоционально нейтральный, рабочий стиль общения. Они более ориентированы на когнитивные аспекты ситуации, на психологическую информацию. При описании эталона консультанта они делают упор на такие черты, как серьезность, внимательность, чувство долга.



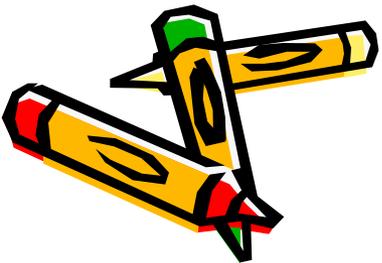


Было установлено, что мужчины-клиенты больше предпочитают работать с мужчинами. Позиция женщин-клиентов нейтральнее, хотя и с некоторым предпочтением тоже своего пола. Но главное тут не пол, а способность к сочувствию.

Женщине-консультанту при работе с мужчиной можно рекомендовать более ориентироваться на рабочий стиль отношений, на подачу информации, на когнитивный анализ ситуации.

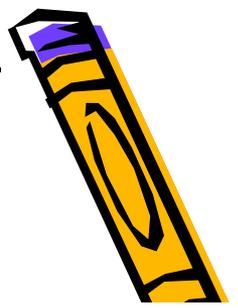
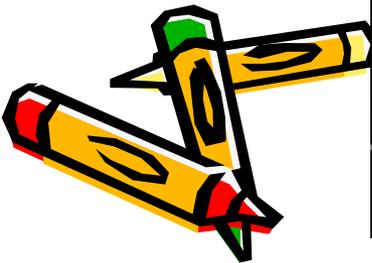
Мужчине-консультанту при работе с женщиной следует стремиться к большему сопереживанию, сочувствию, проявлению эмпатии.

Обозов Н.Н. приводит сведения, согласно которым большая часть проблем у мужчин формируется в сфере их деятельности, у женщин - в семейно-брачных отношениях.

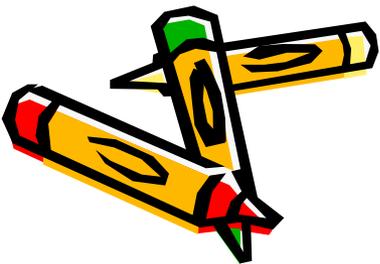
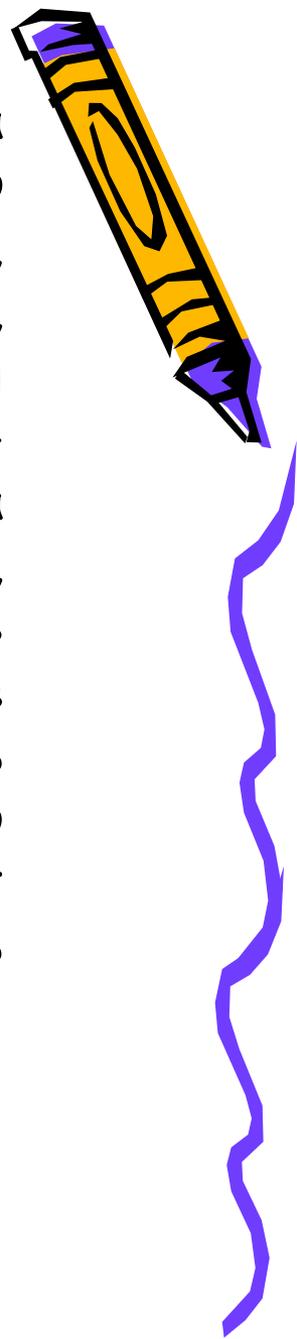


Влияние особенностей телосложения клиента на процесс консультирования

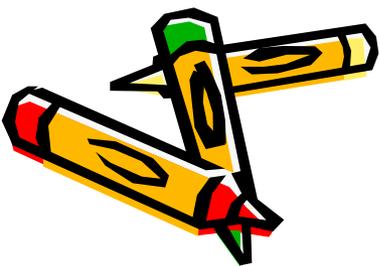
Лица с атлетическим телосложением обычно стремятся доминировать в общении и отношениях. Их шумное и самоуверенное поведение либо подавляет других, либо вызывает агрессивность со стороны таких же, как они. Все это может создавать проблемы в личной жизни и деловых контактах.

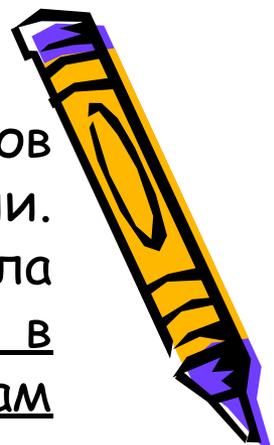


Лица с астеническим телосложением чаще имеют затруднения в общественных и межличностных контактах за счет своего концентрированного, скрытого, субъективного мышления, своей интравертированности. Это, как правило, люди с высоким уровнем развития самосознания, интеллекта, непохожие на большинство. Отсюда и возникают их трудности в личной и деловой жизни. Во-первых, они могут быть малопонятны для большинства окружающих. Во-вторых, они нетипичны, уникальны, поэтому им труднее найти путь к другому человеку. В психологическом консультировании (как, впрочем, и в жизни) с людьми астенического телосложения нужно быть предельно предупредительными. Межличностную дистанцию и доверительность общения они предпочитают регулировать сами, поэтому вопросы им следует задавать очень осторожно.



Женщины с пикническим телосложением с проблемами своей личной жизни справляются проще и сами, так как легкость в обращении и внешне выражаемые чувства упрощают отношения с другими людьми.



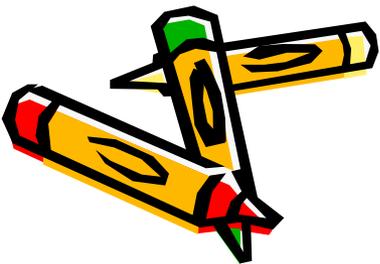


В работе с перечисленными выше типами клиентов психолог может использовать различные ролевые позиции. Самоукина Наталия Васильевна [1997] выделила и описала пять приемлемых позиций психолога-консультанта в консультативном диалоге применительно к различным типам клиентов:

Психолог - нейтральный советник. Выслушивает, задает вопросы, высказывает советы или рекомендации.

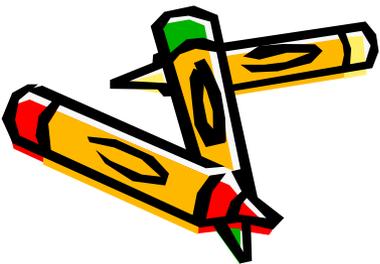
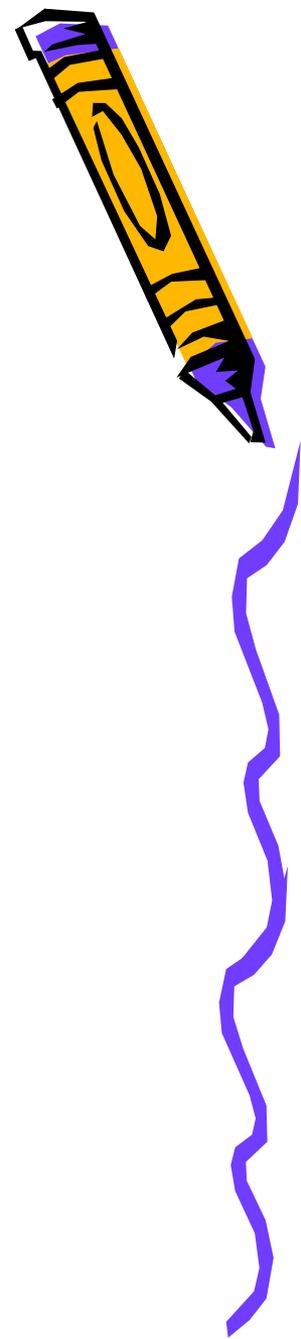
Психолог-программист Психолог разрабатывает программу для клиента: «Что делать», «Как делать», «Когда делать», например, режим жизни школьника.

Психолог-слушатель. В результате «разговора с хорошим и умным человеком» клиент получает облегчение, удовлетворение и, успокоившись, самостоятельно находит решение собственной проблемы.

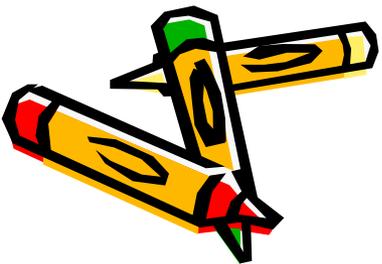
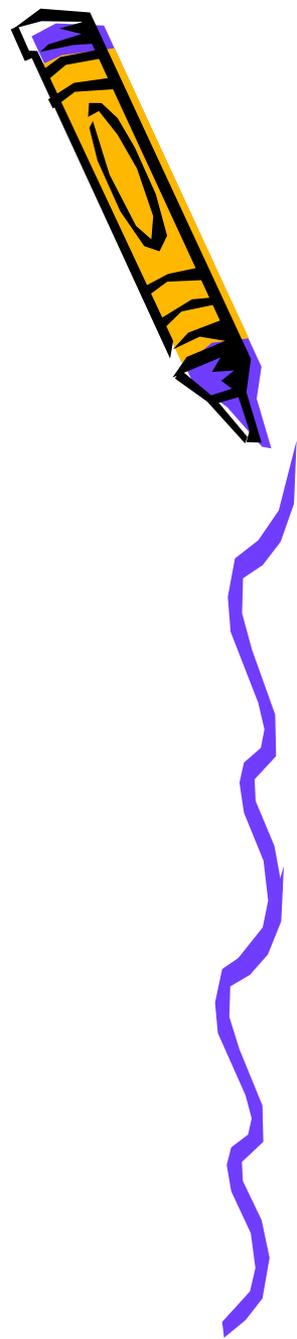


Психолог-зеркало. Психолог объясняет, что объективно происходит, рисует для клиента объективное отражение события, помогает понять его роль в этих событиях, а также позиции людей, связанных с ним и влияющих на него. В результате клиент понимает, что с ним происходит, к нему приходит успокоение и способность к принятию решения, к действию.

Психолог-«катализатор». Для людей, которые все понимают, но ничего не делают, принимают на себя роль неудачников. Необходимо создать толчок к активации отношения к ситуации, к началу деятельного включения в разворачивающиеся события его собственной жизни, например, через укрепление его уверенности в себе, в его «добрых силах», его способности к управлению событиями своей личной жизни, ожиданию желаемого положительного результата.



Позиции нейтральный советчик или программист подойдут для случаев, когда в роли клиента выступает умный, сильный, интеллигентный человек. Позиции зеркало и программист более подойдут для человека, у которого эмоции обычно преобладают над доводами разума. Позиция психолог-слушатель подойдет для человека, взволнованного или опечаленного какими-либо внезапно случившимися событиями. Позиция психолог-«катализатор» подойдет для нерешительных или ригидных клиентов, склонных к компульсивному, застревающему поведению.

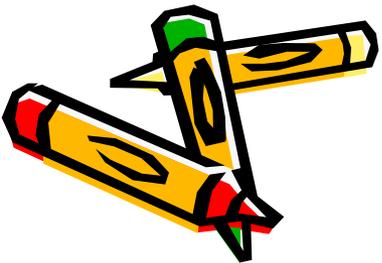
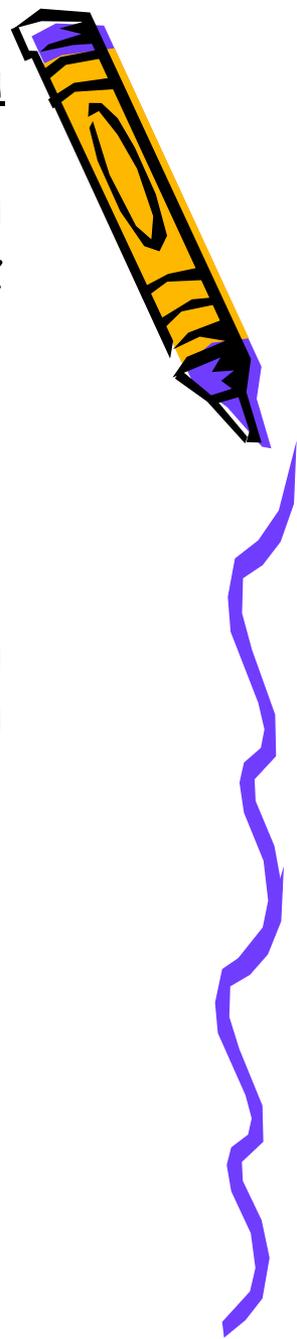


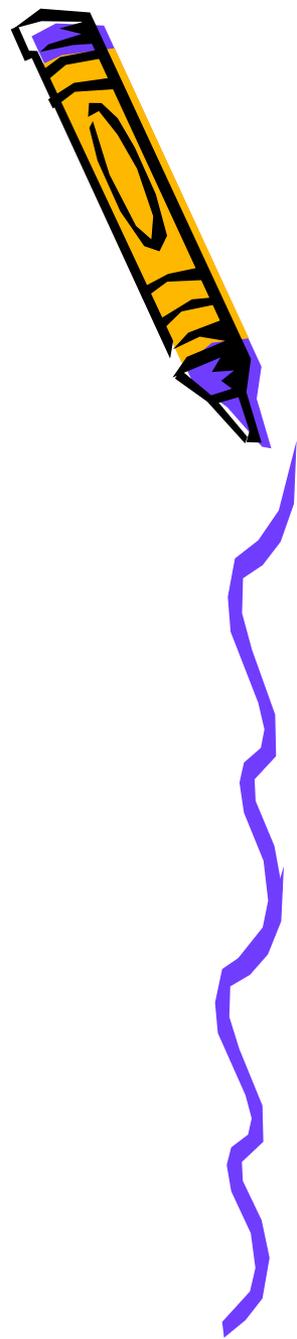
Бельская Е.Г. [1998] выделила и описала особый тип клиентов, которых она назвала «трудными клиентами».

С точки зрения Бельской Е.Г. существуют три предпосылки возникновения нормальных консультативных отношений:

- У клиента есть проблема.
- Консультант является экспертом.
- Что-то должно быть сделано с проблемой.

Трудные клиенты имеют склонность на вербальном (словесном) уровне соглашаться с вышеуказанными предпосылками, а на метакоммуникационном уровне они отвергают хотя бы одну из них. *Метакоммуникационный уровень* - уровень подоплеки, того, что лежит за словами, того, что существует реально, помимо слов.





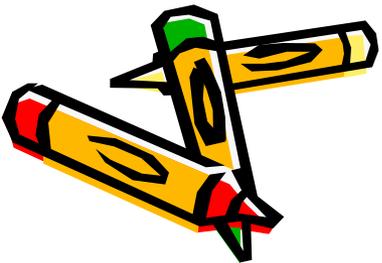
Бельская Е.Г. выделяет в метакоммуникационном уровне коммуникации три аспекта:

1) *Экспрессивный аспект.* Это то, что партнеры выражают помимо вербалики, то, как они хотят, чтобы их поняли.

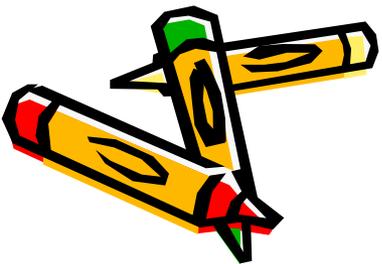
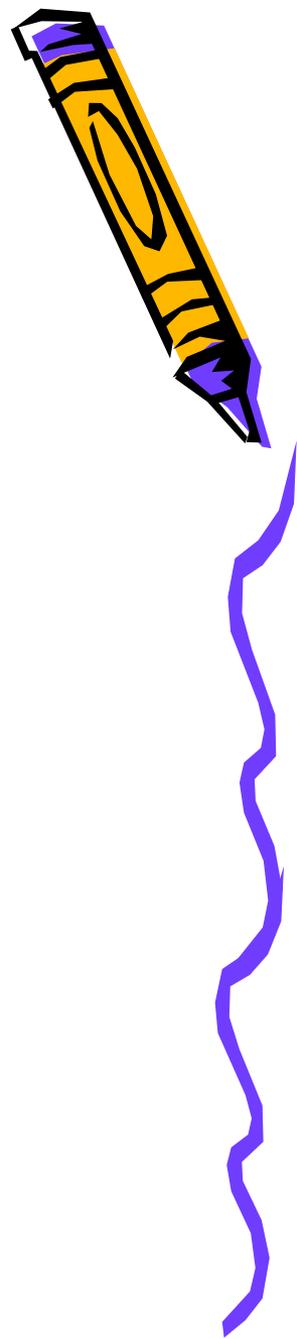
2) *Атрибутивный аспект.* То, как они понимают друг друга, какой образ видят в другом, какие качества склонны приписывать друг другу.

3) *Командный аспект.* Каких действий они хотят друг от друга, какого поведения они неявно требуют друг от друга.

В соответствии с этими аспектами можно выделить три возможных типа отрицания предпосылок нормальных консультативных отношений:

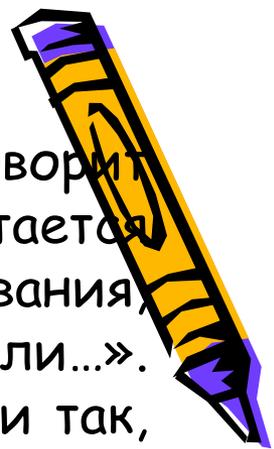


1. **«Это не моя проблема».** В этом случае клиент имеет тенденцию себя вести как начальник своего консультанта. Рассказывать, он более склонен о **других** членах организации или семьи, у которых, на его взгляд, есть проблемы или которые эти проблемы создают сами. Он призывает консультанта «сделать что-нибудь», при этом не определяет конкретно, каких изменений хочет, все расплывчато. Характерная фраза: «Я не хочу быть в это вовлеченным, для этого мы Вас наняли». То есть клиент принимает на себя роль «ответственного постороннего». Если проблемы возникли все-таки из-за клиента, то процесс решения проблем может зайти в тупик.

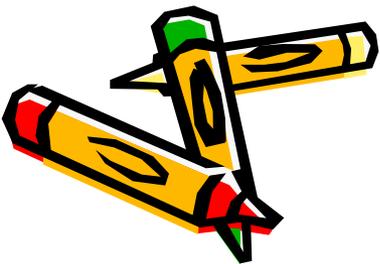
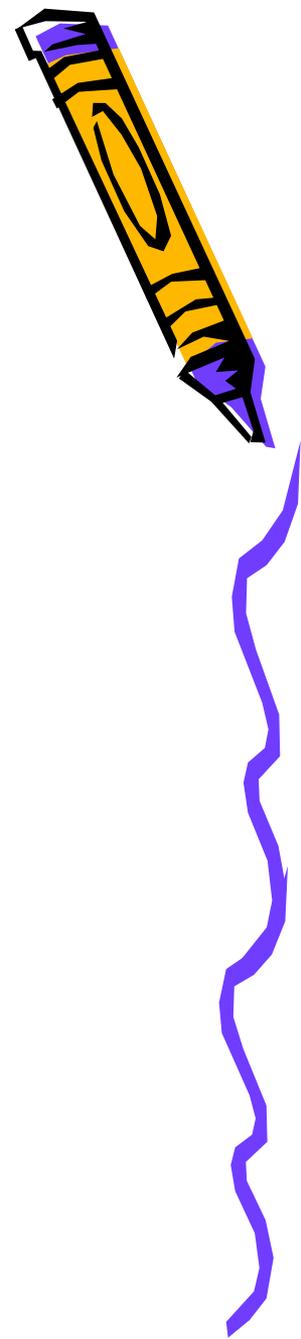


2. *Я сомневаюсь в Вашей компетентности.* Тут можно выделить два варианта:

- Клиент всегда знает положение дел лучше консультанта. Говорит много, в основном, абстрактно, точный смысл слов остается неясным. Когда консультант пытается обобщать его высказывания, такой клиент обычно стремится его поправить: «Вы не поняли...». При этом его поправка либо тривиальна (содержит то, что и так, само собой разумеется), либо включает в себя слишком много оттенков и значений. В дальнейшем клиент дает понять, что ценит «теоретический вклад» консультанта, но не думает, что он применим в данной ситуации.
- Клиент склонен формулировать свои сообщения консультанту в терминах, с помощью которых он выражает неуважение предположениям консультанта. Характерное высказывание: «Смотрите, мы здесь занимаемся производством и не нуждаемся, поэтому мы ждем от Вас нечто иное». Консультант периодически ставится в такую позицию, что он должен все время доказывать, что он лучше, чем о нем думают.



3. *Это безнадежно, здесь ничего изменить нельзя.* В процессе консультативной беседы клиент предпочитает соглашаться с консультантом. Оружие против консультанта здесь - беспомощность клиента, Он вроде пытается все выполнять, но результат всегда выражается характерной фразой: «Я все перепробовал по Вашему совету, но все оказалось бездейственным». Имеют место также «двойные сообщения» - клиент просит совета и одновременно дает понять, что он, в сущности, этого не ждет и не хочет, чтобы из этого что-то получилось. Для того чтобы дать это понять он может использовать шутку, невербальные средства коммуникации.



Для работы с «трудными клиентами» используются различные техники контрпарадокса:

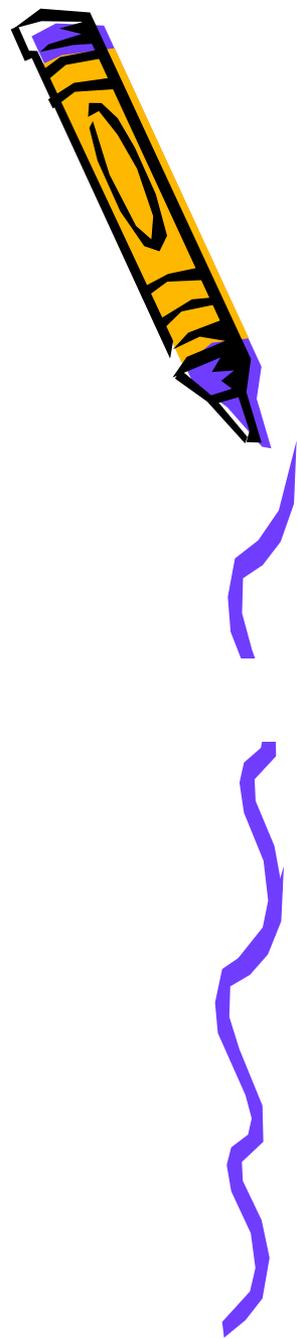
1) **Согласие и поддержка.** Главный принцип - прекратить бороться с клиентом. Занять позицию: «Да, Вы эксперт», «Да, Вы лучше знаете». Консультант не принимает на себя роль лидера, не демонстрирует поведение «высококлассного» эксперта. Основная форма реагирования - дружеское удивление и искренняя радость при понимании сложного высказывания клиента. Можно использовать также следующие приемы: Вопросы формулировать открытые, а не экспертные, например: «**Не расскажите ли Вы мне еще чего-нибудь?**»
«**Угу-реакция**» - согласие и одобрение клиента.

Обратное резюмирование - попросить клиента самого подытожить сказанное, сделать резюме.

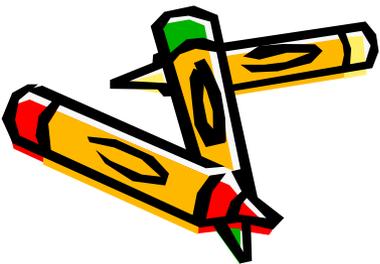
Избегание важности, значимости. Например, если клиент заявляет нам: «У меня нет проблем», то мы склонны ответить ему: «Тогда давайте поговорим и ничего больше».

Банальности. Если ответы консультанта будут ничего не значащими и лишь создавать иллюзию атмосферы доверительного разговора, то со временем это все-таки побудит клиента начать драматизацию ситуации и тогда модель отрицания проблем разрушится. Пример банального ответа: «Да, иногда это лучше, что можно сделать».

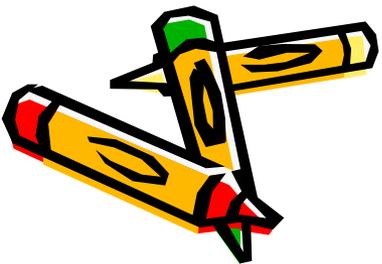
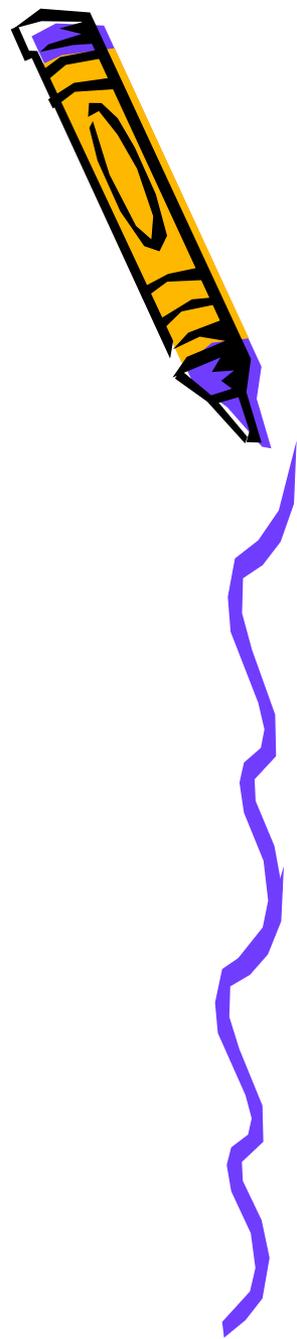


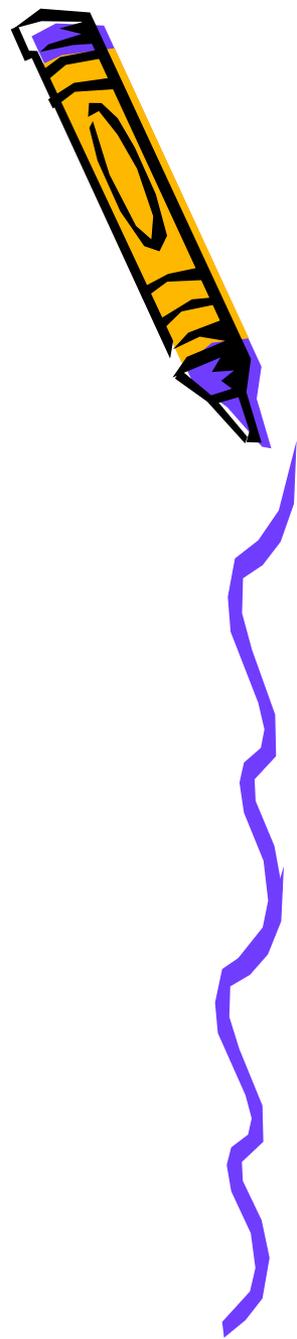


2) **Экстраполяция.** Сущность этой техники заключается в том, что вместо того, чтобы блокировать неконструктивное поведение клиента, ему поддаются. Клиента поощряют к тому, чтобы, продолжая вести себя по-прежнему, он дошел до логического и окончательного конца, после чего он почувствует необходимость смягчить, ослабить свои «отрицания». Эффект экстраполяции усиливается с помощью *позитивного наклеивания ярлыков*, когда приветствуется особый вклад клиента в работу. Например, немногословный клиент поощряется за емкость и краткость его характеристик. Многословному клиенту предлагается развивать свою мысль в определенном аспекте.



3) **Предписывание проблемы.** Консультант сам сопротивляется всем возможным вариантам решения проблемы. Клиента не только просят делать то, что он делает, но и подразумевается, что (по крайней мере, некоторое время) иного выбора нет. Если клиент выражает убеждение, что ничего изменить нельзя, и его проблема неразрешима (отрицание третьей предпосылки возникновения нормальных консультативных отношений), то консультант серьезно воспринимает это утверждение и отвечает: «Да, сейчас ничего изменить нельзя. Есть только две возможности: либо научиться жить со своей проблемой, либо признать, что решить ее нелегко». Занимая такую позицию, психолог заставляет клиента делать выбор по собственному желанию, то есть то, что клиент заявляет, то он и получает.

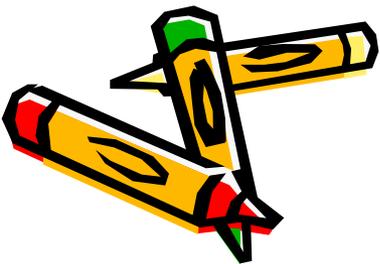




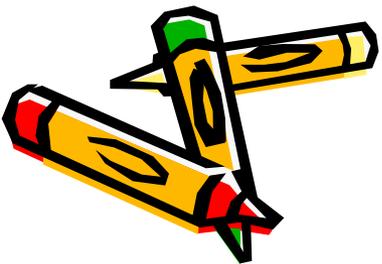
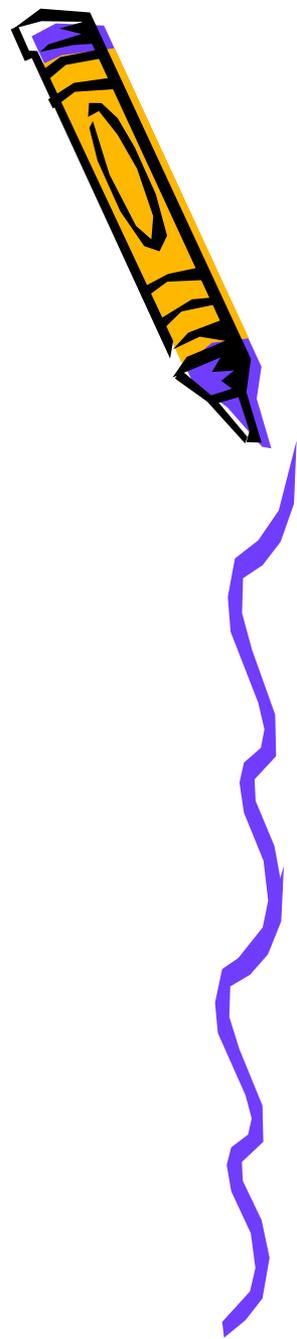
Подчас психолог сталкивается в консультации с клиентом, который очень склонен к критике. Это может препятствовать конструктивному взаимодействию психолога-консультанта и клиента. Бельская Е.Г. описала несколько конструктивных методов реакции психолога-консультанта на критику:

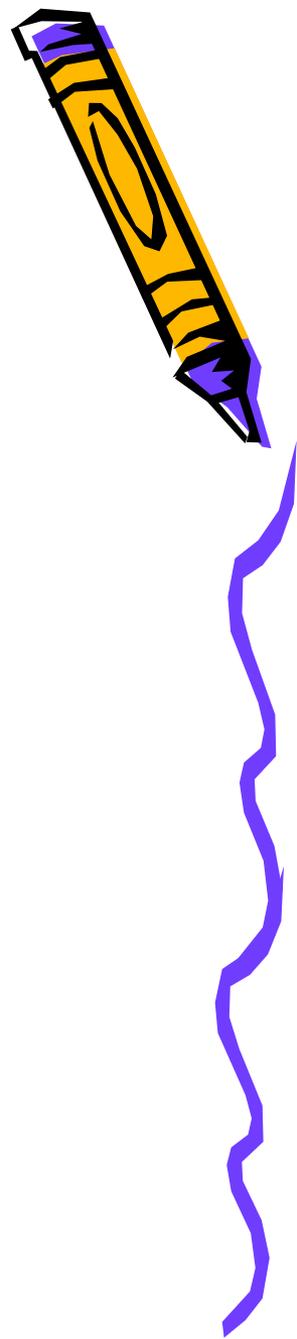
Метод сочувствия и разоружения. Он заключается в том, чтобы:

Задать человеку несколько вопросов, чтобы лучше понять, что он имеет в виду, при этом избегать роли судьи или защитника. Нужно собрать как можно больше информации, чтобы появилась возможность взглянуть на мир глазами критика. Вопросы следует задавать с сочувствием, даже если клиент несправедлив.



Разоружение критики. Вне зависимости от правильности утверждений критика, нужно найти способ согласиться с ним. Когда критик не встречает сопротивления, он обычно теряет весь свой пыл. Если критик успокаивается, то приходит в более подходящее состояние для общения. Основная ошибка в ситуации критики - доминирующая тенденция защитить себя от любых несправедливых нападков. Каждая попытка защитить себя лишь подогревает пыл противника.





Метод самоконтроля. Ориентирован на случай клиента, который:

критикует настойчиво, но является некомпетентным в том, что критикует, не вникает в представленный материал; не очень хорошо воспринимается в своем кругу общения; его стиль критики носит подавляющий, унижающий характер.

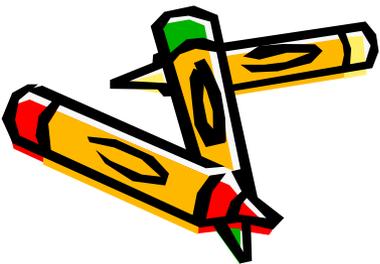
Как реагировать на такого критика:

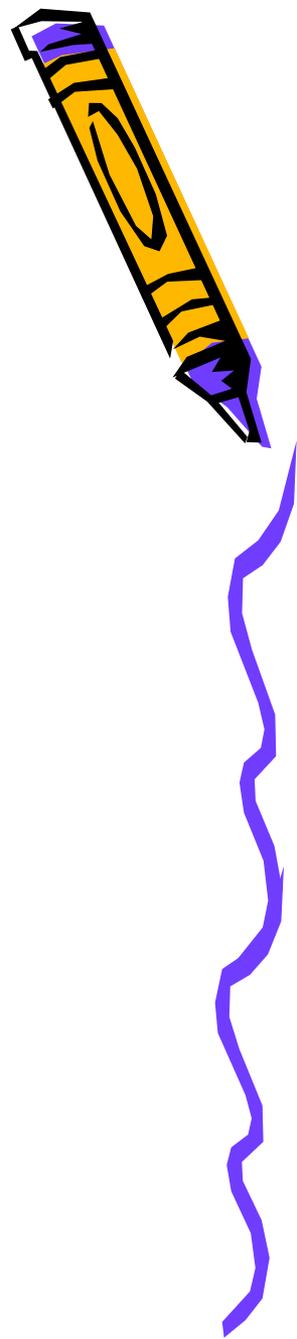
Немедленно поблагодарить за комментарии.

Подчеркнуть, что поднятые вопросы достаточно важны.

Отметить необходимость знаний поставленных вопросов - пусть это вдохновляет его на самостоятельную работу.

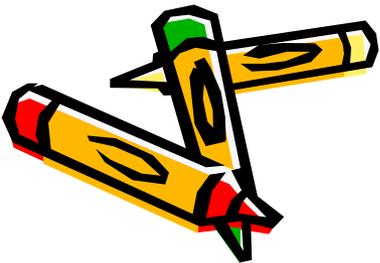
Предложить обсудить эту тему после изучения.





Техника «Я-высказывание». Суть этой техники заключается в том, что психолог должен сделать клиенту заявление согласно следующей структуре:

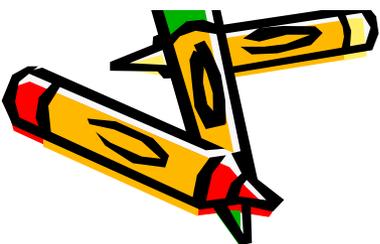
- *Событие.* Ситуация должна быть описана клиенту объективно. Это помогает клиенту увидеть свои действия в новом свете.
- *Отклик психолога.* Показать какое воздействие поступки клиента оказали на Вас. Это должно его подтолкнуть на пересмотр его поведения.
- *Изложение клиенту версии предполагаемого исхода.* Делается это для того, чтобы дать возможность клиенту ощутить свободу выбора. Необходимо предложить несколько версий развития ситуации и оставить вариант исхода открытым. Можно предложить клиенту свой вариант поведения в сложившейся ситуации.



Консультативный контакт: терапевтический климат, навыки поддержания консультативного контакта, техники присоединения и отделения, перенос и контрперенос (по Кочунасу).

В 1975 г. С. Rogers (цит. по: Gelso, Fretz, 1992) задал вопрос: "Можно ли утверждать, что существуют необходимые и достаточные условия, способствующие позитивным изменениям личности, которые можно было бы четко определить и измерить?" На этот вопрос он сам дал ответ, назвав шесть условий:

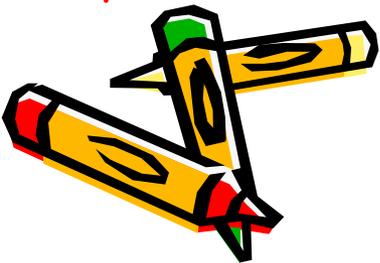
- Два лица находятся в психологическом контакте.
- Первый персонаж, назовем его "клиентом", пребывает в состоянии психического расстройства, раним и встревожен.
- Второй персонаж, назовем его "консультантом", активно участвует в общении.
- Консультант испытывает безусловное уважение к клиенту.
- Консультант переживает эмпатию, приняв точку зрения клиента, и дает это ему понять.
- Эмпатическое понимание и безусловное уважение консультанта передаются клиенту даже при минимальной выраженности.



Консультативный контакт — это уникальный динамичный процесс, во время которого один человек помогает другому использовать свои внутренние ресурсы для развития в позитивном направлении и актуализировать потенциал осмысленной жизни (George, Cristiani, 1990).

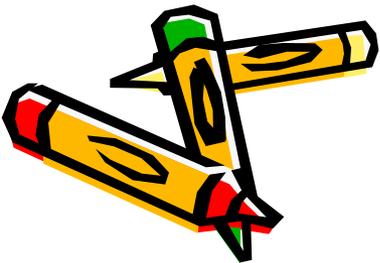
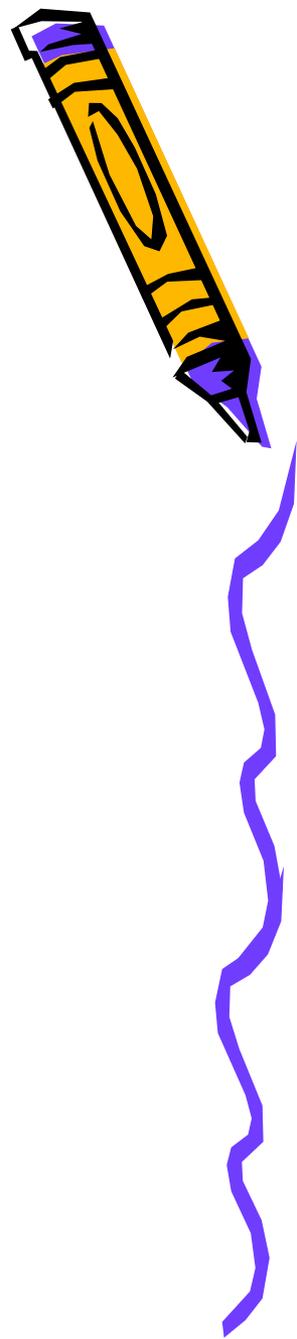
Консультативный контакт — это чувства и установки, которые участники консультирования (консультант и клиент) испытывают один по отношению к другому, и способ их выражения (Gelso, Carter, 1985). Практически все определения указывают на несколько уникальных черт консультативного контакта. George и Cristiani (1990) выделили шесть основных параметров:

- **Эмоциональность** (консультативный контакт скорее эмоционален, чем когнитивен, он подразумевает исследование переживаний клиентов);
- **Интенсивность** (поскольку контакт представляет искреннее отношение и взаимный обмен переживаниями, он не может не быть интенсивным);
- **Динамичность** (при смене клиента меняется и специфика контакта);
- **Конфиденциальность** ;
- **оказание поддержки** (постоянная поддержка консультанта обеспечивает стабильность контакта, позволяющую клиенту рисковать и пытаться вести себя по-новому);
- **добросовестность.**



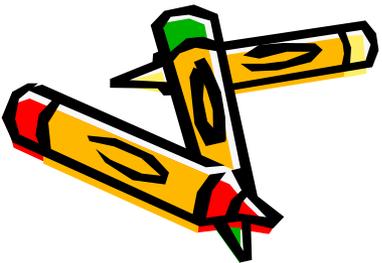
СЕМИНАР: Современные представления о консультативном контакте:

1. Психоаналитическое направление
2. Адлеровское направление
3. Когнитивно-поведенческая терапия
4. Рационально-эмоциональная терапия (А. Ellis)
5. Ориентированная на клиента терапия (С. Rogers)
6. Экзистенциальная терапия
7. Экзистенциальное консультирование - Ролло Мэй, Виктор Франкл.
8. Гештальт-терапия - Фриц Перлз
9. Транзактный анализ - Эрик Берн
10. Терапия реальностью - Уильям Глассер



Создавать обоюдное доверие — значит создавать **терапевтический климат**, способствующий обсуждению значимых проблем. Это — обязанность консультанта. Успешность создания терапевтического климата обусловлена личностными качествами консультанта и его отношением к консультированию:

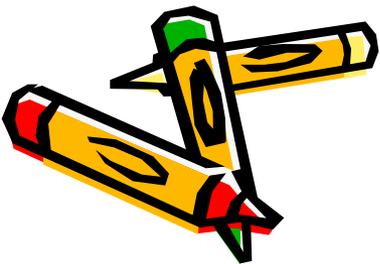
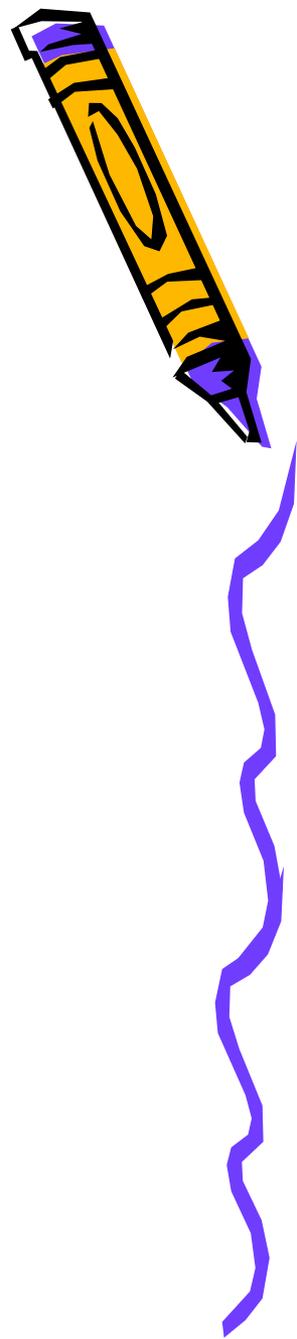
- необходим **искренний интерес** к людям и **подлинное желание помогать** им. Важно любить не только человечество, но и отдельного человека. Нельзя забывать, что клиенты тонко чувствуют, интересуется ли консультант ими по существу или только как объектами исследования. Тревогу клиентов отражают цитаты из их признаний: "Он смотрел на меня, словно хотел решить, в тот ли ящичек вложил мою карточку, а не как на другое человеческое существо"; "Я внезапно услышал, как он говорил о случае, и с ужасом понял, что речь шла обо мне". Никто из нас не желает быть трактуемым как "случай", "участник поединка" или "исследуемый";
- во время консультирования **все внимание следует уделять клиенту**, нельзя заниматься посторонними делами (например: разговаривать по телефону, разрешать входить в кабинет коллегам и обсуждать с ними какие-то, пускай даже важные вопросы, витать в мыслях за стенами кабинета и т.п.);



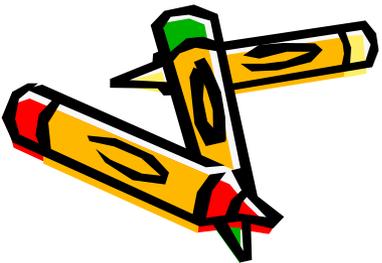
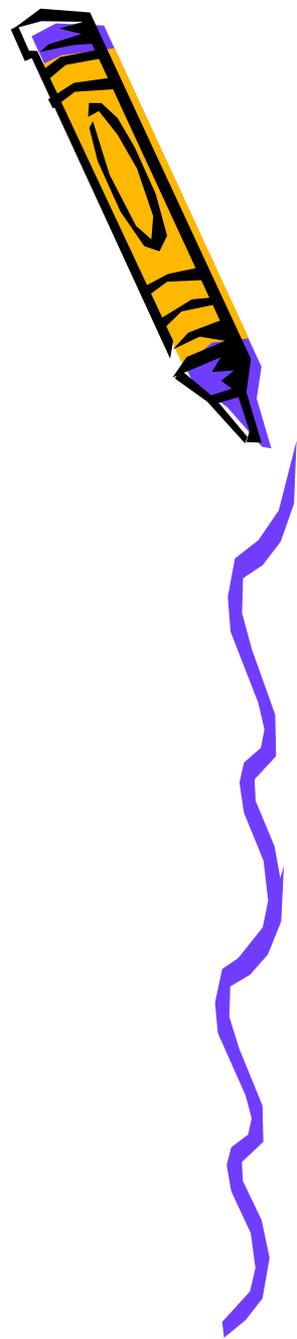
• надо **предоставить клиенту максимальную возможность высказаться**. Он приходит к консультанту не выслушивать поучения и мудрые советы, а рассказать о гнетущих и затруднительных аспектах своей жизни;

• **не следует проявлять излишнее любопытство**. Консультант не должен походить на детектива. Важна лишь та информация о клиенте, которая необходима для понимания его проблем. Если консультант вынуждает клиента чрезмерно раскрываться, клиент после визита испытывает неудобство, переживает чувство вины и нередко прекращает консультирование;

• необходимо **соблюдать профессиональную тайну**. Если консультант по каким-то причинам обязан делиться с другими сведениями о клиенте (например, при надзоре за консультированием), надо поставить его в известность;

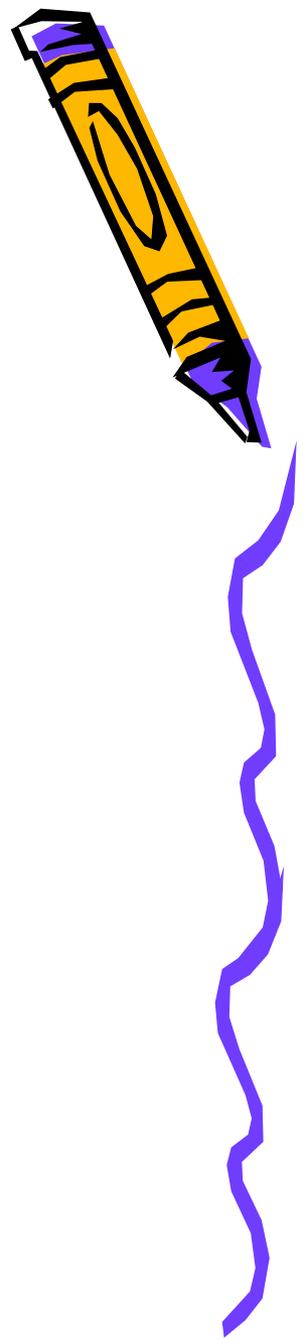
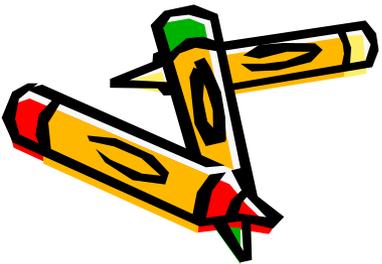


- следует **помочь клиенту почувствовать себя непринужденно** во время консультативных встреч. Для этого консультант должен проявлять дружелюбие, искренность, естественность, суметь войти в положение клиента;
- **к проблемам клиента необходимо относиться без осуждения.** Консультант должен не оценивать, а слушать, слышать и понимать. Когда консультант искренне и естественно демонстрирует установку "принятия", клиент чувствует себя понятым и заслуживающим уважения.



Перенос и контрперенос

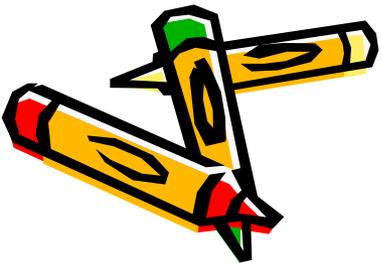
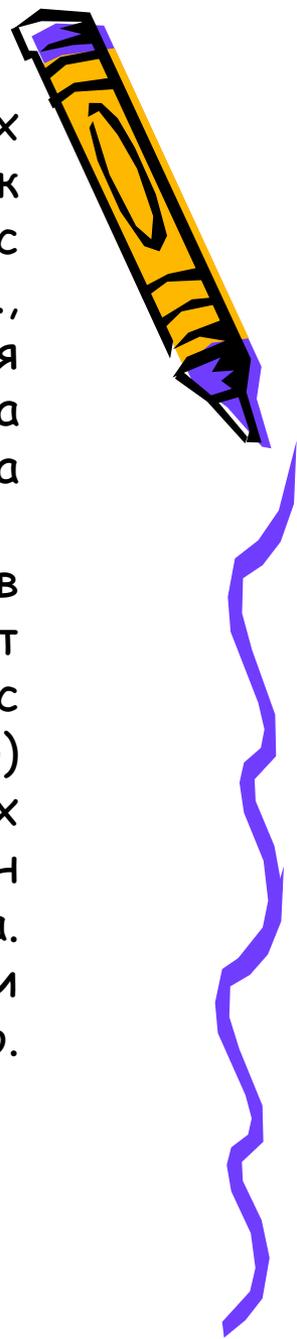
В ситуации консультирования не может происходить адекватное эмоциональное взаимодействие без принятия во внимание переноса и контрпереноса. Как правило, они сосуществуют. Имеется в виду перенос чувств, влечений, установок из "там и тогда" в "здесь и теперь" и наоборот. Таковую транспозицию осуществляет клиент в отношении консультанта (перенос) и консультант в отношении клиента (контрперенос).

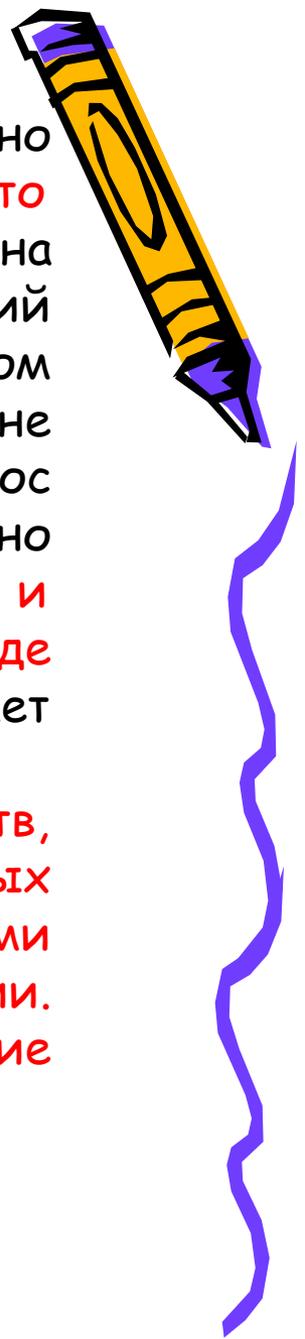


Перенос

Открытие S. Freud "переноса" - одно из фундаментальных достижений психоанализа. Это учение нередко определяют как систематический анализ переноса. Вначале Freud считал перенос препятствием на пути развития психотерапии, однако в 1907 г., после первой встречи с C. Jung в Вене, позиция основателя психоанализа изменилась. На мнение Freud повлияла категоричность утверждения Jung, что "перенос - это альфа и омега терапии".

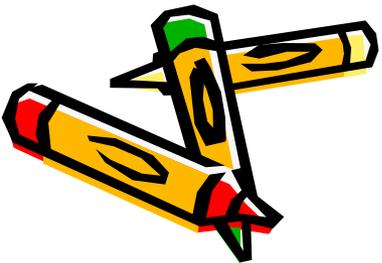
Возможность переноса в консультировании и психотерапии в настоящее время в большей или меньшей мере признают представители почти всех теоретических ориентаций. Перенос является составной частью консультативного (терапевтического) контакта. Данный психологический феномен присутствует в любых межличностных отношениях, однако в консультативном контакте он намного интенсивнее вследствие природы самого контакта. Консультант заведомо обладает авторитетом, мало говорит о себе и остается анонимным, поскольку к нему обращаются за помощью. Этим облегчается возникновение переноса.





Возможны два основных определения переноса. Согласно классическому психоаналитическому определению, **перенос - это оживление комплекса Эдипа в терапевтической ситуации**. Реакция на терапевта такова, словно он — участник ранних эдиповых отношений клиента, т.е. представляет собой отца или мать. В эдиповом контексте определение слишком ограничено; его трудно принять, не придерживаясь психоаналитической ориентации. Считая перенос универсальным феноменом консультативного контакта, его можно определить как **повторение в отношениях с консультантом чувств и установок, привычных в прошлом со значимыми людьми (прежде всего — родителями)**. Greenson (1965; цит. по: Сох, 1988) предлагает более обобщенное определение:

"Перенос - это неадекватное и персеверативное переживание чувств, влечений, фантазий, установок и задействование защитных механизмов, возникших в прошлом в отношениях со значимыми людьми, при актуальном межличностном взаимодействии. Подчеркнем, реакция переноса представляет собой повторение прошлого и неприемлема в настоящем".

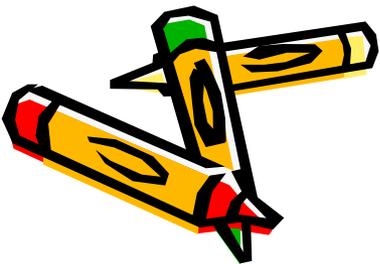
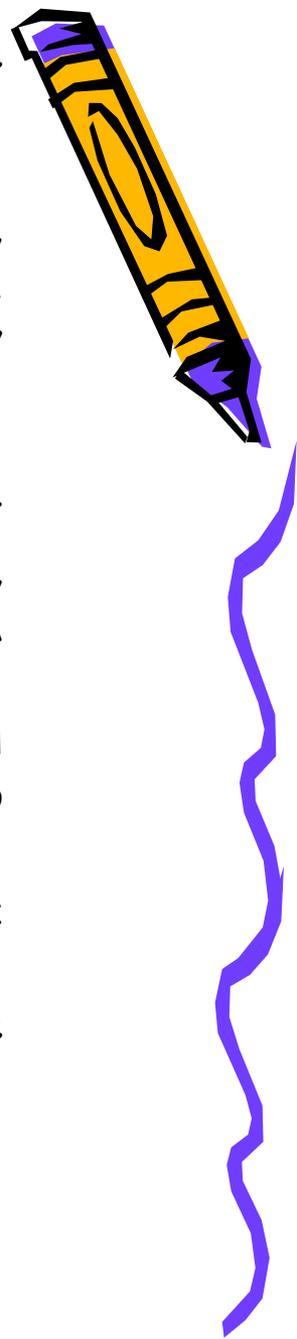


В консультировании и психотерапии переносу свойственны такие черты (Gelso, Fretz, 1992):

- **Перенос всегда ошибочен** в том смысле, что клиент представляет консультанта в ложном свете, т.е. приписывает ему черты, свойственные другим людям в других обстоятельствах и времени. Конечно, ошибочны не все представления клиента; консультанту важно отличать реалистичные реакции от реакций переноса.

- **Перенос бывает положительным и отрицательным.**

Положительный перенос основывается на зависимости клиента от идеализированного образа отца, любящего и опекающего, вызывающего чувство защищенности и потребность в творческом самовыражении. Положительная установка клиента в отношении консультанта, возникшая в силу переноса, выражает отношения прошлого. Например, клиент, которому в детстве недоставало любви, склонен видеть в консультанте человека более сильного и любящего, чем тот есть на самом деле. Отрицательный перенос основывается на испытанных в детстве чувствах отвержения и враждебности. Если в консультировании эти установки не изменяются, терапия становится невозможной.

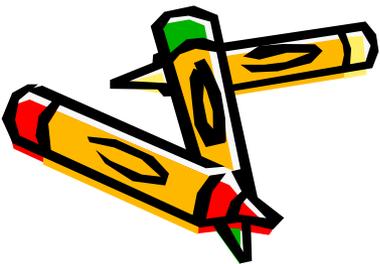
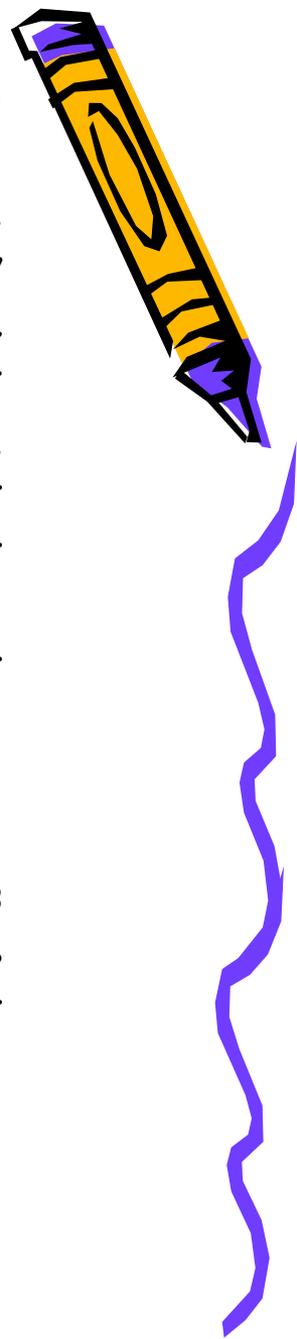


- **Возникновению переноса содействуют нейтральность и неопределенность консультанта.**

Понятие "нейтральность" в психотерапии не имеет определения. Нейтральность не идентична равнодушию или дефициту заботливости. Имеется в виду, что консультант беспристрастен и не навязывает клиенту своих ценностей. Неопределенность означает сокрытие от клиента своих чувств, установок, событий жизни. Нейтральность и неопределенность консультанта создают специфическую атмосферу отношений, которая позволяет возникнуть и полностью проявиться переносу. Он проявляется и при отсутствии этих условий, однако они облегчают возникновение переноса и усиливают его.

- **Перенос — бессознательный процесс.**

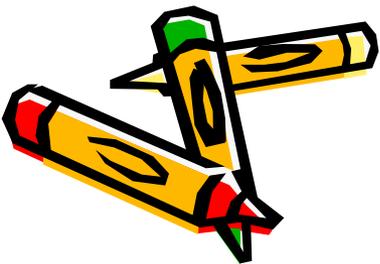
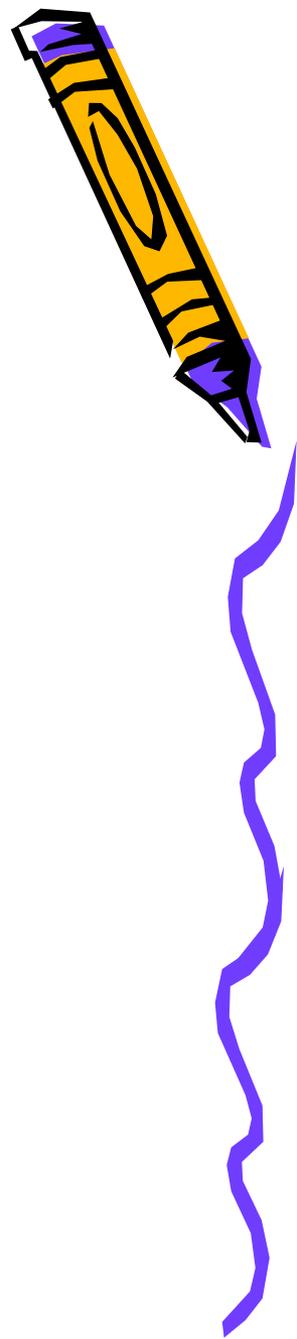
Хотя чувства клиента по отношению к консультанту могут быть и вполне сознательными, но сам факт, что они привнесены из других, более ранних отношений, не осознается. В консультировании психодинамической ориентации консультант побуждает клиента к осознанию такого переноса.



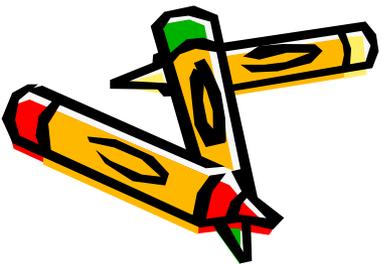
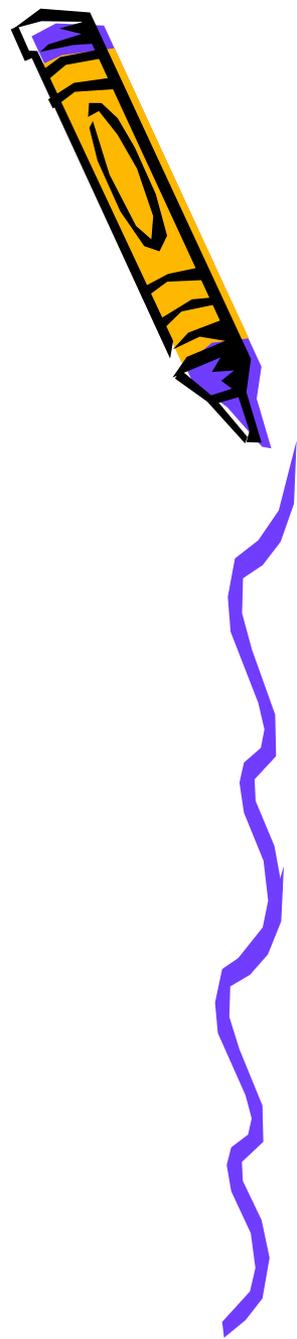
• **Перенос** чаще возникает в сферах, где имеются неразрешенные детские конфликты со значимыми личностями.

Люди склонны превратно воспринимать настоящее, когда они увязли в эпизодах прошлого.

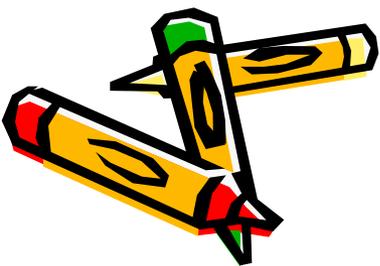
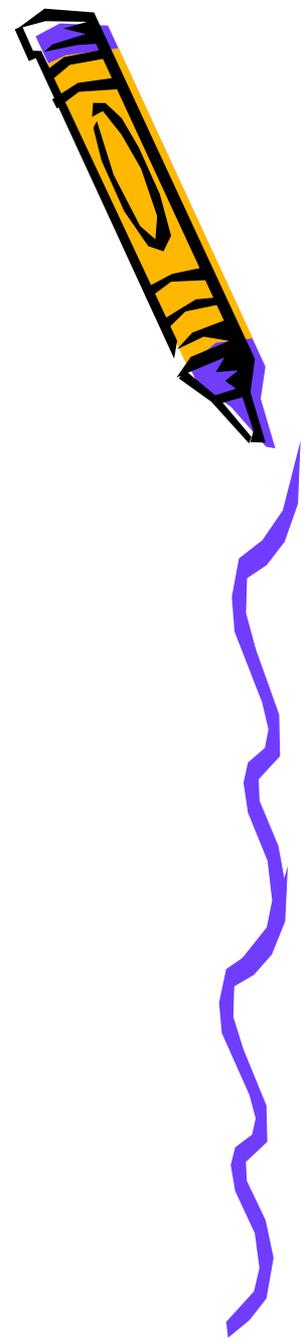
В психотерапии и консультировании ценность переноса весьма велика. Он позволяет проникнуть в прошлое клиента и увидеть, каким образом ранний опыт, связанный со значимыми личностями (родители, близкие), модифицирует реакции настоящего. Это очень важно в случаях, когда расстройства поведения, личные проблемы постоянно "подпитываются" коварными реакциями переноса. Консультант, будучи объектом переноса, интерпретирует проекции и предоставляет клиенту возможность взглянуть на свое поведение в ракурсе причинности, чтобы избавиться от травм и фантазий прошлого. Такая работа придает консультированию характер "коррекции эмоционального опыта".



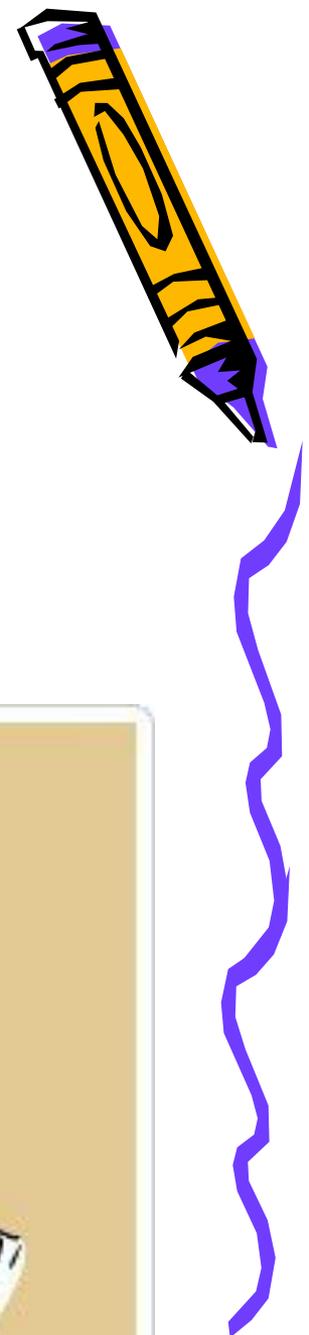
Положительному переносу всегда присуща определенная, чаще всего временная идеализация консультанта с эротическим оттенком при условиях разнополости и гетеросексуальности клиента. Эротическая установка в отношении консультанта нередко выражается косвенно — паузами молчания, жалобами, что нечего сказать и голова совсем пустая; манипулятивными движениями, если консультант не пришел или опаздывает, забыванием уплатить за консультацию, интересом к личной жизни консультанта; конкуренцией с другими клиентами из-за консультанта; постоянным цитированием его высказываний и т.п.



Подарки тоже служат формой выражения чувств к консультанту. Дарение может означать многое и усложняет консультирование: иногда это просто взятка, порой демонстрация желания иметь с консультантом особые, доверительные отношения, и благодаря выбору подарка клиент хочет доказать знание вкуса и потребностей консультанта. При таких мотивах клиента консультант должен отказаться от подарка, если не желает быть втянутым в игры манипулятивного характера. Однако в некоторых случаях подарки отражают искреннюю благодарность, уважение к консультанту, и отказ от них может оскорбить клиента. **Вообще в процессе консультирования лучше избегать подарков и подождать завершения терапии,** тогда подарок становится поводом к последнему обсуждению с клиентом достигнутых успехов и соответствия (или несоответствия) подарка реальной цене консультирования в экзистенциальном смысле.



Когда клиенты тем или иным способом выражают чувства, консультант должен относиться к этому с пониманием. Они проявляют подлинные чувства, хотя часто и нереалистичные. Если консультант принимает чувства клиента, даже не отвечая на них, и не позволяет клиенту испытывать отверженность, консультирование становится глубже и интенсивнее. С другой стороны, **клиенты должны понимать, что консультант не может быть их сексуальным партнером.** Такое табу помогает осознать жизненные ограничения на удовлетворение желаний.



Психолог не обязан
обслуживать всех,
у него профессия
не самая древняя (с)

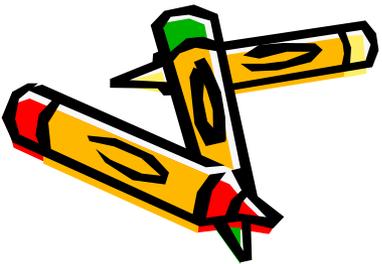
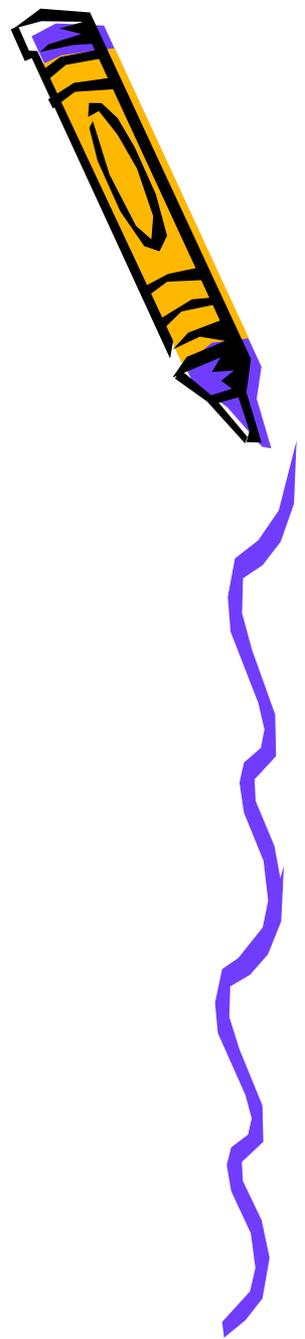


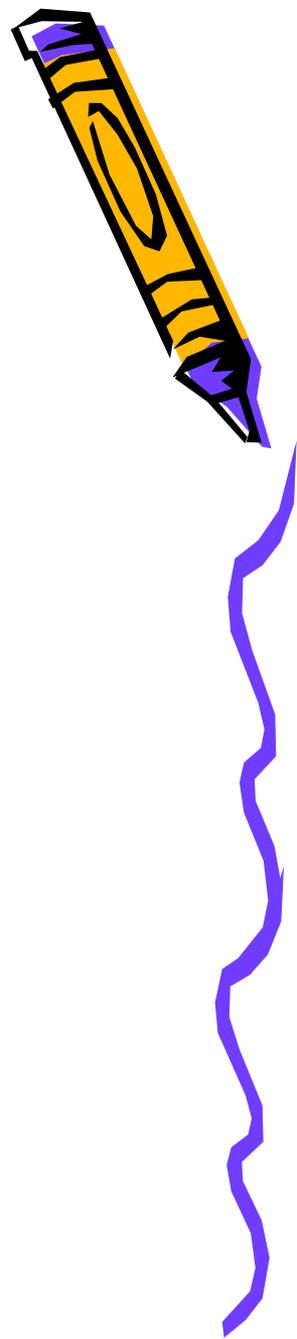
remarok.net



Контрперенос

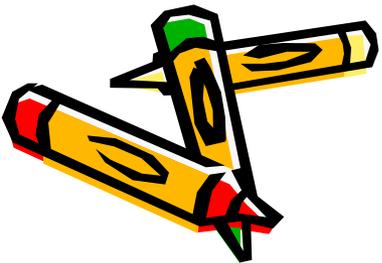
Поскольку консультативный контакт подобен улице с двусторонним движением, очевидно, что и консультант привносит в отношения с клиентом свои жизненные затруднения. Контрперенос столь же универсальное явление в психологическом консультировании и психотерапии, как и перенос. **Независимо от зрелости личности консультанта он — человек и непременно имеет неразрешенные внутренние конфликты.** Болезненные темы и порождают контрперенос, если клиент невольно их затрагивает. Gelso и Fretz (1992) различают тотальное (слишком широкое) и классическое определение контрпереноса. Тотальное определение охватывает все эмоциональные реакции консультанта на клиента. К контрпереносу тогда относятся и **совершенно естественные реакции консультанта, не связанные с его внутренними конфликтами.** Классическое определение характеризует контрперенос как **ответную реакцию на перенос клиента.** Промежуточное определение обрисовывает контрперенос как проецирование консультантом своих проблем на предоставленный клиентом материал, как связанный с переносом, так и не связанный с ним.



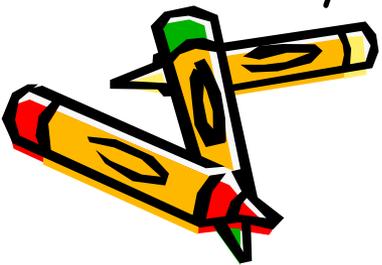
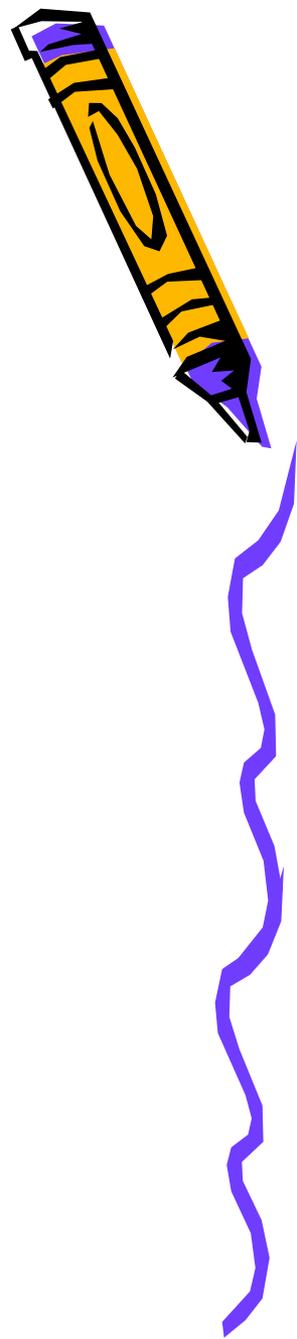


Наиболее часто встречаются следующие **причины**
контрпереноса:

- Стремление консультанта понравиться клиентам, быть принятым ими и хорошо оцененным.
- Боязнь консультанта, что клиенты могут о нем плохо подумать, не прийти на встречу и т.п.
- Эротические и сексуальные чувства консультанта по отношению к клиентам, сексуальные фантазии, связанные с клиентами.
- Чрезмерная реакция на клиентов, провоцирующих у консультанта чувства, обусловленные его внутренними конфликтами.
- Стремление занимать пророческую позицию и давать клиентам навязчивые советы, как им следует жить.



Терапевтичен или антитерапевтичен контрперенос? Помогает или мешает он консультированию? Хорош он или плох сам по себе? Ответы на эти вопросы зависят от того, **проявляется ли контрперенос в форме внешнего поведения или представляет собой только переживания консультанта.** В первом случае имеются в виду действия на основе внутренних конфликтов, и, конечно, такой контрперенос необходимо обсудить с коллегой или в специальных группах профессионалов, потому что неконтролируемый и плохо осознаваемый контрперенос препятствует объективности консультанта. В качестве внутренних переживаний контрперенос может оказаться весьма ценным (Gelso, Fretz, 1992), поскольку помогает консультанту лучше понять, какое влияние поведение клиента оказывает на него и на других людей. В любом случае влияние контрпереноса на ход консультирования зависит от желания и готовности консультанта взглянуть на истоки своих истинных чувств к клиентам.



Благодарю за внимание!

