Лекция № 5. Технологии и техники консультирования.

5.1. Техника, метод – определение понятий.
5.2. Классификация методов, применяемых в консультировании.
5.3. Базовые навыки, необходимые в процессе оказания психологической помощи (активное слушание, перефразирование, отражение чувств, присоединение чувств к содержанию, прояснение).
5.4. Техники, способствующие установлению контакта и прояснению проблемы.

5.1. Техника, метод – определение понятий.

Среди проблем, разрешаемых методами психосоциального подхода, чаще всего встречаются:

1) осложнения и трудности в детско-родительских отношениях;

2) затруднения и кризисы в супружеских отношениях;

3)конфликтные отношения в сфере труда.

Практическая социальная работа

и психологическое консультирование



Модели работы консультанта и социального работника



Практические модели работы консультанта и социального работника

Очевидно, что эти различия не столь велики. И в обоих случаях используется индивидуальное консультирование.

Системный подход в консультативной психологии проявляется в трёх основных принципах: 1) целостность; 2) структурность; 3) самоорганизация.

А. Пинкус и А. Минахан выделили три основных типа значимых для человека систем:

- неформальные системы (семья, друзья, соседи и т. п.),

- формальные системы (политические партии, профсоюзы и т.д.),

- социетальные системы (школа, правоохранительные органы и др.).

С их позиции, проблемные ситуации в жизни человека возникают, если:

а) отсутствует тот или иной вид системы;

б) человек не знает о существовании системы, способной ему помочь, либо не желает воспользоваться её помощью;

в) включение человека в ту или иную систему создает для него новые проблемы, например, зависимость;

г) налицо конфликт различных систем.

Причины стрессов объясняются:

а) *динамикой самой жизни человека* (изменение статуса, ролей и др.);

б) *давлением окружающей среды* (социальное неравенство); в) межличностными процессами (эксплуатация, подавление и т.п.);

г) *комбинацией этих причин.*

Системный подход предполагает интегративную консультативную деятельность, поскольку настаивает на одновременной работе как с отдельными индивидами, так и с социальными группами и общностями, в которые они включены.

Примечание: люди могут проявлять ***качества закрытых систем*** как на

уровне индивидуума, например, аутистические личности, так и на уровне групп и сообществ, например, секты.

Системный подход в большей степени применим в семейном консультировании.

Синергетический подход появился вначале 70-х гг. XX в. Синергетический подход в консультативной практике позволяет определить стратегию и эффективность помощи ***на основе «закона минимума диссипации энергии».*** Его суть заключается в следующем: любая система выбирает в ходе своих эволюционных поисков тот путь развития, который в большей степени отвечает требованию минимума затрат энергии при максимально полном удовлетворении её потребностей в стабильном пребывании в среде существования.

С точки зрения социосинергетики, в структуре личности клиента есть слабые места, воздействие на которые вызывает наибольшие последствия. Это означает, что в процессе помогающих отношений консультант использует не механически ориентированную технологию, а резонансное, точечное, «мягкое» управление, учитывающее внутреннюю динамику личности и выводящее клиента на его собственный путь развития.

Интегрально-синергетическая теория также позволяет понять, что психическое, эмоционально-психологическое и психосоматическое благополучие личности определяется системой отношений клиента с окружающим его миром. Следовательно, в основе любой проблемы, с которой клиент обращается за помощью, лежат нарушения его информационного взаимодействия с социумом и с самой собой. Данные нарушения обусловлены, прежде всего, индивидуально-личностным аксиологическим конфликтом базовых экзистенциональных сфер жизнедеятельности, таких, как смысл жизни и смерти, ответственность, предназначение и другие.

Консультант, придерживающийся данного подхода, должен обладать широким кругозором и объёмной базой знаний в областях философии, социологии, психологии, культурологии и др. Главная цель его работы - помочь клиентам *научиться сосредоточиваться на одной потребности* и действовать сообразно удовлетворению именно её, что способствует исцелению, т.е. уменьшению доли хаоса во всех аспектах проявления личности.

Синергетическая концепция успешно реализуется в коучинге как методе и технологии социально-психологической работы.

В настоящее время есть основания говорить ***о системно-синергетическом подходе*** в консультировании, поскольку наблюдается разнообразие теоретических подходов.

Резюме:

1). Научные основы консультирования составляют теории взаимоотношений

клиента и консультанта, сформировавшиеся путём адаптации социологических и психологических концепций к определенному социально-временному контексту, исходя из потребностей клиентов и миссий социальных служб.

2).При внешней абстрактности сложившихся психологических школ и традиций (психоанализ, бихевиоризм, когнитивизм, гештальт-теория, гуманистическая школа и др., представленные выше подходы) все они предлагают принципиально отличный подход к клиенту и его проблеме. Основное влияние на характер деятельности психолога-консультанта с клиентами оказывают парадигма того научного подхода, которого он придерживается.

3). Если в психоанализе клиенту отводилась пассивно-воспринимающая роль, то в следующих за психоанализом подходах клиент становится соучастником помогающего процесса, а в гуманистически-ориентированных теориях и деятельностном подходе превращается в субъекта собственной жизнедеятельности. По мере развития научной рефлексии практики консультирования восприятие клиентом его проблемы всё меньше рассматривается как ошибочное - оно расценивается как отличное, а, следовательно, и методы работы с ним в период ТЖС предполагаются не жёсткие, а предпочтительно обучающие.

4). Каждое из описанных выше направлений по-разному смотрит на природу человека. Поэтому психологи, работающие в различных психологических школах, придерживаются различных целей, по-разному представляют свою позицию в процессе оказания помощи, используют различные методы.

5). В настоящее время в мире распространяется ***эклектическое консультирование***, представляющее собой попытку интеграции лучших сторон различных школ. Можно сказать, что создание эклектического подхода для консультанта - это итог всей его профессиональной деятельности. Большинство специалистов, работающих долгое время, создают собственную эклектическую систему.

5.3. Базовые навыки, необходимые в процессе оказания психологической помощи (активное слушание, перефразирование, отражение чувств, присоединение чувств к содержанию, прояснение).

Под процедурами в психологическом консультировании принято понимать группы приемов ведения специалистом клиента, объединенные по целевому назначению, с помощью которых решается одна из задач данного этапа.
Каждой процедуре соответствуют определенные техники — специальные приемы, применяемые консультантом для решения задач процедур на каждом из этапов психологического консультирования.
Рассмотрим процедуры и техники во взаимосвязи с этапами психологического консультирования.
Этап первый

Как мы определили, первым этапом в психологическом консультировании будет этап, который условно можно назвать «начало работы».
Первой процедурой на этом этапе, безусловно, является встреча клиента с консультантом. Техники, уместные для решения данной задачи: приветствие клиента, проведение клиента на место, выбор клиентом своего места, выбор психологом места для себя, приемы установления психологического контакта.

5.4. Техники, способствующие установлению контакта и прояснению проблемы.
Техника приветствия. Осуществляется при помощи стандартных фраз: «Рад вас видеть...», «Приятно познакомиться...». Составным элементом данной техники, который может быть применен специалистом по его усмотрению, является встреча специалистом клиента у входа в консультацию или в фойе, перед кабинетом.

Техника «проведение клиента на место». Особенно уместна в случаях первичного посещения клиентом психологической консультации: психолог идет впереди клиента, указывая ему дорогу и пропуская вперед себя при входе в кабинет. В данном моменте техника «проведение клиента на место» тесно соприкасается с техниками «выбор клиентом своего места» и «выбор своего места психологом-консультантом». Предоставление права выбора клиенту места носит диагностический характер, поскольку то, куда и как сядет клиент, дает специалисту информацию о нем и его психологическом состоянии (стул, кресло, диван выберет клиент, сядет в тень или на освещенное пространство). Однако психолог может взять инициативу на себя и предложить клиенту заранее приготовленное для него место. Данный прием будет иметь положительный аспект в тех случаях, когда клиент относится к личностям зависимым или авторитарным. В первом случае решается задача присоединения и ведения, во втором — установления иерархии.
Вторая процедура первого этапа: установление положительного эмоционального настроя клиента. Рассмотрим техники, применяемые в рамках данной процедуры. Прежде всего это установление раппорта. Он устанавливается в течение первых тридцати секунд. Существует прекрасная аксиома: у вас никогда не будет второй возможности произвести первое впечатление. Что же поможет произвести приятное впечатление? Опрятный внешний вид, благожелательное выражение лица, соблюдение социальной зоны общений. Последний фактор весьма условен. Помните, что границы социальной зоны определяются не среднестатистическими расчетами, а личностными особенностями (национальность, воспитание, местность проживания). Процедура: снятие психологических барьеров. Естественно, что клиент испытывает волнение, снять которое помогут специальные техники. Прежде всего можно дать клиенту побыть некоторое время одному. Например, извинившись, попросить несколько минут для «завершения» какого-либо дела («дело» придумайте сами). Мягкая, спокойная, ненавязчивая музыка также будет способствовать созданию благоприятной атмосферы. Хорошо снимают психологическое напряжение размеренные движения рук. С этой целью можно дать клиенту в руки предмет (книгу, журнал, игрушку) или под предлогом помощи попросить что-либо сделать. На вербальном уровне эффективен прием «кавычек» («Был случай, когда клиент очень волновался, но все закончилось хорошо») и прямое разделение эмоций клиента: «Я тоже волнуюсь...».

Этап второй. Сбор информации
Процедура первая: диагностика личности клиента. В рамках данной процедуры применяются техники: беседа, наблюдение, тесты.

Беседа, целенаправленно организованная специалистом, является основным методом ведения психологической консультации.
В ходе нее предполагает выявление интересующих исследователя связей на основе эмпирических данных, полученных в процессе общения «клиент-консультант». Применяется на разных стадиях психологического консультирования. В зависимости от целей этапа консультативного процесса меняются и цели беседы. Как специфический вид беседы выделяется интервью.

Интервью — способ получения социально-психологической информации с помощью устного опроса. Выделяют два вида интервью: свободное и стандартизированное.
Свободное интервью не зависит от темы и формы беседы и предполагает сотрудничество клиента при поиске необходимой информации. К его достоинствам можно отнести большой диапазон непосредственных поведенческих реакций клиента, которые получает возможность наблюдать специалист, что способствует более полному получению информации о личности клиента и сути его проблемы, к недостаткам — достаточно большой временной отрезок.
Стандартизированное интервью — близко по форме к анкете, отличаясь от него большей свободой клиента при формулировании ответов. Наиболее полезно в начале консультативного процесса при ориентировке в проблеме. Полученные данные впоследствии уточняются и используются для выдвижения новых гипотез. Достоинство: информативность, экономия времени, количественная выраженность результата. Недостатки: вероятность потери эмоционального контакта с клиентом, снижение непосредственных поведенческих реакций вследствие активизации механизмов защиты.
Наблюдение — эмпирический метод психологического исследования, заключающийся в целенаправленном и осознанном восприятии специалистом психических проявлений клиента. Позволяет специалисту собрать информацию о клиенте, выявить наиболее значимые событийные моменты, отследить изменение его состояния на разных этапах консультативного процесса. К недостаткам можно отнести: субъективизм специалиста, который может выразиться в фиксации внимания на факте, значимом с позиции консультанта, а не клиента, и последующей его интерпретации, а не прояснении и кбнтрперенос. Применяется на всех этапах консультативного процесса.

Психологические тесты — стандартизированный метод для измерения уровня развития или состояния какого-либо психологического качества или свойства отдельного индивида. В рамках психологического консультирования применяются тесты, соответствующие определенным критериям. Данные критерии будут рассмотрены в главе «Особенности психодиагностики в процессе консультирования».

Процедура вторая: прояснение сути проблемы клиента, определение его ресурсов. Основные техники: диалог, слушание.

Диалог. Определяется как речевое общение между двумя и более людьми, предполагающее обмен репликами. В широком смысле репликой считается и ответ в виде действия, жеста, молчания. Опирается на традицию устного интеллектуального общения в Древней Греции. В ее истоках — деятельность Сократа, которая, кроме того, нашла свое отражение в психотерапевтической методике «Сократовский диалог». В основе данной методики лежит логическая аргументация, преподносимая специалистом клиенту в виде вопросов, которые предполагают только положительные ответы. При формулировании

вопросов консультант сознательно игнорирует непоследовательные, противоречивые, бездоказательные суждения клиента.
В результате клиент планомерно подводится к принятию суждения, которое перед этим им не принималось или не понималось.

Техника «слушание». Прежде всего предполагает «слышание» другого человека, в данном случае клиента. Иначе: в процесс «слышания» включается не только восприятие произносимых слов, но и фона, на котором они были произнесены.
Следовательно, можно выделить два аспекта слушания: вербальный аспект и невербальный.
К вербальному аспекту относятся непосредственно слова, словосочетания, метафоры, которые употребляет клиент в своей речи.

К невербальному аспекту (фону):
«язык тела» (позы, жесты, мимика);

психофизиологические реакции (изменение цвета кожного покрова, частота и глубина дыхания, степень потоотделения);
голосовые характеристики (тон, тембр, темп, интонации).

Истинность предположений, сделанных на. основе невербальных данных, необходимо перепроверять вместе с клиентом. Это обусловлено тем, что невербальные сообщения определяются целым рядом факторов. Например, контекстом событий, личностными особенностями клиента, спецификой взаимоотношений со значимым близким. О существовании многих из них консультант может не знать, что, безусловно, приведет к искажению воспринимаемой им информации и, как следствию, неправильному представлению о сути проблемы и способов ее разрешения.

Примеры.
А. — На основании того, что Вы нахмурились, я думаю, что Вы отрицательно относитесь к вашей супруге.
Б. - Вы нахмурились. Что именно Вы сейчас чувствуете?
Существует ряд приемов, которые способствуют наиболее успешному осуществлению техники слушания. Обычно их объединяют в единую группу под названием «Приемы активного слушания». Активное слушание позволяет расположить клиента, завоевать его доверие, собрать максимально полную информацию о нем и его проблеме.

Приемы активного слушания

1. Кивание головой и использование междометий «Ага», «Угу». Несет послание клиенту: «Я еще здесь и я Вас слушаю». Однако лучше использовать «Да». Почему? Я не буду приводить веские аргументы, я просто расскажу вам историю, судя по фабуле, созданную еще в советский период. Иностранец подошел к девушке и спросил: «Объясните, пожалуйста, я никак не могу понять: в одних и тех же случаях одни ваши люди говорят «Ага», а другие «Да». «О, это очень просто, — ответила девушка, — воспитанные люди говорят «Да», а невоспитанные «Нет». «Спасибо за объяснение! — об радовался иностранец. — Но не могли бы Вы ответить еще на один вопрос: а Вы, воспитанная?» «Ага», — от ветила девушка.

2. Вопрос-эхо. Например.

Клиент: «У меня плохое настроение...» Консультант: «У Вас плохое настроение?» Главное — не переусердствовать. Иначе может получиться как в одном анекдоте.
Клиент: «Мне не дают покоя мысли о смерти». Консультант: «Мысли о смерти...»

Клиент: «И мне хочется умереть». Консультант: «Хочется умереть...» Клиент: «И я думаю о смерти даже сейчас». Консультант: «Прямо сейчас...».

Клиент выбрасывается в окно, снизу раздается звук ударившегося об асфальт тела — «бум». Консультант: «Бум...»

3. Дословное повторение основных положений, высказанных клиентом. Повторению высказывания должны предшествовать вводные фразы типа: «На сколько я Вас понял...», «Вы считаете, что...».

Например.

Клиент: « Я каждый раз расстраиваюсь, но она все равно пересаливает мне ужин».

Консультант: «Если я правильно понял, Вы каждый раз расстраиваетесь, но она все равно пересаливает Вам ужин».

4. Прием уточнения. Вы просите уточнить отдельные положения, высказывания клиента.

Например:
«Будьте любезны, уточните, пожалуйста...».
Можете вспомнить сериал «Улицы разбитых фонарей» с любимой фразой главных героев: «А с этого места, поподробнее...». Но лучше этого не делать. Однако, безусловно, будет уместен вопрос: «Что именно заставляет Вас так думать?».
5. Переформулирование. Суть данного приема состоит в возвращении смысла высказывания клиента консультантом при помощи использования других слов. Это позволяет придать в случае необходимости положительный смысл критическим замечаниям клиента.

Например.

Клиент: «Ничто меня не радует, жизнь не имеет смысла».
Консультант: «Вы очень тонко чувствующий человек, имеющий скрытый смысл жизни. Для меня было бы важно знать: в чем именно заключен этот смысл».

6. Отражение эмоций. Заключается в прямом описании переживаний, которые консультант заметил в поведении клиента: «Вы взволнованы», «Вы расстроены », « Вам неуютно ».

Процедура третья: активизация памяти клиента.

Техники: помощь в определении истинных чувств и формулировании высказываний, психологическая поддержка клиента, насыщение пауз, провоцирование клиента.

Для оказания клиенту помощи в определении истинных чувств и их вербализации хорошо работают приемы активного слушания, которые мы рассмотрели в рамках второй процедуры.

Кроме того, если вы ранее определили основные ценности и критерии, которые руководят поступками данного клиента, то вам легче будет прояснить чувства испытываемые им.

К основным критериям и ценностям относят:

отсутствие тревоги, проблем;

получение прибыли, комфорта, удобства, новизны, удовольствия;

следование традициям;

престиж;

■ хорошее отношение окружающих (признание). Для того, чтобы определить их, достаточно просто внимательно слушать клиента. И если клиент говорит: «Я не хочу, чтобы у меня болела голова. Отношения с людьми, должны избавлять от проблем, по крайней мере, при общении с теми, кто претендует быть твоим близким. Иначе, зачем они?» То вы будете понимать, что главной ценностью данного клиента является отсутствие проблем.

Техника «Психологическая поддержка клиента»

применяется на всем протяжении процесса консультирования. Заключается в выражении эмпатии консультантом клиенту на вербальном и невербальном уровнях.
Техника «Насыщение паузы». В процессе консультации, как и при любом общении, не исключено возникновение пауз. Консультант может их заполнить несколькими способами: вопрос, метафора, «держать паузу».

Для формулирования вопросов просмотрите раздел об активных приемах слушания, о применении метафор загляните в главу «Применение метафор в рамках психологического консультирования». Если же вы решили «держать паузу», то держите ее как можно дольше. Я поддамся соблазну и процетирую по этому поводу прекрасную Джулию Моэма: «Чем больше актер, тем больше пауза». Психологическое консультирование — своего рода спектакль (как и спектакль, пьеса, имеют психотерапевтический отсвет), в котором специалист выступает в триединстве: и как сценарист, и как режиссер, и как актер.

Провоцирование: слова клиента ставятся под сомнение. Цель, с которой используется провоцирование, состоит в том, чтобы помочь клиенту взглянуть на проблему с другой стороны. Это можно сделать при помощи «усиления ситуации». «Усиление ситуации» возможно в результате повторения слова, несущего основную информационную нагрузку. Например.

Клиент: «У меня никогда ничего не получалось».

Консультант: «У Вас никогда-никогда ничего не получалось? »
Возможна также ситуация, при которой клиент воспринимает какие-либо взаимоотношения в искаженном виде. Для прояснения ситуации акцентируйте внимание клиента на данном искажении.

Например.
Клиент: «Меня все ненавидят».
Консультант: «Вас все-все ненавидят?»
Иногда клиент избегает говорить о проблеме: «У меня все хорошо.... Да, хорошо...» Спросите его: «У Вас действительно все хорошо?» или «У Вас все-все хорошо?»

Пример (элемент из сессии). На консультацию пришла молодая женщина двадцати четырех лет. Суть ее проблемы заключалась в том, что она, осознавая бессмысленность своего непродолжительного брака для себя и отсутствие чувств со стороны своего мужа, отчаянно пыталась сохранить отношения из-страха «остаться одной». Разубеждать ее в неразумности такой позиции, ее разрушительном влиянии на нее саму было бессмысленно. Она именно этого и ожидала. Я решила «согласиться». «Да, — сказала я, — Вы абсолютно правы, двадцать четыре года возраст весьма солидный. Кому нужна женщина в двадцать четыре года? Никому!» «Но я еще довольно молода», — начала слабо возражать клиентка. «Да что Вы мне говорите! Подумайте сами! Двадцать четыре года! Старая развалина! А что делать тридцатилетним?» Она начала смеяться: «Действительно, что это я? Как это глупо! У меня все еще впереди».

Технику провоцирования следует применять весьма осторожно, чтобы не травмировать клиента. Поэтому учитывайте возраст, образование, социальный статус, личностные особенности клиента. И еще: никогда не сообщайте клиенту о том, что.вы его намеренно провоцировали. Подобная информация может уничтожить в одно мгновенье все, что вы достигли ранее.
Несмотря на то, что в рамках структурирования консультативного процесса «психологическая поддержка клиента» выделена в определенную процедуру и описана, как осуществляемая на определенном этапе, по сути весь процесс консультирования представляет собой акт поддержки. Консультант большую часть времени является, прежде всего, адвокатом клиента, и, следовательно, все вмешательства, совершаемые в процессе консультирования, должны быть наполнены чувством заботы. Помните! Никогда целью консультирования не ставится чтение нотаций или «исправление жизни» другого человека. Задача консультирования заключается в том, чтобы помочь клиенту отыскать свой собственный путь сквозь череду определенных им самим жизненных проблем. И в этой ситуации роль консультанта — роль советника, проводника, сопровождающего.

Этап третий. Стратегический

Процедура первая: определение возможных решений. Техники: информирование клиента, совет, убеждение, разъяснение.

Техника «информирование клиента». Количество информации, предоставляемой клиенту специалистом в ходе консультационной сессии, прежде всего будет зависеть от характера терапевтических отношений, личностных особенностей клиента, сути проблемы. Однако

важно, чтобы предоставляемая информация соответствовала требованиям: доступность, конкретность и объективность.
Доступность и конкретность информации определяются тем, что данные, сообщаемые консультантом клиенту должны, с одной стороны, соответствовать уровню его развития и, с другой, исключать возможность двойного толкования. Для того, чтобы убедиться в правильности понимания клиентом предоставленной информации, специалист может задать ряд проясняющих вопросов. Что касается объективности, то она зависит как от квалификации специалиста, так и специфики его личности.

Техника: совет. Совет - мнение, высказываемое кому-либо по поводу того, как ему поступить, что делать и предполагающее дальнейшее совместное обсуждение.

Предложение советов близко предоставлению информации. 'Отличие заключается в том, что предлагающий совет неизбежно высказывает личное мнение в то время, как в основе информирования лежит, прежде всего, безоценочность.

Прямого предложения советов целесообразно избегать.

Во-первых: как бы ни был правилен ваш совет, он останется «чужим советом» — люди любят делать собственные открытия и, соответственно, любой совет является украденной возможностью такого открытия. Только когда человек сам что-либо открыл, это становится по-настоящему его.

Вторая причина, по которой следует быть осторожным с «раздачей советов»: давая клиенту возможность следовать совету, вы одновременно даете ему возможность приписать неудачу также на ваш счет. Если же клиент относится к зависимому типу, то у вас вырисовывается прекрасное будущее — до конца ваших дней стать его «мамочкой», «нянечкой», «жилеточкой».

Третья и последняя причина, по которой с советами не следует торопиться, — предоставляемыми советами, как правило, не пользуются, и вы напрасно тратите свое время и силы. Однако совет, данный в косвенной форме («Не знаю почему, мне вспомнилась одна ситуация из моей жизни...», «В моей практике был случай...», «Мне рассказывали историю...», «Один герой романа в подобной ситуации поступил следующим образом...», «Обычно в подобных ситуациях рекомендуют следующее...»), может иметь большой психотерапевтический эффект.

Техника: убеждение — логически безупречная аргументация правильности высказываемой позиции. Как правило, должно в своей основе иметь факты. Применяется при даче советов как подкрепление, обоснование высказанной профессиональной позиции. Убеждение должно строиться психологом-консультантому на уровне данного клиента.

Техника: разъяснение. Подразумевает развернутое конкретное объяснение позиции консультанта по проблеме клиента. Главная цель — сделать предельно понятными мысли специалиста, ход его размышлений по поводу проблемы для клиента. Может включать в себя эмоционально-личностный аспект.

Процедура вторая: согласование плана действий.

Техники: поиск множественных решений, стимулирующие вопросы, определение алгоритма по разрешению проблемы, конкретизация ожидаемого результата.

Прежде чем выработать конкретный план по разрешению проблемы и для того, чтобы данный план был предельно оптимальным, необходимо максимально расширить поиск возможных решений. С этой целью разумно применить методику творческого решения проблем Дилтса. Идея проста.
Сначала: предложите клиенту придумать не менее двадцати самых невероятных способов решения данной проблемы (не забудьте их записать). Далее: подумайте, насколько желательно воплощение каждого из них, какие наиболее вероятные последствия могут возникнуть. Выберете оптимальный вариант (возможно, что некоторые из придуманной «двадцатки» станут элементами плана достижения).

Стимулирующие вопросы уместно применять на протяжении всего стратегического этапа. Однако особенно они помогут во время второй процедуры, поскольку, пребывая в социокультурологически обусловленных рамках, клиенты, как правило, затрудняются в проявлении творческой активности.

Примеры стимулирующих вопросов:
Что именно Вы можете предложить?
Как иначе можно это решить?
Что еще Вы можете придумать?

Как бы Вы решали данную проблему, если бы Вам было сейчас десять (двадцать, сто пятьдесят восемь) лет?

Какое решение предложила бы Ваша мать (отец, тетя, прадедушка...)? Что полезного Вы нашли бы в нем?
Если специалист достаточно искусно применил две предшествующие техники, то алгоритм достижения возникнет естественно. Однако при его детализации необходимо тщательно прояснить, как именно понимает клиент каждый из этапов и каким образом собирается его реализовывать. Это позволит как прояснить непонятные для клиента моменты, так и инициировать возникновение новых идей. Полезно также записать данный алгоритм в двух экземплярах. Под каждым из экземпляров ставят свою подпись и психолог, и клиент. Соответственно, один остается у консультанта, другой отдается клиенту.

Для клиента это будет дополнительным стимулом для реализации плана в действие, а консультанта убережет от возможных недоразумений.

Техника «конкретизация ожидаемого результата». При помощи данной техники определяются «приметы», по которым клиент сможет определить, что проблема разрешена. Они должны быть конкретны и предельно ясны. Например, клиент каждый день ссорится с супругой. Его запрос: спокойная семейная жизнь. Если он достигнет того, что ссоры будут происходить не чаще, чем два раза в неделю, то он будет считать, что проблема решена. То есть здесь «приметой» будет являться частота ссор, а именно: два раза в неделю.

Конкретизировать ожидаемый результат можно при помощи вопросов:

Что именно должно произойти, чтобы Вы поняли, что цель достигнута?

Как именно Вы узнаете, что достигли желаемого?
Техника конкретизации результата может применяться на разных этапах консультирования.

Процедура третья: определение способов контроля за реализацией намеченного плана.
В рамках данной процедуры могут применяться те же техники, что и в рамках предшествующей, но здесь они касаются способов контроля и оценок ожидаемых результатов.

Контроль может осуществляться разными способами:
клиент может взять всю ответственность на себя;
он может информировать консультанта о реализации каждого пункта (при этом четко оговариваются сроки выполнения);
клиент может информировать только о достижении конечного результата;
может быть назначена дополнительная консультация для отслеживания хода реализации намеченного плана;

консультант и клиент могут договориться о встрече для обсуждения результатов, после полной реализации выработанного ими алгоритма.

Техники «укрепление уверенности клиента» и «формирование готовности к достижению» взаимосвязаны. Они применяются на протяжении всего процесса консультирования. Наиболее эффективны невербальные средства и психологические поглаживания:

«Вы просто молодец...»,

«Вы такой удивительный человек...»,

«Не думаю, чтобы кто-то мог лучше справиться со столь сложной ситуацией...»,

«У Вас огромный потенциал...». Как мы подчеркивали неоднократно, четвертый этап «реализация плана клиентом» проводится клиентом самостоятельно, без присутствия и вмешательства профессионала. Это объясняется спецификой данного вида психологической помощи - любой психически здоровый человек способен самостоятельно решить свои проблемы. Консультант — проводник в горах, для заблудившегося в сумерках путника. Он поможет найти путь на вершину, но подняться на нее должен сам человек.