

## **Лекція 10**

### **Тема лекції: Консультативна бесіда як основний метод роботи психолога-консультанта**

#### Література:

1. Хомич Г.О., Ткач Р.М. Основи психологічного консультування: Навч. посіб. К.: МАУП, 2004. 152 с.

#### План лекції:

1. Умови взаємодії
2. Встановлення і підтримка контакту
3. Активне слухання

#### Зміст лекції

Основним методом роботи консультанта є бесіда. Консультативна бесіда, з одного боку, — це метод одержання даних на основі вербальної комунікації, з другого — діагностичний метод, що дозволяє одержати інформацію про внутрішні процеси, суб'єктивні переживання й особливості поведження людини, які не можуть бути виявлені за допомогою об'єктивних методів. І, нарешті, бесіда — це особливий психотерапевтичний засіб установалення контакту.

Проведення консультативної бесіди передбачає дотримання спеціальної "технології", до якої входять:

- 1) умови взаємодії (час і місце бесіди, оформлення кабінету, одяг тощо);
- 2) уміння встановлювати й підтримувати контакт із клієнтом (коректність, уважність, спостережливість і досить високий рівень рефлексії психолога);
- 3) активне слухання.

#### **1. Умови взаємодії**

У роботі психолога-консультанта не буває дрібниць. І той, хто думає, що розмова в парку — консультація, глибоко помиляється. Людина, що

звертається до психолога по допомогу, має почуватися затишно. Вона хоче відчувати не тільки турботу, доброзичливість і розуміння, але й бути у безпеці. Безперечно, що домінуючими умовами створення такої атмосфери будуть професіоналізм і особисті якості консультанта, та разом з тим важливим фактором є організація робочого місця.

На думку Е. Берна, це місце, чи то офіс, чи кімната, призначене для консультування, має бути доступним, але в той же час розташованим осторонь від поживленої трасу, щоб ніхто не заважав тим, хто розмовляє. Не можна провести успішного консультування, коли сторонні постійно входять і виходять з кімнати чи дзвонить телефон, що порушує хід думок клієнта.

Кімната має бути досить ізольованою, крім цього, вона мусить бути затишною й обладнаною необхідними меблями, краще в стилі "класик". Зрозуміло, що психолог може поставити у своєму кабінеті розкішні м'які крісла з великою кількістю подушок і подушечок та застелити підлогу білим килимом. Однак уже після перших дощів йому доведеться відмовитися від килима, а після невдалих спроб знайти клієнта серед подушок — і від модних крісел. Тому краще обмежитися розумним мінімумом. У кабінеті можуть бути два куточки для бесіди: перший — м'які меблі та журнальний столик; другий — кілька напівм'яких стільців і стіл. Також можна задіяти картини і квіти для створення гармонійної, заспокійливої атмосфери. І, звичайно, під рукою у психолога завжди мають бути канцелярське приладдя, графин з водою та одноразові серветки. У тому разі, якщо цей варіант недоступний, немає зручних меблів і спеціального приміщення, консультацію можна успішно провести, спеціально організувавши якусь частину простору, найкраще в кутку, де можна було б розмістити клієнта спиною до дверей, обмеживши його поле зору і, таким чином, максимально зосередивши його на консультанті.

### Час бесіди

Час є дуже важливою характеристикою консультативної бесіди. Феномен часу можна розглядати з різних боків.

- Час як необхідна умова ефективності й успішності консультативного впливу. Зустріч має проходити тоді, коли у клієнта і консультанта є можливість поговорити спокійно, не поспішаючи.

- Час як параметр психотерапевтичного впливу. Тимчасова рамка консультації (початок — кінець) впливає на клієнта і консультанта: час минає, і їм обом необхідно працювати активно та динамічно.

- Час як показник професіоналізму психолога. Для того, щоб будь-яка репліка чи інтерпретація консультанта була справді зрозумілою й прийнятою клієнтом, вона має з'явитися не занадто пізно і не занадто рано.

- Час як фактор структурованості консультативної бесіди. Для того, щоб психолог допоміг клієнтові, кожен етап бесіди має відбутися у відведений для цього часовий відрізок. Дуже умовно час консультативної бесіди можна розподілити у такий спосіб:

- 1) 5-10 хвилин — знайомство з клієнтом і початок бесіди;

- 2) 25-35 хвилин — розпитування клієнта, формулювання і перевірка консультативних гіпотез;

- 3) 10-15 хвилин — корекційний вплив;

- 4) 5-10 хвилин — завершення бесіди.

#### Одяг та імідж консультанта

Як відомо, одяг, зачіска і прикраси є компонентом зовнішнього вигляду людини і можуть свідчити про її діяльність (військова форма), про національну належність (національний костюм), служити додатковою ознакою віку, характеризувати смаки та звички.

Одяг, зовнішній вигляд і манери поведіння психолога, повинні відповідати загальноприйнятим у суспільстві стандартам. Зайвий макіяж, занадто яскравий, дорогий, чи, навпаки, надто демократизований одяг, підкреслено офіційний чи недбалий стиль поведіння — усе це може свідчити про явну чи неявну особистісну проблему самого фахівця, підриваючи довіру до нього ще до початку спільної роботи. Вираз обличчя, погляд, манери, одяг — усе мусить свідчити про здоровий спосіб життя психолога-консультанта,

збалансованість його (її) особистості і вселяти в клієнта впевненість у тому, що йому зможуть допомогти.

## ***2. Встановлення і підтримка контакту***

### ***Вітання і знайомство***

Першим кроком до встановлення контакту, безперечно, є вітання і знайомство:

- Здрастуйте, давайте познайомимося, як мені вас називати?

Іноді клієнт може відмовитися назвати себе, але забути чи не запропонувати йому назватися — це означає приректи консультацію на невдачу.

Вітання має бути нейтральним, воно не може бути радісним чи, навпаки, стурбованим, бо ще невідомо, що привело до вас цю людину.

Вітання може супроводжуватись потиском руки. Незважаючи на те, що в нашій вітчизняній консультації обмін рукостисканням використовується нечасто, а іноді виглядає "просто безглуздо", такий жест і сьогодні демонструє іншій людині тепло, справжню доброзичливість, і може стати "першим ефективним кроком у досягненні емпатії". Разом з тим трапляються клієнти, яким неприємні чийсь дотики, і тоді вже однозначно рукостискання не буде сприяти встановленню контакту.

Якщо клієнт першим простягнув руку, варто відповісти на його вітання і постаратися прочитати інформацію про можливий тип його взаємодії (що він неусвідомлено вам передав). Якщо ви відчули владне рукостискання, вашу долоню ніби стиснули — це тип "переваги". Можливо, вам хочуть сказати: "Я — сильна особистість, і сам можу все вирішити, будь зі мною обережний". А може, це проста спроба компенсувати якесь глибоке почуття неповноцінності. Іншим типом взаємодії є "покірність і поступливість". Людина простягає вам руку, відкривши її долонею нагору, і мовчки говорить: "Робіть зі мною все, що хочете". Може, він справді розгублений, а, можливо, не хоче чи боїться відповідальності. І, нарешті, третій тип — це "рівність". Прочитавши цю

інформацію, можете думати, що ви сподобалися клієнту, і він готовий до співпраці.

### Позиція і дистанція

Продовжимо спостереження за клієнтом.

Запропонуйте клієнтові пройти і вибрати собі місце. Не забудьте залишити право вибору місця за клієнтом! По-перше, він сам вирішить, де йому комфортніше, по-друге, ви одержите можливість "прилаштуватись" до нього. Наприклад, клієнт сів за стіл, тоді й ви займете місце за столом. Де? Навпроти чи поруч? За даними естонського дослідника М. Хейдеметса, люди розташовуються навпроти один одного, якщо спілкування "суперницьке", або сідають поруч, якщо "кооперативне". Консультативна бесіда, як правило, представлена позицією "навскоси", через кут столу чи з протилежних боків столу, але не навпроти, а по діагоналі. Таке розташування, з одного боку, сприяє контакту очей, а з другого — дає можливість при бажанні відвести погляд убік без особливих зусиль; окрім цього, надає змогу "тактовно" спостерігати за співрозмовником. Чи, наприклад, клієнт пройшов у середину кімнати й влаштувався у "м'якому куточку". Ви йдете слідом і сідаєте поруч, трохи навскоси, не занадто близько — так, щоб залишався простір, достатній для жестикуляції та рухів, і щоб бачити обличчя співрозмовника. Пам'ятайте, що, зазвичай, під час розмови "комфортна" відстань між людьми коливається від довжини руки до 1,5-2 метрів.

Складніше, коли клієнт проігнорував пропозицію консультанта сісти й пішов до вікна. Постійте поруч, згодом знову тактовно запропонуйте йому стілець.

### Спостережливість і рефлексія психолога

Кожна зустріч із клієнтом навіть у досвідчених консультантів викликає певне занепокоєння, а для багатьох початківців — встановлення контакту з клієнтом є складним завданням. Складним, але таким, яке можна вирішити. Потрібно тільки навчитися бути спостережливим. Хода клієнта, його постава,

пози, жести, вираз обличчя й погляд, інтонація й тон голосу можуть надати консультантові додаткову інформацію.

- Хо́да

Вже "прихід клієнта дає консультантові перше уявлення про його характер". Якщо клієнт входить у кабінет твердим і впевненим кроком, то це вказує на сміливість. Разом з тим звучна хода, навмисно підкреслений стукіт взуття свідчить про нестриманість характеру, безцеремонність (часто при цьому підвищений тон "компенсує" відсутність впевненості в собі). Люди, що ходять тихими, невпевненими кроками, спираючись на пальці, — завжди зосереджені, не люблять привертати до себе увагу, часто заглиблені в себе. Якщо ж клієнт має нерівномірний крок — то поспішає, то сповільнює ходу і при цьому злегка погойднується — то, можливо, він боязкий і прагне уникнути консультації. Розмірений крок характеризує людей спокійних, непадвладних ніяким дивацтвам і легковажності.

Р. Покорни в праці "Про вираження людини в ході" вказує, що розгойдування під час ходьби може бути як ознакою акуратності і точності, так і педантичності чи навіть марнославства. Він також думав, що надто великі кроки людини невисокого зросту можуть означати бажання швидше досягти мети, енергію і стрімкість, а маленькі кроки людини високого зросту — боязкість і неквапливість.

Хо́да людини може говорити не тільки про її стан, але й характер занять (хода моряка, "солдатський крок"), а іноді й про перенесені захворювання.

- Постава

Іншими елементами, що формують "портрет" особистості клієнта, можуть бути його постава, жести і поза.

Як відомо, постава визначає загальний вигляд фігури й багато в чому залежить від звичного положення корпусу і голови. Постава поділяють на пряму, сутулувану й згорблену, на мляву й бадьору. Так само, як і хода, постава клієнта може бути досить інформативною для спостережливого консультанта. Так, пряма і невимушена постава може свідчити про відкритість, здатність до

негайного використання внутрішніх сил і незалежності від якого-небудь обмежувального примусу, хоча це може бути й результатом занять спортом (наприклад, гімнастикою чи спортивними танцями). Можливо, млява постава, сутула спина виявляють покірність, смиренність, догідництво, хоча не виключені певні проблеми з хребтом. А от нерухомість чи напруженість тіла, найімовірніше, вказують на реакцію самозахисту, уникнення контактів, закритість, часто вразливість, а також на незграбне намагання бути коректним.

#### • Поза

Нерухомість і напруженість тіла можуть бути не тільки особливістю постави, але й однією з характеристик пози клієнта. Ми не ставимо перед собою завдання детального аналізу всіх можливих поз клієнта, проте хочемо звернути увагу на декілька способів "прочитання" посадки людини, які описав А. Штангль:

- **закрита посадка (ноги і ступні зімкнуті) — побоювання контактів, недостатня внутрішня впевненість у собі;**
- **безтурботно-відкрита посадка (ноги чи стегна широко розставлені) — недисциплінованість, лінощі, байдужо-примітивна безцеремонність;**
- **ноги, покладені одна на другу — природна самовпевненість, доброзичливий настрій, немає готовності до діяльності чи захисту;**
- **посадка на краю стільця, з випрямленою шиєю — високий ступінь зацікавленості у предметі розмови;**
- **посадка при постійній готовності підхопитися (наприклад, одна ступня під сидінням стоїть повністю, друга за нею — на носку) — типова для невпевнено-боязких чи злостиво-недовірливих натур.**

Зрозуміло, що в практиці консультування необхідно звертати увагу на позу клієнта, але ще більш важливо зауважувати зміни в положенні тіла. Якщо клієнт раптово стиснув долоні, схрестив ноги чи сів на край крісла, то консультант може припустити, що в цей момент слова клієнта не відповідають його переживанням. А це справді важливо!

• Жести

Людина жестикулює довільно й підсвідомо. Для консультантів особливе значення має саме мимовільна жестикуляція, оскільки вона передає певні стани. На думку Кроута, пальці, зведені разом, означають покірність і смиренність, палець біля рота — сором'язливість, палець, затиснутий пальцями другої руки, — самопідбадьорення. У ситуаціях зняквілості, вважає Гельма, людина потирає різні частини голови (око, чоло, тім'я, підборіддя, ніс, щоки, вуха) чи маніпулює предметами: повторно закручує і розкручує краватку, футляр самописки, торкається костюма. Якщо ж людина стурбована, вона "совається" на стільці, закушує губи, часто киває головою чи поправляє волосся, що заважає. Як бачимо, внутрішній стан унікальним чином відтворюється в зовнішньому поводженні.

Разом з тим, тлумачити "сигнали тіла" однозначно було б неправильно: кожен жест може мати кілька значень. Якщо хтось потирає потилицю, це не обов'язково означає, що він збентежений, можливо, в нього просто свербить голова, а може, це звичка. Консультантові необхідно помічати й запам'ятовувати невербальні прояви різних станів клієнта, навчитися вирізняти саме ті жести, що свідчать про зміну емоційного стану. Для психолога важливими є саме моменти переходу з одного стану в інший: не саме почервоніння чи збліднення, а момент його зачінання, не хитання ногою, а момент початку цього погойдування, не хрипкий голос, а слово, на якому чи після якого він почав хрипнути, не постійні паузи, а та з них, яка затягнулась, не саме кивання, а момент його початку чи припинення, не сама поза, а її зміна, не як сидить клієнт, а коли пересів.

Уважна поведінка консультанта — основа спілкування

Якщо ми хочемо допомогти клієнтові, необхідно пам'ятати, що він, так само як і консультант, реагує на невербальні і вербальні повідомлення і йому важливо відчувати "присутність" консультанта. Успіх консультанта залежить насамперед від його уважної поведінки з клієнтом.



Уважна поведінка — це центральний аспект консультування. Вона заохочує клієнта до розмови і містить у собі чотири моменти: візуальний контакт, доречну мову жестів, тон голосу і вербальний супровід сповіді клієнта.

Візуальний контакт. Візуальний контакт — це засіб взаємної регуляції процесу бесіди. Якщо ви — консультант і працюєте з клієнтом, дивіться на нього: підтримуйте прямий візуальний контакт, коли слухаєте і обмежуйте його, коли говорите. Уникайте "мертвого" пильного погляду, залишіть за собою і за клієнтом право подеколи відволікатися й дивитися на інші об'єкти, не затримуючись на них довго.

Пам'ятайте, якщо клієнт то дивиться в очі, то відводить погляд убік, — це, як правило, означає, що він ще не закінчив говорити. Закінчивши висловлювання, клієнт дасть знати про це прямим поглядом в очі консультантові, тобто пропонуючи йому вступити в розмову. Саме рух очей, на думку А. Айві, — "ключ до того, що відбувається в голові клієнта".

Труднощі з підтримкою візуального контакту, як правило, відчувають ті клієнти, які:

- 1) змушені говорити на делікатну тему;
- 2) пережили в дитинстві досвід приниження, пов'язане з настійною вимогою суворого дорослого "дивитися прямо в очі" під час "виховного процесу";
- 3) взагалі уникають контакту очей під час обговорення серйозних проблем (як наслідок культурних традицій свого народу, наприклад, у американських та австралійських аборигенів, ескімосів).

Клієнти знають, що ви виявляєте інтерес, якщо у вас зацікавлений вираз обличчя і ви використовуєте жести, що допомагають розмові й заохочують, якщо ви дивитесь їм прямо в очі й злегка нахиляєтеся вперед. Разом з тим, занадто швидкий, раптовий рух до клієнта скорочує дистанцію між ним і консультантом і може сприйматися як погроза. І навпаки, якщо консультант різко відхилився назад, клієнт може сприйняти це як зневагу й небажання

слухати. Пам'ятайте, що м'яка зміна поз і природне використання жестів свідчать про спокій консультанта і його включеність у бесіду.

- Якості голосу

Голоси людей розрізняють за висотою, тембром, манерою вимови і, якщо вони спеціально не треновані, подеколи є досить тонким інструментом вираження багатьох суб'єктивних почуттів і відчуттів. Зупинимося докладніше на деяких характеристиках людського голосу.

- Швидкість мови

Швидка мова зазвичай асоціюється зі станом гіперактивності, свідчить про імпульсивність чи нервозність співрозмовника. Швидко говорить також той, хто впевнений у собі й намагається переконати свого співрозмовника. Спокійна, повільна манера говорити вказує на незворушність, розважливість, обґрунтованість, однак уповільнена мова може свідчити й про пригнічений стан, про млявість, втому чи депресію, а іноді про зарозумілість. Як правило, швидкість мовлення зростає, коли клієнт схвильований, збуджений чи стурбований. Помітні коливання швидкості мовлення виявляють недостатню врівноваженість, непевність, легку збудливість людини.

- Сила голосу

Сила голосу — це своєрідний індикатор вияву почуттів і важливий засіб "вербального підкреслення" важливої інформації. На думку А. Штангля, значна сила голосу, як правило, характеризує щирість спонукань або зарозумілість і самовдоволення; недостатня сила голосу вказує на стриманість, скромність, тактовність чи нестачу життєвої сили, слабкість людини. Значні зміни голосу свідчать про емоційність і хвилювання.

- Інтонація

Та сама фраза, вимовлена голосно чи тихо, швидко чи повільно, залежно від інтонації, набуває різного значення. Інтонація — це індикатор ступеню теплоти у взаєминах "консультант — клієнт". Реакція клієнта на висловлення консультанта багато в чому пов'язана з тим, яким тоном з ним розмовляють. Найчастіше вони реагують саме на інтонацію, а не на слова. Консультанту

важливо вміти висловлювати свої думки не просто доброзичливо, але й без подвійних двозначностей, так, щоб тон і зміст відповідали одне одному.

Пам'ятайте, що консультанту важливіше говорити неголосно і нешвидко, ясно й чітко вимовляючи слова. Приглушений голос і спокійна манера говоріння більшою мірою сприяє виникненню у співрозмовника відчуття довіри. Тон голосу має відповідати тому, про що говориться, і відображати турботу та доброзичливість консультанта.

- Вербальний супровід розповіді клієнта

Ще одним важливим виявом уважного поводження психолога є його вміння працювати з темою клієнта. На наш погляд, можна виділити дві особливості роботи з темою: перша — вибір теми; друга — дотримання обраної теми.

Досить часто клієнти пропонують одночасно кілька тем чи перескакують з однієї теми на іншу. Завдання консультанта — виділити саме ту тему, що є актуальною для клієнта.

### **3. *Активне слухання***

Активне слухання становить собою не просто засіб, методика чи техніку, але й є принципом роботи багатьох консультантів. Суть активного слухання полягає в тому, що психолог спеціально приділяє більше уваги вербальним повідомленням клієнта, робить як поверхову, так і більш глибоку смислову інтерпретацію того, що відбувається. Потім формулює відповідь, яка відображає досить глибокий рівень розуміння переживань клієнта.

Навички активного слухання є важливими і належать до найбільш складних. Разом з тим, ми можемо виділити кілька загальних способів, що дозволяють консультанту-початківцю використовувати їх в своїй роботі:

1. Слухати й чути. Найбільш загальний засіб, який полягає в тому, що консультант дуже уважно слухає клієнта й намагається зрозуміти його почуття, а потім повідомляє про те, що він зрозумів.

2. Не засуджувати і не оцінювати. Консультант не просто сприймає слова клієнта, він розуміє його почуття і приймає без критики та оцінок.

3. Не відволікатися і не переривати. Вся увага психолога має бути зосереджена на особистості клієнта, його розповіді, думках, переживаннях. Консультант не повинен відволікатись на внутрішні чи зовнішні стимули.

4. Не забігати наперед в осмисленні розмови. Консультанту не обов'язково відповідати відразу, краще дати собі час подумати, щоб уникнути поверховості відповіді.

5. Вибрати актуальні теми та відображати їх зміст. Із всіх тем, що пропонуються клієнтом, необхідно відібрати актуальні й значущі. Переходити до нової теми лише після завершення роботи з попередньою. Періодично повторювати клієнтові суть його повідомлень, щоб він міг відчувати, що його зрозуміли, а консультант зміг перевірити адекватність свого розуміння.

Активне слухання дає змогу клієнтові отримати підтримку від консультанта й об'єктивно подивитись на ситуацію. Цей прийом дає можливість клієнтові досліджувати і усвідомлювати свої переживання, звільнитись від напруження і від почуттів, що його пригнічують.

Як бачимо, активне слухання — це ефективний засіб психотерапевтичного впливу (втручання), який допомагає клієнтові досягти конструктивних змін.

Психотерапевтичне втручання — це певний вид реакцій консультанта, спрямований на досягнення проміжних і кінцевих завдань психологічного консультування.

#### Навички слухання

Однією з найскладніших професійних навичок психолога-консультанта є його вміння слухати клієнта: слухати і чути, що говорить клієнт, і те, що він говорить, зрозуміти й прийняти, не засуджуючи й не оцінюючи. Зробити це не так просто, як здається на перший погляд.

Перевіреними засобами підтримки контакту з клієнтом і демонстрації вашого до нього інтересу є навички слухання:

1. Пасивне слухання, позитивні заохочення, мінімальні заохочувальні стимули спрямовані на підтримку викладу клієнтом його історії й забезпечення спокійного плину бесіди. Ці стимули бувають як невербальними (кивки, доброзичливий і зацікавлений вираз обличчя, відкриті жести тощо), так і вербальними (фрази типу "так-так", "звичайно", "я слухаю").

2. Просте повторення ключових слів чи фраз, які промовляє клієнт. "Просте" дослівне повторення спрямоване насамперед на уточнення сказаного й на підтримку монологу клієнта. Цей прийом можна також використовувати для того, щоб виграти час, що дозволяє сформулювати більш придатну відповідь. Розглянемо повторення ключових слів на прикладі:

Клієнтка: Моя проблема — це мій 13-річний син. Слава останнім часом став дуже важкою дитиною: він пропускає заняття в школі, обманює, грубіянить. У мене таке враження, що він постійно щось від мене приховує, щось недоговорює... *Консультант:* ... постійно?, від вас приховує?, недоговорює?

Разом з тим необхідно пам'ятати, що в нашій культурі більше цінується передача думки співрозмовника своїми словами, ніж дослівне повторення, що може викликати подив чи навіть роздратування. Ще одним "недоліком" повторення є те, що воно відображає стереотипи та вибіркості уваги психолога й деякою мірою може підказати клієнтові тему для продовження розмови. Тому час від часу консультантові необхідно звіряти власне розуміння ситуації з тим, як її розуміє клієнт.

3. Перефразовування (перезформування) повідомлення клієнта — прийом, який використовується для уточнення змісту повідомлення чи для того, щоб акцентувати увагу клієнта на певному моменті. З цією метою психолог повторює деякі з останніх висловлювань клієнта, використовуючи синоніми до його слів і додаючи власну фразу. Перефразовування містить у собі елементи інтерпретації, що у деяких випадках може бути досить успішною, а в інших — сприйматися негативно. Перефразовування особливо

корисне тоді, коли клієнта переповнюють емоції, й зовсім непродуктивне, якщо використовується монотонно, механічно.

4. Прояснення — повернення клієнту суті когнітивного змісту його висловлення у більш стислій і зрозумілій формі. Цей прийом, з одного боку, є перевіркою правильності розуміння консультантом повідомлення клієнта і заохоченням до подальшого розвитку тієї ж теми, з другого — сприяє чіткішому розумінню самим клієнтом власного внутрішнього світу, а також своїх взаємодій із зовнішнім світом.

Для прояснення змісту консультанти найчастіше використовують такі вирази:

Я правильно вас зрозумів (ла)...

Ви говорите (думаєте, вважаєте, стверджуєте), що...

Ви вирішили (хочете, могли б) вирішити саме в такий спосіб.

5. Відображення почуттів — це відображення і словесне позначення консультантом висловлених клієнтом емоцій з метою полегшення їхнього вираження й осмислювання. Найчастіше психологи використовують такі вступні фрази:

Ви почуваетесь (самотнім, забутим, стомленим, невезучим...);

Вас це скривдило (насторожило, стривожило, розлютило...);

Вам це цікаво (нудно, байдуже...);

Ви були роздратовані (скривджені, стривожені...), коли це сталося?

Зазначимо, що відображення почуттів і змісту базується не тільки на підбадьоренні й стимулюванні клієнта до продовження розповіді, але й припускає активну участь психолога в усвідомленні проблеми.

6. Підведення підсумків. Залежно від виконуваних функцій, в процесі бесіди підведення підсумків може бути у формі переказу та підсумовування (резюме).

Переказ — це виклад клієнтові суті його розповіді в стислому, короткому й точному вигляді. Правильний переказ не тільки переконає клієнта

в тому, що ви його слухаєте й чуєте, але й дозволить йому не повертатися до своєї розповіді багаторазово.

Переказ містить чотири аспекти:

1. Основу речення, в якій використовується, наскільки це можливо, певна модальність сприймання інформації клієнтом. Візуально орієнтовані клієнти мають тенденцію найкраще реагувати на слова з візуальним навантаженням ("Ви говорите, що бачите ситуацію з цього погляду..."); аудіально орієнтовані клієнти найкраще реагують на тональні слова ("Наскільки я почув вас, звучить так... що це має успіх?"); а кінестетично орієнтовані клієнти реагують на слова, що відображають почуття ("Таким чином, ситуація стосується вас... а як це вас зачіпає?"). Для багатьох клієнтів суміш візуально, аудіально і кінестетично орієнтованих слів буде навіть більш дієвою. Звичайно, що не завжди обов'язкове використання основи речення.

2. Ключові слова і систематизовані конструкції, що їх клієнт використовує для опису ситуації чи особи. До того ж, спостерігаючи за клієнтом, необхідно спрямовувати зусилля на сприймання головних ідей, висловлених клієнтом, і деяких його точних слів. Цей аспект переповідання іноді плутають із заохочувальним повторенням фрази. Проте останнє здійснюється майже повністю власними словами клієнта і розкриває лише обмежену кількість матеріалу.

3. Суть того, що розповів клієнт, у підсумковій формі. Саме тут найбільшою мірою проявляються навички інтерв'юера перетворювати часто заплутані висловлювання клієнта на стислі, визначені й пояснюючі твердження. Перед консультантом важке завдання — зберігати правильність думок клієнта, але не повторювати їх точно.

4. Перевірка точності — це коротке запитання після переказу, в якому клієнту пропонують дати відповідь, чи був переказ (або резюме чи інша мікронавичка) порівняно правильним і корисним. Деякі зразки перевірок містять такі запитання: "Я чую вас правильно?", "Це близько до того, що ви сказали?", "Чи це має успіх?" і "Чи це стосується ситуації?" Можна також

переповідати з перевіркою, що полягає у підвищенні вашого голосу наприкінці речення, так наче переказ був би запитанням.

Підсумовування (резюме) — це повтор у стислому вигляді й зв'язування в єдине ціле основних ідей розповіді клієнта для того, щоб виділити найбільш значущі теми чи підвести підсумки (результати), досягнуті в ході певного відрізка бесіди або всієї бесіди, навіть цілого ряду зустрічей. Корисно повторювати вирази клієнта періодично під час бесіди й обов'язково наприкінці зустрічі.

Консультанти особливо активно використовують навички слухання під час збирання інформації про клієнта та його проблему.

### Навички дослідження

Нарівні з навичками слухання в процесі консультації психолог активно використовує навички дослідження: інтерв'ю, зворотний зв'язок, саморозкриття, інтерпретацію, конфронтацію. Саме ці навички дозволяють консультанту виявити проблеми клієнта, сприяти їхньому усвідомленню й досліджувати думки та почуття клієнта.

1. Інтерв'ю — це запрошення про щось розповісти, засіб збирання інформації чи уточнення досвіду клієнта. З цією метою консультант використовує різні запитання: відкриті, закриті, короткі, прямі, непрямі.

Відкрите запитання. Це запитання, на котре не існує єдино правильної відповіді або на яке зазвичай неможливо дати однозначну відповідь.

Навіть у тих випадках, коли клієнт говорить охоче, відкриті запитання сприяють вільному обговоренню проблеми і залишають значний простір для розмови. Крім того, більшість людей починає із загальної розповіді про своє життя, опускаючи деталі і приклади, а відкриті запитання допомагають прояснити чи уточнити конкретні факти з життя клієнта. Нижче пропонуємо фрагмент діалогу, що ілюструє варіанти таких запитань.

Клієнтка: У мого сина просто огидне поведження.

Консультант: У чому виявляється його "огидне поведження"?

Клієнтка: Він просто некерований.



Консультант: Чи можете ви навести конкретні приклади?

Відповідаючи на відкриті запитання типу: "Як ви почувалися тоді?", "Що переживали в той момент?", клієнт може розібратися у власних почуттях. Разом з тим, якщо психолог хоче сфокусувати увагу лише на цілком визначеному переживанні, він запитає: "Ви тоді дуже розлютились?". Останнє запитання називається закритим.

Закрите питання. Це запитання, на яке відповідають однозначно — "так"/"ні".

Закриті запитання використовують не тільки для уточнення фактів, але й їх підтвердження: "Ви стверджуєте, що дочка вживає наркотики?", "Чоловік вас б'є?". Вони корисні, наприклад, тоді, якщо консультант працює з "мовчазним" клієнтом. Серія закритих запитань у таких випадках може забезпечити одержання необхідних відомостей і задати темп консультації.

*Коротке запитання* — це спосіб шляхом найменших затрат вплинути на виклад клієнтом історії, змінити напрямок розмови чи звернутися по уточнення чи прояснення ситуації. Репліки типу: "І що?", "З якою метою?", "Що ще?" тощо легко вплітаються у розповідь клієнта, направляючи її плин.

У своїй роботі психолог-консультант використовує також прямі й непрямі запитання.

Прямі запитання. Це запитання, орієнтовані на прояснення суті тієї чи іншої з обговорюваних тем.

Непрямі запитання. Це запитання, що дозволяють оцінити, визначити подію чи стан клієнта шляхом одержання детальної інформації про різні аспекти, притому суть цих запитань залишається незрозумілою.

Так, наприклад, пряме запитання консультанта може звучати так: "Коли ви роздратовані, чи можете ви нагрубити іншій людині, чи навіть ударити її?" А використовуючи в аналогічній ситуації непрямі запитання, він поцікавиться: "Чи можете ви пригадати інші випадки, коли були сильно роздратовані?", "Чи можете ви більш докладно описати те, що ви відчули стосовно чоловіка, коли це сталось?", "Що відбулося потім?", "Що відбулося між вами, коли ви

говорили один одному такі речі?" "Що ви відчували після того, як дали йому ляпаса?", "Якою була його реакція?" і т.д. Інакше кажучи, непрямі запитання дозволяють крок за кроком вивчити складні для клієнта почуття чи ситуації й дають можливість аналізувати один епізод за другим, причому ці епізоди можуть бути пов'язані як з далеким минулим, так і з щойно пережитими подіями.

Слова, що використовуються в запитаннях, — це своєрідний інструмент роботи консультанта, тому не можна недооцінювати їх значення.

Часто, хоча й не завжди, перше слово запитання частково визначає відповідь клієнта. Якщо консультанту необхідні додаткові дані й він очікує від клієнта викладу фактів, то запитання краще починати словом "що":

Що сталося, коли ви це зробили?

На що це було схоже?

У випадках, коли потрібно обговорити процес, послідовність подій чи почуття клієнта, можна почати запитання словами "як" і "яким чином":

Як вам вдалося просунути в цій справі так далеко? Як ви почуваетесь зараз?

І, нарешті, для обговорення причин — словом "чому". Питання- "чомушки", на жаль, не завжди мають відповідь. Клієнт досить часто не розуміє причин того, що відбулося і буває не готовий до їх обговорення. Такі запитання краще формулювати інакше. Замість: "Чому це сталося?", можна запитати: "Що могло до цього призвести?"; замість: "Чому ви так думаєте?" — "Що дозволяє вам так думати?"

Крім того, у запитаннях краще вживати слова, що використовуються в повсякденній мові. Наприклад, слова "означати" чи "мати на увазі" більш підходять для консультативної бесіди, ніж, скажімо, слова "демонструвати", "символізувати", що мають академічний відтінок.

У деяких випадках запитанням мають передувати ретельно дібрані вступні слова й речення, що, з одного боку, допомагають підготувати клієнта

до наступного запитання, а з другого — вказують на можливість іншого погляду на існуючі події:

- Давайте подивимося на це з погляду стороннього.
- Якби це відбулося з вами раніше, як би ви тоді до цього поставилися?
- Я розумію, чому ви все так сприймаєте, але скажіть, ваші друзі сприймають це так само чи по-іншому?

Вступні фрази створюють більш широкий контекст сприйняття й дають змогу плавно переходити від однієї системи поглядів (чи аспектів аналізу) до іншої.

Таким чином, консультант має формулювати запитання так, щоб клієнт зміг самостійно визначити зміст тих чи інших подій. В усіх випадках, коли це можливо, психолог прагне використовувати "безпечні" запитання, що не викликають у клієнта тривожної реакції чи психічного дискомфорту; необхідно уникати використання навідних запитань, які припускають цілком визначений тип відповіді.

У той час, коли запитання можуть мати величезну цінність для консультації, є й потенційні проблеми, пов'язані з ними. Деякі з них зазначені далі.

"Бомбардування" й "підсмажування". Занадто велика кількість запитань примушує багатьох клієнтів користуватися захистом. Запитання можуть також надавати консультанту надто багато контролю.

Численні запитання. Консультанти можуть заплутати своїх клієнтів тим, що закидають їх одночасно кількома запитаннями. Це ще одна форма бомбардування, хоча для декотрих клієнтів вона може бути іноді корисною.

Запитання у вигляді тверджень. Деякі консультанти можуть користуватися запитаннями як засобом рекламування власного погляду. "Ви не вважаєте, що було б корисно, якби ви більше вчилися?", "Що ви думаєте щодо виконання вправ з релаксації, замість того, що ви зараз робите?" Ця форма запитання інколи може бути корисною. Усвідомлення характеру

запитання може вказати альтернативні й прямі шляхи для того, щоб налагодити контакт з клієнтом. Корисно пам'ятати, що коли ви збираєтесь висловитися, найкраще не надавати своєму твердженню форми запитання.

Запитання й культурні особливості. Стиль швидкого розпитування, притаманний нашій культурі, в незахідних групах сприймається менш прихильно. Якщо ви працюєте з членом певної культурної групи, що відрізняється від вашої, зважайте на те, що надмірне використання запитань іноді спричинює недовіру до консультанта.

Запитання, які починаються словом "чому". Більшість з нас у дитинстві, мабуть, пережила таке запитання "Чому ти не робив це?". Запитання, які починаються словом "чому", часто примушують людей захищатися і викликають у них почуття дискомфорту. Такий самий дискомфорт може бути викликаний будь-яким запитанням, яке викликає відчуття, наче вас "підсмажують".

Запитання і контроль. Особа, яка ставить запитання, звичайно, контролює та керує бесідою: визначає, хто і про що говорить, коли і за яких обставин відбудуватиметься розмова.

2. Зворотний зв'язок — це спроба перевести увагу на сьогоднішнє, прокоментувати особливості побудови відносин під час сесії й описати поведінку клієнта. Зворотний зв'язок дає клієнтові можливість зрозуміти, як його поведінка й стиль мислення сприймає психолог та оточуючі. Це спосіб, що створює можливість іншого самосприйняття й допомагає клієнтові задуматися над корекцією своєї поведінки. К. Ягнюк подає критерії "корисного зворотного зв'язку":

- Зворотний зв'язок описовий і безоцінний. Опис поведінки клієнта надає йому свободу вибору в тім, як реагувати на нього. Уникаючи оцінок, ми тим самим зменшуємо потребу клієнта захищатися.
- Надання точної і конкретної інформації про ті чи інші аспекти поведінки клієнта спонукають до їх дослідження.

- Зворотний зв'язок спрямований на той аспект поведінки, з яким клієнт здатний що-небудь зробити. Вказівка на недоліки, з якими клієнт неспроможний впоратися через об'єктивні причини, лише фруструють його.

- Зворотний зв'язок своєчасний. Він максимально корисний, якщо проявляється відразу, слідом за тією чи іншою реакцією клієнта.

3. Саморозкриття — це передача клієнтові особистого досвіду консультанта, надання інформації про себе, про події з власного життя чи безпосереднє вираження у стосунках із клієнтом пережитих почуттів, бажань, ідей, фантазій. Саморозкриття побудоване на "Я-пропозиціях" психолога й тісно пов'язане з прийомом зворотного зв'язку, що дозволяє створити атмосферу довіри й сприяє встановленню контакту.

Пам'ятайте:

1) зворотний зв'язок і саморозкриття дозволяють клієнтові почуватися більш комфортно, але занадто часте їхнє вживання може перешкодити йому "виговоритися";

2) деяким клієнтам дуже подобається психолог, який розкривається, але іншим він може здатися нав'язливим.

4. Інтерпретація — це процес пов'язування між собою розрізнених ідей, емоційних реакцій, вчинків і різних елементів досвіду клієнта, це спроба надати іншого значення чи нового пояснення внутрішнім переживанням, зовнішнім подіям життя клієнта, спроба дати можливість клієнтові по-новому побачити ситуацію й викликати інсайт за допомогою розкриття справжнього змісту, що криється за деякими патернами поведінки.

Інтерпретація — "наріжний камінь психотерапії, поворотний момент процесу консультування", її можна розглядати "як вузловий момент методу впливу".

Нагадаємо, що в процесі консультації у психолога виникають робочі гіпотези з приводу тих чи інших труднощів клієнта та їх причинного зв'язку. Вербально виражена консультантом гіпотеза є інтерпретацією. Незважаючи на те, що інтерпретація завжди пропонується консультантом, вона є спільним

"дітищем" консультанта й клієнта. Інтерпретація задає нові рамки, в яких клієнт може побачити "альтернативну реальність", і пропонує нові підходи до проблеми. Досить часто інтерпретація є своєрідним "викликом погляду клієнта", тоді як нове бачення реальності сприяє зміні поглядів, що, в свою чергу, може змінити думки, настрій, поведження.

Р. Мей виділяє три можливі реакції клієнта на запропоновані інтерпретації й вважає, що консультант має розвивати здатність читати значення цих реакцій:

1. Клієнт приймає інтерпретацію консультанта, спокійно говорячи: "Так, думаю, це так" — пропозиція може бути прийнята обома на цей момент.

2. Клієнт виявляє абсолютну байдужість — консультант відмовляється від ідеї й робить висновок, що йому ще не вдалося розкрити щось істотне.

3. Клієнт наполегливо заперечує пропозицію, гаряче доводячи, що це неправда — консультант може зробити ймовірний висновок про правильність інтерпретації й про те, що йому вдалося близько підійти до кореня проблеми. Однак у той момент консультант не наполягає, а просто відступає й підходить до тієї ж самої суті проблеми трохи пізніше та з другого боку. Якщо інтерпретація адекватна, то клієнт визнає правильність пропозиції.

Інтерпретація може привести до зміни світогляду клієнта, тому досвідчені психологи використовують не більше однієї-двох інтерпретацій під час консультації, щоб не викликати "передозування" й опору з його боку.

5. *Конфронтація* — це звертання уваги клієнта на те, чого він уникає, не усвідомлює чи не бажає змінювати, це виявлення й демонстрація протиріч (розбіжностей) між різними елементами його психологічного досвіду:

- 1) між тим, що він казав раніше і тим, що говорить зараз;
- 2) між тим, що він говорить і що робить;
- 3) між тим, що клієнт говорить про себе, і тим, що бачите ви.

*Конфронтація* — це реакція консультанта, в якій виявляється протистояння захисним маневрам чи ірраціональним уявленням клієнта. І хоча

конфронтація не означає, що клієнтові говорять, який він поганий чи вказують на його помилки, вона "створює певне напруження в бесіді й здатна викликати відчуття тиску". Тому психолог має дотримуватись дипломатичності й звертати увагу клієнта на розбіжності м'яко, нейтрально, навіть з деякою емоційною нейтральністю.

### Навички дій

Під час збирання інформації про клієнта та його проблему, консультанти найчастіше використовують навички слухання. Визначаючи проблему клієнта, його думки й почуття, ми використовуємо навички дослідження. На корекційному та заключному етапах більшість психологів використовують навички дій.

Визначимо першу групу технік дій, спрямованих на здійснення впливів на клієнта з метою зміни існуючої структури патернів взаємодій і комунікацій.

1. Інформування (забезпечення інформацією) — надання конкретної, точної й актуальної інформації у формі пояснень, викладу фактів, що дозволяє розвіяти міфи, викликає у клієнта інтерес чи створює певну структуру.

2. Поради і рекомендації — це повідомлення клієнтові думки, що ґрунтується на власному баченні консультантом ситуації, втручання в формі практичних пропозицій зробити щось чи не робити чогось, як правило, поза терапевтичною ситуацією.

Консультант може інформувати клієнта, давати йому поради й рекомендації як з власної волі, так і у відповідь на запит клієнта. Зрозуміло, що зміст рекомендацій містить в собі знання, досвід, інтуїцію психолога. Разом з тим, поради потрібно давати обережно, враховуючи характер консультації й прохання клієнта. Скажімо, цей метод завжди використовується у консультаціях щодо працевлаштування, однак радити клієнту, навіть на його прохання, "розлучатись чи не розлучатись" було б непрофесійно. Таким чином, поради консультанта можуть виглядати як загальні побажання, ідеї, домашнє завдання, проте ніколи — як єдино правильний варіант вирішення ситуації.

3. Директива (вказівка) — це найсильніший метод впливу.

Директиви — це фрази психолога, висловлені безпосередньо (прямо): що робити клієнтові, що йому говорити, як діяти в тих чи інших ситуаціях; це вказівка на виконання певних дій під час сесій чи конкретних завдань у проміжку між ними.

Механізмами такого впливу в процесі консультації можуть бути навіювання, наслідування й переконання.

4. Навіювання — це цілеспрямований неаргументований вплив консультанта на клієнта. Цей процес супроводжується зниженням усвідомлення й критичності сприймання у клієнта, відсутністю чіткого розуміння й розгорнутого логічного аналізу.

5. Наслідування — це поведінка за зразком, прикладом; відтворення клієнтом рис і образів представленою консультантом чи значущими особами поведінки.

6. Переконання — це цілеспрямований аргументований вплив консультанта на клієнта, що становить собою вербальний доказ ідей, обґрунтування рішень, планів і вчинків. Під час переконання, на відміну від навіювання, зазвичай передбачається врахування позиції, думки, заперечень клієнта, які консультант намагається подолати за допомогою особистого впливу.

Необхідно визначити, що особливості директив багато в чому залежать від теоретичної орієнтації психолога (див. табл. 6).

Таблиця 6

**Директиви, що використовуються психологами різних теоретичних напрямків**

Фантазії (гуманістична теорія)	"Уявіть собі, що ви знову опинилися в цій ситуації. Закрийте очі й докладно опишіть її. Що ви бачите (чуєте, відчуваєте)?" "Опишіть свій ідеальний день (роботу, партнерів)" "Уявіть, що ви перебуваєте всередині свого тіла"
Гештальт-метод "гарячого крісла" (гуманістична теорія)	"Говоріть про своїх батьків так, наче вони сидять у цьому кріслі. А тепер пересядьте у це крісло й дайте відповідь за них"
Вільні асоціації (психодинамічна теорія)	"Запам'ятайте ці почуття і розкажіть про пов'язані з ними асоціації зі спогадів дитинства" "Перейдіть до подій із вашого повсякденного життя"
Релаксація (поведінкова теорія)	"Закрийте очі й повільно" "Стисніть спільніше кулаки, а тепер відпустіть"
Гіпнотичний транс (поведінкова теорія)	"Уважно дивіться на цю точку, розслабтеся. Стежте за диханням. Фокусуйте свою увагу"



Друга група технік дій пов'язана з постановкою цілей і підкріпленням бажаної поведінки.

7. Постановка цілей — це визначення напрямку руху, планування майбутніх дій, визначення основи для зміни ступеню успішності й прийняття клієнтом на себе зобов'язань щодо здійснення необхідних змін.

Особливе місце у постановці цілей займає парадоксальна реакція.

8. Парадоксальна реакція — це створення незвичайної перспективи, заклик до альтернативного, нерідко протилежного очевидному й раціональному для клієнта сприйманню ситуації чи способу реагування на неї. Парадокс і гумор — часто вживані у консультуванні засоби.

9. Логічна послідовність — це прийом, що допомагає клієнтам прийняти можливі наслідки своїх дій. За своєю структурою ця техніка схожа на переказ і відображення почуттів, але з доповненням логічних висновків.

10. Підкріплення — це забезпечення підтримки й заохочень з боку консультанта для того, щоб збільшити ймовірність бажаної поведінки клієнта.

### Резюме

Консультативна бесіда є основним методом роботи психолога-консультанта. Успішність її проведення залежить від багатьох факторів: професійності психолога, рівня його теоретичних знань і практичних навичок, бажань і готовності самого клієнта прийняти психологічну допомогу і навіть від умов взаємодії "консультант — клієнт".

Зрозуміло, кожен психолог індивідуально будує консультативну бесіду. Разом з тим виділимо деякі правила того, як не можна вести бесіду.

Правило 1. Консультативна бесіда — це не "театр одного актора": бесіду не варто перетворювати на усне опитування клієнта й у той же час вона не повинна "виливатися в монолог клієнта" і т.д. Консультативна бесіда — це насамперед природний діалог, у якому "психолог виступає режисером".

Правило 2. Консультативна бесіда — це не "вечір запитань і відповідей". Необхідно уникати частого використання запитань, зокрема, прямих провокаційних чи оціночних типу: "Навіщо ви це сказали? Ви, звичайно,

більше так не зробите? Чи є ви нещасливі?" Не потрібно ставити клієнту додаткові запитання про ті сторони життя чи проблеми, до яких він особливо чутливий.

Правило 3. Консультативна бесіда — це не "диспут-клуб", тому небажано сперечатися з клієнтом, спростовувати його твердження (це не означає, звичайно, що психолог зобов'язаний в усьому погоджуватися, наприклад, поділяти омани й упередження, але й активно протидіяти їм — непрофесійно).

Правило 4. Консультативна бесіда — це "не час і не місце" для загравань із клієнтом: не потрібно хвалити клієнта чи підтримувати надію безпідставно, давати пусті обіцянки, підтримувати клієнта в його нападах на інших.