Составители: Габбасова Э.Р., Дереча Г.И., Киреева Д.С.

Кафедра психиатрии и наркологии

ФГБОУ ВО ОрГМУ Минздрава России

**Модуль 2. Процесс и техники психологического консультирования**

**Тема №5.**

**Тема:** Базовые навыки психологического консультирования: навыки сопровождения и выслушивания.

**Вопросы:**

**1. Группы навыков ведения беседы. Первая группа сопровождения и выслушивания.**

2. Цели и принципы перефразирования и обобщения.

3. Цели и принципы ободрения и успокаивания.

4. Цели и принципы отражения чувств.

5. Цели и принципы присоединения чувств к содержанию.

6. Цели и принципы постановки вопросов и прояснения.

7. Фокус-анализ.

8. Значение пауз молчания в консультировании.

**Основные понятия темы**: перефразирование, обобщение, ободрение, успокаивание, отражение чувств, присоединение чувств к содержанию, открытые и закрытые вопросы, прояснение.

**Теоретический материал к Модулю 2 к теме 5:**

**1. Группы навыков ведения беседы. Группа сопровождения и выслушивания.** Основные задачи консультанта: стараться наиболее глубоко понять другого человека, создать безопасное пространство, в котором клиент мог бы выразить себя наиболее полно, понять себя, осознать, в чем он нуждается, что мешает ему жить в согласии с самим собой, и определить, как, находясь в своей актуальной жизненной ситуации, он может позаботиться о себе. Основной инструмент для реализации этих задач — слушание. Терапевтическое слушание — это обеспеченное всей полнотой внимания консультанта вслушивание, это слышание одновременно целого спектра сообщений:

* относительно содержания ситуации клиента, выраженного с помощью слов и невербальных проявлений (интонаций, поз, жестов, мимики). При этом вербальные и невербальные сообщения могут противоречить друг другу. Например, человек говорит «Да» и отрицательно качает головой;
* по поводу отношения человека к тому, о чем он говорит. Например, клиент говорит вяло, глядя в пол: «Я смелый», то есть либо не верит в это, либо ему не нравится это качество в себе;
* относительно чувств клиента в ситуации «здесь и сейчас», во взаимодействии с терапевтом. Например, слова клиента «У вас холодно» могут быть сообщением о том, что он пока не чувствует себя комфортно в кабинете. Портфель или сумка, которую клиент в течение всей сессии держит на коленях, могут быть способом сообщить консультанту о том, что он не чувствует себя безопасно.

Кроме слов и невербальных проявлений клиента у консультанта есть еще один источник знания о клиенте — это его, консультанта, собственные переживания.

Такое слушание нужно осваивать специально. Базовые навыки консультирования — это навыки активного и неактивного слушания. Это алфавит или, если кому-то более близки музыкальные ассоциации, семь нот консультирования.

Далее речь пойдет о базовых навыках, описывающих действия консультанта на протяжении всего психотерапевтического процесса и его отдельных стадиях, которые были описаны раннее в предыдущих темах. ***Навыки ведения беседы делятся на три группы*** (Дж.Коттлер, Р. Браун, 2001):

1. Навыки сопровождения и выслушивания.

2. Навыки исследования.

3. Навыки действий.

В этой теме мы изучим навыки сопровождения и выслушивания.

**Группа «Навыки сопровождения и выслушивания» включает в себя неактивное слушание, его формы: поощрение и повторение и активное слушание, его формы:** перефразирование, обобщение, ободрение и успокаивание, отражение чувств, присоединение чувств к содержанию, постановка вопросов и прояснение, паузы молчания.

Основу любых психотерапевтических вмешательств составляет физическое и психологическое сопровождение человека, которому требуется помощь. Используя приемы невербальной коммуникации (свою позу, мимику, жесты, контакт глазами, кивки головой и словесные подбадривания), консультант показывает, что вся полнота его внимания принадлежит клиенту, тому, о чем клиент говорит и что он чувствует. Психологу требуется быть внимательным на всех стадиях процесса консультирования, но особенно это важно на первой стадии консультирования при формировании контакта и оценки проблем, когда только начинают выстраиваться психотерапевтические отношения.

Основным навыком сопровождения является активное слушания, умение консультанта слушать и слышать клиента.

Различают активное слушание и неактивное слушание по степени вовлечённости внимания того, кто слушает, в содержание речи и эмоциональный подтекст говорящего. **Активное слушание** – это обеспечение все полноты внимания консультанта, вслушивание. Это слышание одновременно целого ряда сообщений: относительно содержания ситуации клиента, по поводу отношения человека к тому, о чем он говорит, а также относительно чувств клиента здесь-и-сейчас, во взаимодействии с консультантом.

В процессе неактивного слушания от слушателя не ожидают глубокого проникновения в слова и невербальное сопровождение речи, достаточным считается предоставление собеседнику возможности говорить и внешняя демонстрация внимания. **Формами неактивного слушания является поощрение и повторение.**

**Поощрение** – это минимальное средство для поддержания изложения клиентом своего рассказа, подтверждение высказанного им и обеспечение плавного течения беседы. К поощрениям относятся утверждения, которые демонстрируют признание сказанного, показывают вашу включенность в беседу. Эти утверждения включают короткие реплики типа «Ага», «Угу», «Так», часто сопровождаемые кивком головы. Также могут быть использованы фразы «Я понимаю» или «Да-да, продолжайте». «Не могли бы Вы более подробно рассказать о Ваших отношениях» или «Продолжим нашу беседу».

Такие формы поощрения обладают двумя особенностями. Во-первых – клиенту нужен от вас какой-то знак, что он может продолжать. Во-вторых – ваша реакция должна быть минимально выражена, чтобы не мешать клиенту, и не прерывает ход его мыслей.

В практике консультирования бывают случаи, когда в ходе беседы мы используем только неактивное слушание, приемы поощрения, а в конце клиент с благодарностью говорит: «Вы не представляете себе, как мне помог разговор с вами». Возможен и такой вариант: на одной из следующих встреч клиент скажет: «Вы сказали…» или «Вы говорили мне…», хотя ничего такого вы не говорили; на самом деле клиент сам сказал себе то, что хотел услышать. Минимальное поощрение - очень мощное средство общения, особенно во время первой консультации.

**Повторение** – это почти буквальное воспроизведение сказанного клиентом или избирательное выделение определенных элементов его сообщения. Возвращение сказанного создает у клиента ощущение, что консультант стремится понять сказанное. Кроме того, повторение фокусирует внимание на сообщении клиента, позволяя ему осознать дополнительные значения и выразить невысказанное.

Наиболее часто используется, так называемый, **парафраз** - повторение последних слов или ключевой фразы высказывания клиента, часто с вопросительной интонацией. Повторение последних слов или ключевой фразы клиента является чем-то вроде незаконченного предложения, которое побуждает клиента к его завершению.

**Пример:**

*Клиент:* Сегодня я какая-то растерянная. Не могу мысли собрать вместе, всё путается.

*Консультант:* Всё путается...

*Клиент:* Путаются мысли, воспоминания, переживания. Боюсь, я, наверное, не о том говорю. Надо бы рассказать всё с самого начала.

*Консультант:* С самого начала.

При выборе слов для повторения консультанту следует обращать внимание на интонацию, с которой произносит клиент слова, и отдавать предпочтением фразам, содержащих эмоциональный подтекст. Интонация важна также при произнесении консультантом выбранных им слов, чтобы акцентировать скрытый за словами смысл.

**Пример:**

*Клиент:* Мой муж хороший семьянин. Он обеспечивает нас, успевает и в доме все наладить, обустроить, и с детьми возиться. Я ему должна быть благодарна.

*Консультант:* Должны быть благодарны?

**2. Перефразирование и обобщение (отражение содержания).**

Перефразирование – это повторение своими словами содержания высказываний клиента. Перефразирование иначе называют отражением содержания, которое включает как факты ситуации, так и чувства клиента (Бадхен А.А., Соловейчик М.Я., 2007).

***Цели перефразирования.***

1. Перефразирование помогает клиенту лучше понять собственные мысли и чувства, когда он слышит свой рассказ устами другого человека

2. Отражение содержания показывает клиенту, что его понимают, и может побудить человека более подробно рассказать о себе.

3. Если клиент говорит путано, перескакивает с одного на другое то, перефразирование привносит порядок, акцентирует существующую последовательность. Перефразирование – это повторение своими словами содержания высказываний клиента.

***Принципы перефразирования.***

1. Перефразируется только то, что в точки зрения консультанта является существенным, основная мысль клиента

2. Отражая содержание слов клиента, нужно стремиться быть кратким. Следует избегать дословного повторения высказываний клиента, необходимо передавать смысл рассказа своими словами.

3. Использовать вводные слова: «Я услышал это так…», «Иными словами…», «Насколько я понял…», «Похоже на то, что…». Вводные слова показывают, что вы не изрекаете объективную истину, а высказываете свое субъективное мнение, которое клиент может уточнить, принять или отвергнуть.

**Пример:**

*Клиент:* Что-то происходит с моей дочерью. Ей 13 лет. В последнее время она стала нервной, огрызается, даже грубит. На улицу не выходит гулять. Раньше дома телефон не смолкал, всё подруги звонили. Теперь тишина. Сидит дома одна. А она всегда ведь всегда была общительной, веселой.

*Консультант:* Насколько я вас поняла, в последнее время ваша дочь сильно изменилась, стала раздражительной, замкнутой, хотя это ей не свойственно.

*Клиент:* Да, как будто другая стала. Я думаю, что это из-за конфликта в школе. Все девчонки в классе перестали с ней разговаривать. Я спрашиваю её: «Почему?». Она отвечает, что не знает. Но мне кажется, это из-за того, что она неправильно повела себя с одноклассницей, которая нечаянно сломала у неё серёжку. Дочь стала требовать у неё денежной компенсации, настаивала, целый месяц не давала покоя девочке. Я просила её забыть этот случай. Тем более я на следующий день наладила эту серёжку сама. Вполне можно было уладить мирно.

*Консультант:* Иными словами, вы предполагаете, что происходящее с вашей дочерью связано с конфликтной ситуацией в школе. Одноклассники стали игнорировать её, поскольку она чересчур жестко и непримиримо повела себя с одной из тех с кем вместе учиться.

**В обобщении** выражается основная идея нескольких мало связанных между собой утверждений или долгого и запутанного высказывания. Обобщение помогает клиенту систематизировать свои мысли, вспомнить то, что было сказано, побуждает к рассмотрению значимых тем и способствует соблюдению последовательности консультирования. Если перефразирование охватывает только что высказанные утверждения клиента, то обобщению подлежит целый этап беседы или даже вся беседа, или даже ряда встреч. Ivey (1971) ***указывает ситуации, в которых чаще всего используется обобщение:***

* когда консультант хочет структурировать начало беседы, чтобы объединить ее с прежними беседами;
* когда клиент говорит очень долго и запутанно;
* когда одна тема беседы уже исчерпана и намечается переход к следующей теме или к следующему этапу беседы;
* при стремлении придать некое направление беседе;
* в конце встречи при стремлении подчеркнуть существенные моменты беседы и дать задание на промежуток времени до следующей встречи.

**3. Ободрение и успокаивание.**

Эти техники очень важны для создания и укрепления консультативного контакта. Приободрить клиента можно краткой фразой, означающей согласие или (и) понимание. Такая фраза побуждает клиента продолжить повествование.

**Например:** «Продолжайте», «Да, понимаю», «Хорошо», «Так» и т.п. Довольно распространена выражающая одобрение реакция: «Ага», «М-мм». В переводе на язык речи эти частицы означали бы: «Продолжайте, я нахожусь с Вами, я внимательно слушаю Вас». **Ободрение** выражает поддержку — основу консультативного контакта. Атмосфера поддержки, в которой клиент чувствует себя свободно, позволяет исследовать возбуждающие тревогу аспекты самости, что особенно рекомендуется в ориентированном на клиента консультировании.

Другим важным компонентом поддержки клиента является **успокаивание**, которое вместе с ободрением позволяет клиенту поверить в себя и рисковать, изменяя некоторые аспекты самости, испытывая новые способы поведения. Это тоже короткие фразы консультанта, выражающие согласие: «Очень хорошо», «Не волнуйтесь из-за этого», «Вы поступили правильно», «Время от времени каждый чувствует себя так же», «Вы правы», «Это будет нелегко», «Я не уверен, однако думаю, что Вы можете попытаться», «Я знаю, что будет тяжело, но Вы не только можете, но и обязаны это сделать» и т.д.

Однако, говоря об успокаивании клиента, мы не должны забывать, что, как и любая техника, этот метод может использоваться правильно и неправильно. Частой ошибкой «успокаивания» является то, что консультант предлагает себя в качестве «подпорки» беспокойному клиенту. Это ограничивает возможности клиента самостоятельно решать свои проблемы. Рост личности всегда связан с чувством неопределенности и некоторой дозой напряжения и тревоги. Кроме того, если успокаивание используется чрезмерно и слишком часто, т.е. начинает преобладать в консультировании, оно создает зависимость клиента от консультанта. В этом случае клиент перестает быть самостоятельным, не ищет собственных ответов, а полностью полагается на одобрение консультанта, т.е. ничего не делает без санкции консультанта. Консультант также не должен забывать, что если будет злоупотреблять распространенной в нашем повседневном лексиконе фразой «все будет хорошо», считая ее успокаивающей, клиент станет ощущать недостаток эмпатии.

**4. Отражение чувств.**

**Отражение чувств** – это словесное обозначение переживаний, эмоций, клиента, о которых он прямо не говорит, но которые можно предположить, исходя из особенностей его ситуации, поведения и невербальных проявлений, наблюдаемых во время беседы.

В отличие от перефразирования распознавание и обозначение чувств клиента позволяет уловить то, что скрыто за содержанием его слов, дает возможность собеседникам перейти на более глубокий уровень общения. А.А. Бадхен и М.Я Соловейчик (2007) выделяют следующие цели и принципы отражения чувств:

***Цели отражения чувств.***

1. Помочь клиенту идентифицировать, распознать свои чувства. Научить его доверять собственным чувствам, относиться к ним как к важному источнику информации.

2. Проговаривание чувств позволяет частично выразить их и тем самым снизить уровень напряжения.

3. Отражение чувств часто приводит клиента к осознанию того, что чувства являются причинами тех или иных поступков, что открывает доступ к исследованию желаний и мотивов поведения.

4. Внимание консультанта к нюансам переживаний позволяет клиенту почувствовать себя понятым и принятым. Это улучшает качество контакта, завоевывает доверие клиента.

***Принципы отражения чувств*.**

1.Для обозначения чувства клиента необходимо подбирать такое слово, которое бы соответствовало интенсивности его переживания. Если консультант будет использовать осторожные мягкие названия для сильных чувств то, отражение чувств будет не эффективно.

2.Не обязательно отражать каждое чувство клиента. Преимущество за теми чувствами, которые клиент переживает здесь-и-сейчас по сравнению с пережитыми в прошлом.

3.Позитивные формулировки более предпочтительны чем негативные («вы чувствуете себя отвергнутым» вместо«вы не чувствуете себя любимым»).

Отражать чувства нужно короткими фразами, по возможности говоря об одном чувстве в каждый момент времен.

**Пример:**

*Клиент:* Вот уже месяц после ссоры с женой я живу один. Она разговаривать со мной не хочет, на звонки не отвечает. Днём пока на работе вроде все в порядке, а вечером прихожу домой – тишина давит. Хожу из угла в угол, мысли в голову лезут. Сын обычно болтал без умолку, даже надоедало. А теперь не хватает его возни.

*Консультант:* Вам очень одиноко и вы скучаете по сыну.

*Клиент:* Да. В прошлый выходной гулял с сыном в парке. Жена разрешила взять сына на несколько часов. Погуляли. Решил сделать подарок ей. Купил цветы и передал через сына. Со мной она не хочет встречаться. Пока сын поднимался по лестнице, я ждал у подъезда. Вижу мои цветы вылетают через окно. Выкинула, значит. Эх, не знаю, что ей ещё надо (машет рукой и отворачивается в сторону).

*Консультант:* Как я поняла, вы разочаровались в попытках найти путь к примирению.

*Клиент:* Все что я делаю, встречает лишь отрицательную реакцию. После этого случая всем родственникам и друзьям сказала, что я ей подарил шесть цветов, как на похороны. Но это неправда. Я покупал семь цветов, считать -то ещё не разучился. Ну, если только, когда сын поднимался по лестнице то, мог потерять или сломать один цветок. Но почему бы мне не сказать об этом, я ведь от души хотел эти цветы... Так нет, перед всеми изобразила меня монстром.

*Консультант:* Вам так обидно и горько из-за предвзятого отношения жены к вам.

**5. Присоединение чувств к содержанию.**

Это вербальный навык, объединяющий отражение чувств с перефразированием содержания. Этот процесс помогает прояснить чувства и связать их с вызвавшими их событиями, за счет чего уменьшается ощущение хаоса, и проясняются объекты работы.

**Пример** использования присоединения чувства к содержанию:

*Клиент:* Когда мы поженились, он сказал, что не хочет детей. Я говорю: «Да это как же!», настаивала. Ну, с первым ребенком он смирился, сказал: «Вот ты хотела, пусть тебе будет». А потом когда я Костю кормила, поздно поняла, что снова забеременела. Ему говорю, что вот так, мол, и так, что делать будем?.. А он разозлился: «Это твои проблемы». Представляете? Как это, мои проблемы, ребенок ведь не от кого-то, от тебя.

*Консультант:* Я поняла так, что вас очень ранило то, что муж как бы отстранился от этой проблемы.

*Клиент:* Конечно, ведь не чужая, жена его... У меня после этого как захлопнулось что-то внутри.

*Консультант:* То есть было так больно и обидно, что вы как будто отдалились от него.

*Клиент:* Да, как будто что-то пролегло между нами. Вот сейчас с детьми проблемы, так мне кажется, он как будто говорит мне: «Вот видишь, я был прав». То есть так-то он не говорит этого прямо, но мне кажется, что так он думает.

*Консультант:* Вы как будто молчаливо согласились, что вы одна отвечаете за проблемы детей, и сейчас вам из-за этого очень тяжело.

*Клиент:* Я думала, я сильная, я справлюсь (плачет).

**6. Постановка вопросов и прояснение.**

Вопрос - это приглашение о чем-то рассказать, средство сбора интересующей информации, уточнения или исследования опыта клиента.

В литературе по психологическому консультированию часто выделяют **закрытые и открытые вопросы.**

**Закрытый вопрос** - это выяснение или уточнение конкретных фактов, упомянутых клиентом или предполагаемых консультантом. Закрытый вопрос - это вопрос, предполагающий короткий ответ или подтверждение предположения консультанта. Чаще всего на такие вопросы отвечают «да» и «нет». Например «Вы были единственным ребенком?» Закрытые вопросы используются для подтверждения понимания, а также и для того, чтобы уточнить какие-то факты или сузить область обсуждения. Например, «Можно ли говорить об особом типе женщин, общение с которыми вызывает у вас трудности?»

Закрытый вопрос предполагает короткий ответ, после чего задавший его может сказать что-то еще, то есть применение закрытых вопросов даёт некоторую инициативу, поэтому они могут использоваться для проявления активности и контроля над ходом беседы.

Закрытый вопрос часто предполагает тот или иной, чётко определённый ответ. «Вы ведь согласны со мной, не так ли?» -это то двойное послание, которое нередко содержится в закрытом вопросе. Поэтому когда ваша цель - призвать клиента к свободному рассказу о чём-то, закрытые вопросы не лучшее средство. Однако когда вы хотите уточнить факты или подтвердить возникшую гипотезу, это наиболее подходящее вмешательство со стороны консультанта. Например, «Ваша сестра старше вас?» или «Сколько вам было лет, когда это произошло?»

**Открытый вопрос** - это возможность сосредоточить внимание клиента на определенном аспекте его опыта, задать направление определенному отрезку беседы. Открытый вопрос призывает собеседника высказать свою точку зрения, собственное видение ситуации. Открытый вопрос задаёт направление исследования, однако в пределах этого направления клиенту предоставляется полная свобода. Например, «Что вы сейчас чувствуете?» или «Есть ли у вас какие-либо идеи, почему он так себя повёл?»

Открытые вопросы часто начинаются с вопросительных слов «что», «почему», «как» и служат для сбора информации. Подобные вопросы требуют от клиента развёрнутого ответа, на них трудно ответить «да» или «нет». Вопрос, начинающийся с «Что...», часто помогает сформулировать суть сообщения. Например, «Что именно вы ему сказали?» или «И что произошло после этого?» Вопрос «Почему...» побуждает клиента говорить о внешних и внутренних причинах, объясняющих произошедшее. Например, «Почему вы так себя повели?» Вопросы, начинающиеся с «Как ...» или «Каким образом ...», позволяют акцентировать последовательность тех или иных (внешних или внутренних) событий. Например: «Как вы пришли к такому выводу?» или «Каким образом вы обычно принимаете решение?»

Короткий вопрос - это самый экономный способ (через встроенные в контекст высказывания короткие фразы или отдельные слова с вопросительной интонацией) повлиять на изложение клиентом истории, изменить нить разговора или обратиться за уточнением или прояснением. В ряде случаев лучшим средством является именно короткий вопрос, в котором опущены все те слова, которые так или иначе могут быть поняты из общего контекста беседы. Реплики типа «И что?», «А почему?», «С какой целью?» легко встраиваются в рассказ клиента, направляя его течение.

**Пример:**

*Клиент:* Когда она говорит со мной в таком тоне, это вызывает у меня раздражение. Обычно я просто выхожу из комнаты.

*Консультант:* ... но почему?

С помощью правильно выстроенной цепочки вопросов консультант может уяснить то, как клиент видит проблемную ситуацию, собрать относящиеся к делу фактическую информацию, выяснить эмоциональное отношение клиента к ним, а также подвести клиента к осознанию источников проблемы. Поэтому овладение этой техникой - одна из важнейших задач начинающего консультанта.

**Прояснение -** это исследование вместе с клиентом всего неопределенного, неясного, загадочного или незавершенного в представленной им информации. Консультант не ставит под сомнение то, что говорит клиент, а путем прояснения приглашает к обсуждению, чтобы выяснить насколько он сам понимает свою проблему или насколько испытывает замешательство перед тем, что остается неясным. С помощью прояснения мы получаем сознательную и предсознательную информацию, не бросая вызов клиенту (О. Кернберг,1996).

***Цели прояснения.***

1. Консультант сверяет, насколько правильно он понял сообщения клиента (сверка восприятия).

2. Обнаружение того, что самому клиенту остается неясным.

3. Стимулирование когнитивных процессов клиента, чтобы он мог прийти к более ясному пониманию собственного внутреннего мира и своих взаимодействий с внешним миром.

4. Прояснение помещает исследуемый феномен в чёткий фокус, конкретизируя его. Явно не выраженные до сих пор значимые детали того или иного явления (события, поступка, позиции) могут быть отчётливо высвечены, тщательно отделены от постороннего.

***Принципы прояснения.***

1. В начале, необходимо перефразировать то, что вы поняли из слов клиента. Далее задается проясняющий вопрос. «Это звучит так, будто отношения с девушкой вызывает у вас чувство растерянности. Могли бы вы рассказать, с чем вы это связываете?» или «Что вы имеете в виду, когда говорите...?»

2.Проясняющий вопрос можно также предварить отражением собственных чувств. «Я не уверен, что правильно вас понял. Могли бы вы рассказать об этом подробнее?»

3.Консультант может предложить возможные реакции клиента на ту или иную жизненную ситуацию в форме вопроса. (Ю. Алешина называет это формулировкой альтернатив.) «И что же вы почувствовали, когда он сделал это? Это вас обидело, вы приняли это как должное... или...»

4.Нельзя задавать слишком много проясняющих вопросов, поскольку клиент может почувствовать, что его допрашивают, выуживают информацию. Важно сохранить за клиентом право не раскрывать преждевременно некоторую информацию о себе. Он сможет рассказать вам позже, когда почувствует большее доверие и (или) будет готов.

**Пример:**

Женщина, 40 лет, описывает выраженную тревогу и беспокойство, когда предпринимает попытки найти работу.

*Клиент:* Раньше я много работала. Сотрудники меня уважали, и я чувствовала себя нужной. Мне удавалось успевать и дома с двумя детьми и на работе. Руководитель заметил мои старания, продвигал по службе. А последние два года, после моего поспешного ухода с работы, сижу дома. Я человек активный, мне трудно сидеть дома. Дети уже выросли, живут отдельно.

*Консультант:* Вы описали, что раньше успешно трудились и то как сейчас трудно без работы. Но что, же заставило вас так поспешно уволиться?

*Клиент:* Пришел новый руководитель предприятия и задумал расширение производства. На меня как руководителя одного из подразделений посыпались невыполнимые требования, надо было выполнять многое, что не входило в мои обязанности. Я выбивалась из сил, недосыпала, переживала, плакала. Это продолжалось три месяца, наконец, я не выдержала и подала заявление об уходе. Хотя через неделю уже пожалела об этом.

*Консультант:* То есть, тогда вы ушли с работы, так как поняли, что вам не хватит сил выполнять чрезмерные требования руководства. А сейчас этот опыт каким-то образом влияет на поиски работы?

*Клиент:* Да, конечно. Когда я иду на собеседование все время думаю, какие условия мне поставят, какие требования? Справлюсь ли я? Руководители ищу00т молодых до 35 лет, а мне уже 40. Кроме того сейчас много новых технологий. Хватит ли сил все освоить?

**7. Фокус-анализ (анализ возможных направлений интервью).**

**Фокус-анализ** — это наблюдение за тем, на чем сосредоточено внимание клиента в каждый конкретный момент. Во время беседы, когда клиент рассказывает о себе, своей ситуации и проблемах, его внимание перемещается с одного объекта (или области) на другой. В зависимости от того, что находиться в данный момент в центре внимания выделяют (Айви А. Е., Айви М. Б., Саймэк-Даунинг Л., 1999) ***шесть фокусов внимания.***

1. Фокус на клиенте:

«Вы чувствуете себя подавленно и одиноко. Вы уверены, что знаете, чего хотите лично вы?»

2. Фокус на другой личности:

«Расскажите мне побольше, о ваших отношениях с отцом жены»

3. Фокус на проблеме:

Клиент сообщает, что даже спустя год после развода постоянно вспоминает ситуацию развода и испытывает растерянность. « Расскажите, что происходило во время развода. Долго ли он длился? Как вел себя муж?»

4. Фокусирование на психологе:

“Мне вспоминается собственное одиночество. Я понимаю, как это тяжело выносить”. Концентрация внимания на себе помогает развить у клиента чувств доверия.

5. Фокусирование на общности: «мы — фокус».

 “Итак, чего же мы достигли?» «Мы оба пониманием как иногда трудно быть мамой меленького ребенка»

6. Культурно-контекстный фокус:

«Это тревожит многих пожилых людей. В нашем обществе им приходится нелегко».

Консультант наблюдает за распределением внимания клиента и сопровождает его при переключении фокуса внимания. Кроме того консультант может намеренно изменить фокус внимания клиента, когда он слишком долго застревает на чем-то одном или обратится к тому фокусу, который был мало затронут клиентом. Это позволяет консультанту убедиться в том, все ли возможные проблемы клиента рассмотрены. Фокусировка, таким образом, выполняет не только функции сопровождения, но и исследования, следующей категории навыков.

**8. Паузы молчания.**

Большинство людей испытывает смущение, когда обрывается беседа и стоит тишина. Она кажется бесконечно долгой. Так же и начинающий консультант чувствует себя неуютно при возникновении в беседе паузы молчания, поскольку ему кажется, что он постоянно должен что-то делать. Однако умение молчать и использовать тишину в терапевтических целях — один из важнейших навыков консультирования. Хотя тишина в консультировании иногда означает нарушение консультативного контакта, тем не менее, она бывает и глубоко осмысленной. Как известно каждому из повседневной жизни, хорошим друзьям не обязательно все время разговаривать, а влюбленные много времени проводят в молчании, что свидетельствует лишь о глубине их отношений. Для консультанта, научившегося быть чутким к различным смыслам тишины, вообще к тишине, и научившегося сознательно создавать и использовать паузы в консультировании, молчание становится особенно терапевтически ценным, ибо оно:

* увеличивает эмоциональное взаимопонимание консультанта и клиента;
* предоставляет возможность клиенту «погрузиться» в себя и изучать свои чувства, установки, ценности, поведение;
* позволяет клиенту понять, что ответственность за беседу лежит на его плечах.

Хотя спектр смыслов тишины в консультировании довольно широк, обычно различают «содержательное» и «бессодержательное» молчание (Gelso, Fretz, 1992). В последнем случае увеличивается тревога клиента, он не может усидеть на месте, начинает нервничать.

Каковы важнейшие смыслы молчания в консультировании?

1. Паузы молчания, особенно в начале беседы, могут выражать тревогу клиента, плохое самочувствие, растерянность из-за самого факта консультирования.
2. Молчание далеко не всегда означает отсутствие реальной активности. Во время пауз молчания клиент может искать нужные слова для продолжения своего повествования, взвешивать то, о чем шла речь перед этим, пытаться оценить возникшие во время беседы догадки. Консультанту также нужны паузы молчания для обдумывания прошедшей части беседы и формулировки важных вопросов. Периодические паузы молчания делают беседу целенаправленной, так как в это время мысленно выявляются существенные моменты беседы, резюмируются основные выводы. Паузы молчания помогают не пропускать важные вопросы.
3. Молчание может означать, что и клиент, и консультант надеются на продолжение беседы со стороны друг друга.
4. Пауза молчания, особенно если она субъективно неприятна как клиенту, так и консультанту, может означать, что оба участника беседы и вся беседа оказались в тупике, и происходит поиск выхода из создавшейся ситуации, поиск нового направления беседы.
5. Молчание в некоторых случаях выражает сопротивление клиента процессу консультирования. Тогда оно по отношению к консультанту имеет манипулятивный смысл. Здесь клиент ведет игру: «Я могу сидеть как камень и посмотрю, удастся ли ему (консультанту) сдвинуть меня».
6. Иногда паузы молчания возникают, когда беседа протекает на поверхностном уровне и избегается обсуждение наиболее важных и значительных вопросов, которые . однако, увеличивают тревогу клиента.
7. Молчание иногда подразумевает глубокое обобщение без слов, оно тогда более осмысленно и красноречиво, чем слова.

Паузы молчания в консультировании поднимают вопрос: должен ли их прерывать сам консультант? Распространено мнение, что консультант должен прерывать пустое молчание и не спешить прерывать продуктивное молчание. Когда клиент умолкает и молчание длится долго, уместно замечание консультанта: «Вы, кажется, очень задумались. Не хотели,бы поделиться тем, что сейчас чувствуете?» или «Что важное для себя Вы слышите в этом молчании?». Вместе с тем не следует забывать, что клиент сам отвечает за прекращение молчания.

Несравненную терапевтическую ценность молчания иллюстрирует Rogers (1951) **примером из своей практики:**

«Я недавно завершил консультирование самого странного из встречавшихся мне случаев (...). Джоан была одной из первых моих клиентов, когда я начал еженедельно консультировать в местной среднеобразовательной школе. Школьному консультанту девочка сказала: «Я так стесняюсь, что даже не смогу говорить о своих трудностях. Вы не могли бы сами это сделать?» Итак, перед встречей с Джоан консультант рассказала мне, что самая большая проблема девушки — это отсутствие друзей. Консультант еще добавила, что Джоан очень одинока.

Когда я впервые увидел девушку, она почти не говорила о своей проблеме и лишь упомянула о родителях, которых, казалось, любит. Наша беседа прерывалась очень долгими паузами. Четыре следующие беседы уложились бы слово в слово на маленьком клочке бумаги. В середине ноября Джоан сказала, что «все идет совсем неплохо». И ничего более. Однако консультант рассказала, что преподаватели отмечают непривычную для них дружелюбную улыбку на лице Джоан при встречах в коридоре. Прежде она почти не улыбалась. Сама консультант редко видела Джоан и ничего не могла сказать о ее контактах с другими учениками. В декабре состоялась беседа, во время которой Джоан свободно общалась. На остальных встречах она только молчала, присев на корточки, и казалась задумчивой, иногда поглядывала с улыбкой. Еще большее молчание воцарилось в следующие два с половиной месяца. После этого я узнал, что Джоан выбрана «девушкой месяца» в своей школе. Критериями выбора всегда являлись спортивность и популярность. Одновременно я получил весточку: «Думаю, мне больше не нужно Вас посещать». Да, конечно, ей не нужно, однако почему? Что произошло за эти часы молчания? Так была проверена моя вера в возможности клиента. Я счастлив, что не сомневался».

Этот случай показывает, что консультант должен позволить клиенту быть в консультативном контакте таким, каким ему хочется, стало быть, и молчать.