Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини

ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЧНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ
(лекційний курс)

Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Практична психологія»

Умань
ПП Жовтий О. О.
2013

УДК 159.88(075.8)
ББК 88.492я73
О-75

Рецензенти: доктор психологічних наук, професор А.Б. Коваленко
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка),
кандидат психологічних наук, професор О.Л. Музика
(Житомирський національний університет імені Івана Франка)

Основи психологічного консультування(лекційний курс):
навчально-методичний посібник для студентів спеціальності
«Практична психологія». Рекомендовано до друку Вченою радою
факультету початкової освіти (Протокол №4 від 25 листопада 2011 року)/
уклад. Борис Андрійович Якимчук, Ірина Павлівна Якимчук.-Умань:
ПП Жовтий О. О., 2013.-204 с.

ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЧНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ
(лекційний курс)

Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності
«Практична психологія»

Укладачі Борис Андрійович Якимчук, Ірина Павлівна Якимчук

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету початкової освіти
(Протокол №4 від 25 листопада 2011 року)

МЕТОДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ

Для ефективного психологічного впливу істотне значення має просторова й часова організація бесіди, хоча, безперечно, багато того, що можна сказати із цього приводу, стало вже прописними істинами.

Типові помилки консультативної бесіди:

- не встановлено необхідний психологічний контакт, що заважає створенню сприятливого для бесіди клімату;
- передчасний перехід до вирішення проблеми без достатнього вивчення її суті;
- авторитарність стосовно співрозмовника, нав'язування йому власного розуміння проблеми;
- думка співрозмовника не вислуховується або дискредитується;
- тим чи іншим способом створюються перешкоди для роз'яснення співрозмовником своєї точки зору;
- постановка співрозмовнику прямих запитань за умови, що такої необхідності немає.

Простір бесіди. Ідеальною для консультування є ситуація, коли психолог має можливість приймати клієнта в спеціально обладнаному для цього кабінеті, де максимально забезпечено конфіденційність, зручність і комфорт, де ніщо не привертає увагу клієнта, не відволікає його від бесіди. Але навіть у тому випадку, коли цей варіант недоступний (немає зручних меблів і спеціального приміщення), консультацію можна успішно гіровести, спеціально впорядкувавши якусь частину простору, найкраще в кутку, де можна було б посадити клієнта спиною до дверей, обмеживши його поле зору і таким чином максимально зосередивши його на консультанті.

Ідеальний варіант розміщення психолога й клієнта — один навпроти одного й трохи навскіс, щоб кожен з них добре бачив особу співрозмовника, а при бажанні міг би без особливих зусиль відвести очі вбік. Найкраще, якщо вони сидять не занадто близько один до одного й у них є простір для ніг, достатній для того, щоб вільно встати або сісти на своє місце. Непогано, коли

між ними є щось схоже на журнальний столик, куди можна що-небудь покласти або за необхідності зробити на ньому якісь записи. Великий стіл може стати перешкодою й сприйматися як бар'єр між клієнтом і консультантом.

Час бесіди. Час є дуже важливою характеристикою консультативної бесіди. Ідеться насамперед про правильний вибір часу бесіди, коли і у клієнта, і в консультанта є можливість поговорити спокійно, не поспішаючи, на свіжу голову. Це багато в чому визначає, наскільки ефективним та успішним буде консультативний вплив.

Крім того, час має величезне значення і для самого процесу бесіди, яка повинна мати чітко визначені початок і кінець. Годинник на столі або на стіні — це важливий атрибут психологічного кабінету, що нагадує клієнтові й консультантові, що час іде і їм обом необхідно працювати активно й динамічно.

Багато чого в консультативній бесіді не підпорядковується плину часу. Для того, щоб клієнт належним чином зрозумів і прийняв будь-яку репліку або інтерпретацію консультанта, вона повинна з'явитися не занадто пізно й не занадто рано. Бесіда розгортається поступово, але кожна її частина, кожен етап має відбутися у відведений для цього часовий відтинок. У противному випадку консультант може не встигнути, не вкластися в час прийому, а отже, не лише не допомогти клієнтові цього разу, але, можливо, і підірвати його віру в ефективність психологічного впливу.

Консультативну бесіду можна порівняти з літературним твором, де є свій пролог, розвиток сюжету, зав'язка, розв'язка, кульмінація й епілог. Інакше кажучи, бесіда консультанта з клієнтом — процес аж ніяк не випадковий: вона організовується відповідно до визначених правил проведення, які роблять її ефективною й цілеспрямованою.

У чому ж полягають основні правила проведення бесіди в психологічному консультуванні?

Досить умовно бесіду консультанта з клієнтом можна поділити на **чотири**

етапи:

1) знайомство з клієнтом і початок бесіди;
2) розпитування клієнта, формулювання й перевірка консультативних гіпотез;
3) корекційний вплив;
4) завершення бесіди.

Тривалість прийому, під час якого, власне, і відбувається бесіда, значно варіює залежно від мети й завдань консультування, організаційних форм, у рамках яких вона проводиться, а також теоретичних настанов консультанта. Але все-таки в більшості випадків прийом триває близько однієї години (як у нашій країні, так і за кордоном).

Орієнтовно цю годину можна розподілити за визначеними вище етапами бесіди в такий спосіб:

1) початок бесіди — 5-10 хв.;
2) розпитування клієнта — 25-35 хв.;
3) корекційний вплив — 10-15 хв.;
4) завершення бесіди — 5-10 хв.

Зупинимося докладніше на тому, що являє собою кожний із цих етапів, яка мета кожного з них і які завдання повинен встигнути вирішити консультант у відведений для цього час, які найпростіші прийоми організації процесу бесіди.

Початок бесіди. Перше, що необхідно зробити консультантові під час прийому — це зустріти й посадити клієнта. Успіх бесіди багато в чому залежить від того, наскільки психолог зуміє проявити себе як доброзичливий і зацікавлений співрозмовник уже з перших хвилин. Консультант може продемонструвати свою зацікавленість і доброзичливість із найперших хвилин зустрічі, піднявшись назустріч клієнтові, а то і зустрівши його у дверях кабінету; при необхідності можна допомогти зняти верхній одяг, показати, куди зручніше поставити сумки, а потім запропонувати сісти. Краще, якщо консультант із самого початку підбадьорює клієнта репліками на зразок:

"Проходьте, будь ласка", "Сідайте зручніше" й т. п. Що тут є важливим, у чому консультант-початківець може припуститися помилки?

Не слід занадто метушитися, загравати з клієнтом, із перших хвилин намагатися вступити з ним в активний контакт, пропонувати й обіцяти свою допомогу. Ситуація початку бесіди для людини, що прийшла до психолога вперше, сповнена дискомфорту; йому необхідно дати час оговтатися, прийти до тями. Добре, коли консультант не занадто багатослівний; безпосередньо перед початком бесіди краще зробити паузу (не дуже тривалу — 45-60 секунд, інакше в клієнта може виникнути стан напруженості й розгубленості; цієї паузи буде достатню для того, щоб клієнт встиг зібратися з думками й оговтатися).

Дуже важливий момент початку бесіди — знайомство з клієнтом по імені (про можливості використання імені клієнта для організації бесіди докладно йтиме мова в наступному розділі). Власне кажучи, клієнт може відмовитися назвати себе, але забувати або не запропонувати йому представитися — це значить багато в чому приректи консультацію на невдачу. В українській мові існує безліч можливостей використання імені людини, наприклад: Олена, Оленка, Оленонька, Оленочка, Олененька, Оленуня, Олену-ся, Оленця, Оленцуня, Олеся, Лєна, Ленонька, Лєночка, - Лєнуня, Лєнуся, Єля, Ляля, Льоля, Олена Миколаївна — це все варіанти одного й того самого імені. Оптимальна позиція консультанта стосовно клієнта — це позиція рівності, одним із проявів якої є рівність імен. Це означає, що краще, якщо психолог представляється так само, як клієнт — на ім'я й по батькові, просто по імені й т. п. (із цієї рекомендації можуть бути винятки, пов'язані з віком співрозмовника, а також із специфікою умов, у яких проходить консультація). Важко передбачити, як саме представиться клієнт, тому краще, якщо консультант дасть йому можливість назвати себе першим, використовуючи репліку на зразок: "Давайте познайомимося, як мені Вас називати?". Після того, як клієнт назве себе, психолог, орієнтуючись на його форму представлення, зможе назвати себе відповідним чином — Дмитриком,

Дмитром або Дмитром Борисовичем.

Трапляється, що на початку бесіди консультант стикається із ситуацією, коли клієнтові необхідно пояснити, що таке психологічне консультування, на що він може розраховувати, звертаючись за допомогою. Таке запитання може поставити навіть людина, яка прийшла на консультацію за власною ініціативою, але частіше необхідність у поясненні мети консультування виникає в ситуації, коли психологові доводиться приймати клієнтів поза стінами консультаційного центру — на підприємстві, у школі, у лікарні. У подібних випадках за психологічною допомогою найчастіше звертаються люди, недостатньо інформовані про можливості й обмеження психологічного впливу. Важко запропонувати якусь універсальну формулу на всі випадки життя, оскільки для різних людей по-різному звучить те, що є найбільш важливим у їхній професійній діяльності. Для цього підійде таке формулювання: "Ми, психологи, порад не даємо, ніяких ліків не призначаємо. Наша допомога людям полягає в тому, що ми розмовляємо з ними й намагаємося допомогти побачити їхню ситуацію збоку, з іншого погляду, інакше поставитися до неї і, якщо потрібно, на підставі цього прийняти рішення або змінити свою поведінку". До подібних формулювань ніколи не буває зайвим додати гарантію анонімності всього того, що відбувається за дверима психологічного кабінету.

Звичайно, така коротка характеристика професійної діяльності може викликати в клієнта безліч запитань на кшталт: "А Ви впевнені, що зможете мені допомогти?". У такому випадку краще не вступати в тривалу дискусію, не обіцяти клієнтові гарантованої допомоги, а запропонувати: "Давайте спробуємо".

Наступний крок, з якого необхідно почати, — це перейти безпосередньо до процесу консультування. Природно припустити, що спочатку необхідно, щоб клієнт розповів про себе й свої проблеми. Цей хід настільки логічний, що часто клієнти самі починають розповідь про себе без спеціального запрошення, іноді настільки квапляючись, що забувають представитися. У такій

ситуації краще перервати співрозмовника й запропонувати спочатку познайомитися, хоча б для того, щоб він трохи відійшов від заготовленої заздалегідь розповіді, оглянувся, більше налаштувався на спільну роботу з консультантом, а не на монолог.

Якщо клієнт мовчить, чекаючи, що скаже консультант, йому можна допомогти почати розповідь про себе репліками на зразок: "Слухаю Вас уважно" або "Розповідайте, що Вас сюди привело". Коли клієнт виражає невпевність, про що і як варто говорити, з чого почати, можна додати: "Розповідайте те, що вважаєте важливим самі, а якщо про щось потрібно довідатися мені, я Вас сам запитаю, коли раптом у цьому виникне необхідність". Іноді клієнта можна спеціально заспокоїти: "Не кваптеся, часу у Вас досить".

Із самого початку бесіди не варто забувати про те, що консультативний вплив — це насамперед вплив через слово: одне неточне формулювання або репліка — і клієнт надовго може бути вибитий *з* колії, образитися на консультанта, замкнутися, відчути себе непевно й самотньо. І тоді психологові доведеться витратити багато часу на виправлення ситуації й відновлення контакту.

До таких невдалих слів, що, на жаль, часто зустрічаються в мові консультанта, належить, наприклад, слово "проблема". Вживання цього слова на початку бесіди до того, як його стосовно себе застосував сам клієнт, може викликати негативну реакцію. "Проблема" може пролунати для людини як вирок або діагноз, у той час як він може зовсім інакше оцінювати свою ситуацію.

Інша помилка, що часто зустрічається в консультантів-початківців, — зайва фіксація уваги клієнта на особливостях ситуації консультування репліками на кшталт "Не бійтеся", "Не напружуйтеся", "Навіть якщо Вам буде соромно говорити про щось, Ви...". У якій би формі подібні репліки не пролунали, з них випливає, що тут можна чогось боятися, у зв'язку з чимось напружуватися й т. п.

Іноді здається, що всі застереження, пов'язані з початком бесіди, зайві: раз клієнт прийшов до психолога, нікуди він від нього вже не подінеться. Але це зовсім не так. Можна з ввічливості "відсидіти" свій час, але чи буде від цього користь? Успішно встановити контакт із клієнтом, правильно організувати бесіду із самого початку — це означає значною мірою забезпечити гарантію ефективності консультування. Несформований контакт із людиною або питання, не вирішені на початку бесіди, можуть стати перешкодою в розвитку бесіди саме тоді, коли це буде особливо недоречно. Найчастіше саме вони є благодатним ґрунтом для формування опору клієнта психологічному впливові, що може проявитися як небажання продовжувати бесіду, у претензіях до консультанта, у відчутті безглуздості того, що відбувається й т. п.

Опір консультуванню — явище, розповсюджене на початку бесіди, коли клієнт, уже зайшовши в кабінет психолога, усе ще вагається, чи варто було йому сюди приходити, чи ні. Так, наприклад, виявившись віч-на-віч із консультантом, він може почати виражати сумніви з приводу того, влаштовує консультант його чи ні за віком, статтю, професійним досвідом і т. п. Що можна зробити в такій ситуації? Насамперед, не варто занадто сильно наполягати на тому, що раз клієнт потрапив саме до Вас, то і працювати він має саме з Вами. Найкраще запропонувати продовжувати бесіду, пообіцявши, що якщо в людини дійсно виникне в цьому необхідність, він зможе звернутися до іншого фахівця. Обговорюючи це з клієнтом, можна залучити і деякі аргументи: "Практична психологія — це наука, тому мої особисті особливості не мають великого значення. Набагато важливішою є професійна кваліфікація, яку Ви зможете оцінити, лише почавши працювати зі мною".

Буває, що людина, яка звернулася за допомогою, починає розмову із загальних тем і питань, що особисто до неї не мають ніякого стосунку: скажімо, чому зараз так багато розлучень; як впливають особливості сучасної ситуації в країні на взаємини між людьми й т. ц. Звичайно, цілком ігнорувати запитання клієнта не варто, але інтерес до "долі буття" практично ніколи не буває підставою для звернення до консультанта за консультацією. До того ж

час консультанта обмежений, а розмова на загальні теми може "з'їсти" коштовні хвилини, яких, коли людина почне говорити про себе, не вистачить (звинувачувати ж у цьому можна лише консультанта, а не клієнта).

Необхідно пам'ятати, що подібна дискусія найчастіше являє собою один із проявів опору, страху перед початком бесіди і її можливих наслідків, тому краще скористатися зручним випадком і допомогти клієнтові перебороти цю ситуацію, поставивши запитання; "А чому Вас хвилюють ці питання, що привело сюди особисто Вас?". Від прямої відповіді клієнт може ухилитися, але психологові варто зробити таку спробу, і чим раніше це відбудеться, тим легше буде для обох змінити тему обговорення.

Трапляється, що людина, яка прийшла в консультацію, просить консультанта допомогти не лише їй самій, а й комусь іще. її запит може бути, наприклад, таким: "Запросіть сюди мою дружину (чоловіка), дочку (сина), він (вона) не хоче йти сам (-а), а йому (їй) потрібна допомога". Ситуація може дійти до курйозу, коли клієнт починає просити довідку на підтвердження діагнозу для когось із родичів, лист до суду й т. п. у таких ситуаціях психологові слід виявити твердість: він працює лише з тими, хто безпосередньо звертається за допомогою і хто готовий обговорювати й аналізувати свою життєву ситуацію з погляду власної відповідальності за неї. Телефонувати, запрошувати в консультацію, писати листи й т. п. — це значить втручатися в приватне життя людей, знаючи про них досить мало й не уявляючи, що думає про це інша сторона. При цьому варто намагатися зорієнтувати на роботу того, хто вже прийшов у консультацію, нагадавши, що в будь-якому конфлікті є дві сторони, і навіть якщо вплив однієї з них на те, як розгортаються події, на перший погляд, незначний, він, без сумніву, існує. Вступаючи в таку дискусію, не слід забувати, що спроба приписати власні проблеми іншому є класичною формою опору.

Про форми й типи опору можна говорити ще дуже багато, але реально навчитися працювати з ними непросто, і краще, якщо поруч є хтось, хто може дати гарну пораду або показати ефективні способи роботи на практиці.

Одна з найважливіших умов ефективної роботи психолога — успішний контакт із клієнтом. Гарантія такого контакту — професійне володіння не лише вербальними технічними засобами, а й такими найважливішими невербальними параметрами, як тон, контакт очей, паузи й т. п.

Вербальний контакт. Засоби підтримки вербального контакту досить умовно можна поділити на прямі й непрямі. До першої групи зарахуємо всі ті форми звернення консультанта до людини, яка прийшла на прийом, спрямовані на встановлення з нею довірливих і відвертих стосунків — підбадьорювання, похвалу, вираження підтримки й т. п. Необхідність використання таких форм звернення з боку консультанта виникає в різних випадках: на початку бесіди, щоб налагодити контакт і зняти напругу; у ситуації, коли обговорюються занадто важливі або педантичні питання; коли клієнт розчарований або плаче.

Буває, що людині необхідно почути, що вона не гірша за інших; відчути підтримку й розуміння з боку консультанта; їй потрібна настанова сприймати свої проблеми не як щось ганебне й виняткове, а як тимчасову невдачу, що трапляється і в житті інших людей. У таких ситуаціях психологові варто використати репліки на зразок: "Подібні проблеми нерідко виникають у батьків підлітків" або "Немає нічого дивного в тому, що Вам із чоловіком так важко знайти спільну мову, подружнє життя — це дійсно мистецтво", або "Не варто переживати, я думаю, що справу ще можна залагодити". Допомогти консультантові під час бесіди може і відкрито виражена похвала, наприклад: "Не всякий би витримав таке" або "Ви дійсно добре розбираєтеся в людях, якщо так тонко розумієте, чому вона так вчинила". Подібні висловлювання часто дають самостійний психологічний ефект, сприяючи формуванню в клієнта позитивної Я-концепції.

Одним із найважливіших напрямів вербальних засобів, спрямованих на підтримку контакту, є використання імені клієнта. Саме згадування імені людини зазвичай працює на контакт із нею: репліки на зразок "Ну що, Вікторе Павловичу", "Звичайно, Олено" сприяють виникненню в клієнта відчуття, що

консультант орієнтований на нього, слухає його з повагою і розумінням. У найбільш складні моменти прийому, коли клієнта необхідно зупинити або перебити, допомогти сформулювати важливу думку й т. п., звернення консультанта до клієнта по імені забезпечує уважне ставлення до його слів, більш довірливий і відвертий рівень бесіди.

Найбільш традиційна форма підтримки вербального контакту в бесіді — це вираження згоди й схвалення, які консультант висловлює, уважно слухаючи клієнта. Не так важливо, у якій формі й у який момент пролунає схвалення, але сам факт, що психолог не мовчить, а киває, підбадьорює, погоджується — "так", "звичайно" — сприяють виникненню в співрозмовника відчуття, що його уважно слухають і розуміють. Консультантові не слід нехтувати цими засобами, навіть якщо йому хочеться по можливості зберегти нейтральність власної позиції і не формулювати передчасних суджень. Згода, висловлена під час монологу клієнта, аж ніяк не виключає того, що в консультанта може бути власна думка або ставлення до розповіді.

Невербальний контакт. Про невербальний контакт і його значення як у процесі психотерапії, так і для забезпечення ефективності міжособистісного спілкування, написано дуже багато (Петровская Л. А., 1982; Атватер Н., 1988, Мицич П., 1984). Пов'язано це не лише з тим, що те саме слово, сказане по-різному, дає різний ефект. Невербальні реакції меншою мірою, ніж вербальні, перебувають під свідомим контролем людини. Тут консультант-початківець може легко припуститися помилки, не "прослідкувати" за собою, і тоді мимовільна гримаса роздратування або втома, сприйнята клієнтом на свій рахунок, може негативно позначитися на подальшому ході бесіди. Не випадково існують спеціальні форми навчання психологів за допомогою відеозапису, спрямовані на оволодіння мімікою, контроль за власним виразом обличчя.

Можна виділити кілька сфер невербального контакту, яким консультант має приділяти спеціальну увагу під час бесіди:

1. **Контакт очей**. У повсякденному житті люди рідко дивляться в очі один

одному, скоріше навіть уникають цього як небажаного втручання в приватне життя. Консультантові також не слід нав'язувати клієнтові погляд в очі, хоча для клієнта іноді буває важливо заглянути в пси холога для того, щоб перевірити, наскільки уважно його слухають, чи не сміються, чи не засуджують.

Проте консультантові під час бесіди варто дивитися на клієнта, а не вбік, оскільки інакше в співрозмовника може виникнути відчуття, що його погано й неуважно слухають. Оптимальне просторове розташування під час бесіди — консультант і клієнт сидять під кутом один до одного, трохи навскоси — якнайкраще сприяє тому, що вони знаходяться в полі зору один одного, але клієнт має можливість дивитися вбік, не відводячи спеціально очей і не нав'язуючи себе співрозмовникові.

2. **Вираз обличчя**. Професіоналові слід стежити за виразом свого обличчя. Найкраще, якщо на обличчі можна прочитати доброзичливу увагу. Але тим, хто лише починає працювати, варто спеціально поспостерігати за собою перед дзеркалом, обрати той вираз, що найбільшою мірою підходить до ситуації консультування, відчути його на своєму обличчі.

Буває, що в процесі бесіди психолог відчуває розгубленість, не знає, що робити далі, що сказати. Особливо часто це виникає в ситуаціях, коли клієнт плаче, охоплений якимись сильними емоціями або агресивно сперечається з консультантом. Незалежно від ситуації вираз обличчя й голос не повинні видавати розгубленості й сум'яття. Вираз спокою й впевненості на обличчі професіонала само собою має психологічний ефект, створюючи відчуття, що все нормально, нічого страшного або надзвичайного не відбувається, із усім цим можна впоратися.

3. Поза тіла. Природно, що поза консультанта не повинна бути напруженою або закритою. Відчуття напруженості може виникнути, якщо консультант буде сидіти на краєчку стільця або якщо його руки будуть із напругою стискати поручні крісла, або просто в тому, як він сидить, буде щось незвичне або неприродне. Закритість пози традиційно пов'язується зі

схрещеними руками або ногами. Відчуття відстороненості психолога може виникнути, якщо він занадто далеко відкидається в кріслі або відсовується від клієнта. Але не слід і занадто близько наближатися до співрозмовника або сидіти в кріслі, нахилившись прямо вперед, — така поза може викликати відчуття тиску й порушення особистісного простору.

Консультант і клієнт перебувають під час бесіди в своєрідному тілесному контакті, використання якого може також підвищити ефективність консультативного процесу. Зазвичай це виражається в тому, що під час активної участі в розмові клієнт, не усвідомлюючи цього, починає дзеркально відбивати позу й поведінку консультанта. Так, якщо психолог напружений, відчуття напруги й непевності передається і співрозмовникові, що неусвідомлено приймає позу, аналогічну позі консультанта. У такому контакті немає нічого протиприродного: усі ми не раз спостерігали подібні ефекти зараження, коли, наприклад, хтось починає кашляти або чхати, а оточуючі негайно починають робити те ж саме. Наявність такого контакту створює величезні можливості для консультанта, який може спробувати побічно вплинути на клієнта, розслабившись і зайнявши підкреслено більш зручну позу у випадку, якщо клієнт занадто закритий або напружений. Мимоволі співрозмовник швидше за все тією чи іншою мірою намагатиметься повторити її. Зміна позиції тіла, як правило, спричинює і зміну психологічного стану (корекція психологічних станів через вплив на тіло є змістом одного із сучасних напрямів психотерапії, що дістав назву "тілесно орієнтована терапія" (Lowen A., 1967).

4. **Тон і гучність голосу**. Реакція клієнта на те, що говорить психолог, значною мірою залежить від того, яким тоном з ним розмовляють. Тон консультанта має бути не просто доброзичливим — він має відповідати змісту того про що говориться. Для того, хто не впевнений у тому, наскільки добре він почуває й контролює свій тон, має сенс спеціально потренуватися з партнером, який може дати точний зворотний зв'язок. Подібні вправи широко застосовуються в рамках тренінгу сенситивності (Рудестам К., 1990,

Петровская Л. А., 1982).

Не варто говорити з клієнтом і занадто голосно. Скоріше, навпаки, приглушений голос більшою мірою сприяє виникненню в співрозмовника відчуття довіри, інтимності. Цікаво, що варіювання сили голосу й темпу мови консультанта точно так само, як і у випадку зі змінами пози тіла, можуть призвести до зміни стану клієнта. Як правило, гучність голосу й темп мови в консультанта й клієнта збігаються; якщо ж останній занадто збуджений, це відразу відбивається на тому, як він говорить. У більш збудженому стані люди говорять голосніше й швидше. Консультант може трохи остудити клієнта, почавши говорити повільніше й тихіше, що швидше за все призведе до того, що клієнт намагатиметься пристосуватися, нормалізувавши в такий спосіб свій психологічний стан.

5. Використання паузи. Використання паузи як засобу психотерапії важко переоцінити. Про значення паузи для роботи з клієнтами багато писав К. Роджерс, підкреслюючи, що вміння витримувати паузу є однією з найважливіших професійних навичок практика (Rogers C, 1971).

Витримуючи паузи, психолог дає можливість говорити клієнтові, стимулює монолог. Наявність пауз у бесіді створює відчуття неквапливості, продуманості того, що відбувається, тому не слід занадто поспішати задавати питання або коментувати те, що говорить клієнт. Пауза підкреслює значущість сказаного, необхідність осмислити й зрозуміти його. Консультантові варто витримувати паузу практично після будь-якого висловлювання клієнта, крім тих, котрі безпосередньо містять запитання. Пауза дає можливість доповнити вже сказане, виправити, уточнити його. Крім того, завдяки паузі можна уникнути ситуації, що, на жаль, нерідко виникає в процесі консультування, коли клієнт і консультант починають конкурувати один з одним, боротися за право вставити слово, щось сказати. Можливість говорити повинна надаватися насамперед клієнтові, і тоді в той момент, коли настане черга говорити психологові, його будуть слухати особливо уважно.

Говорячи про психологічному паузу, не можна не згадати про спеціальні

випадки її застосування, коли психолог практично весь час мовчить, провокуючи пацієнта на монолог. Так, як це є, наприклад, у психоаналізі, де важливо, щоб усе, що говорилося, було б більшою мірою пов'язано з глибинними почуттями й переживаннями пацієнта, а не було реакцією на запитання й коментарі професіонала. Як правило, подібне використання паузи дає змогу заглибитися в несвідоме, але таке завдання не відповідає меті консультування, у якому часові рамки й запити клієнта жорстко обмежені. Це значить, що пауза консультанта не повинна бути надто тривалою. Адже, як відомо, із досвіду групової психотерапії, надмірна пауза провокує агресію, спрямовану на ведучого.

Час паузи сприймається в бесіді по-особливому, і хвилинна пауза буде здаватися "вічністю". Для нормальної паузи цілком достатньо 30-40 секунд.

Гіпотези в психологічному консультуванні. Кожна гіпотеза — це спроба консультанта зрозуміти ситуацію клієнта. При цьому опитування, що ж насправді відбувається, у чому проявляються справжні складності в стосунках між клієнтами та оточуючими, є абсолютно безглуздими. Об'єктивність у людських стосунках — річ досить відносна. Кожен учасник сприймає те, що відбувається, під своїм кутом зору, спирається на свій життєвий досвід, власні потреби, інтереси й т. п. І горезвісна третя сторона, якій зазвичай відводиться роль судді, також не є безсторонньою: у кожного є свої погляди на життя й принципи, і навіть у тих, хто заради істини намагається на якийсь час звільнитися від них, не вдається втекти від самого себе.

Але якщо консультант — не суддя — і не займається об'єктивним аналізом ситуації, на чому ж ґрунтується психологічний вплив?

Вище вже йшлося про те, що одне з найважливіших завдань психологічного консультування полягає в тому, щоб, показавши клієнтові, що його позиція неконструктивна й у чому саме вона неконструктивна, допомогти йому обміркувати конструктивнішу позицію у своїй життєвій ситуації, а потому реалізувати її в житті. Гіпотези в психологічному консультуванні — це, власне кажучи, варіанти конструктивних позицій у

ситуації, імовірні способи переорієнтації клієнта в його ставленні до своїх проблем.

Гіпотези консультанта ґрунтуються на тому, що розповідає клієнт про себе й свої проблеми. Але це лише база для їхньої побудови. Недосвідчений або непрофесійний консультант на кожнім прийомі будує свої гіпотези заново, не маючи нічого про запас. Але для професіонала, добре знайомого з різними теоретичними й практичними розробками в галузі консультування й психотерапії, розповідь клієнта являє собою набір поведінкових патернів, що підлягають інтерпретації з погляду тієї або іншої концепції.

Концептуальне бачення того, про що говорить клієнт, значно полегшує роботу, дає змогу краще інтерпретувати матеріал, швидше знаходити те, що може допомогти у сформованій ситуації, оперувати великою кількістю ідей у розумінні ситуації, що склалася. А чим більше ідей виникає в консультанта в гіпотезі з приводу тих або інших висловлювань клієнта, тим більше він професійно оснащений, тим легше йому працювати. Але професіонал повинен уміти не лише осмислювати те, що говорить клієнт, а й передавати, формулювати своє бачення ситуації таким чином, щоб людина, яка звернулася за допомогою, зуміла й прийняла його. Гіпотеза, яку вербально виразив консультант, є інтерпретацією. Інтерпретація — наріжний камінь психотерапії, поворотний момент процесу консультування.

Уперше почавши писати із цього питання, 3. Фрейд навряд чи міг уявити собі, скільки книг і журналів надалі буде присвячено впливові інтерпретації на клієнта. У підручниках і публікаціях з консультування й психотерапії гіпотезам і можливостям їхнього вербального вира-тобто інтерпретаціям, надається особлива увага, широко практикуються різні спеціальні тренінги й обговорення, що дають змогу психологам навчитися висувати гіпотези й вербально формулювати їх, наводяться численні дослідження, спрямовані на прояснення того, коли, що і як найкраще говорити клієнтові.

Одна з важливих відмінностей між психологічним і лікарським прийомами полягає в тому, що в медицині діагноз ставить одна людина —

лікар — і повідомляє його іншому — пацієнтові. Консультант же здійснює вибір більш конструктивної позиції разом із клієнтом. Описуваний процес можна пояснити такою метафорою: гіпотези й інтерпретації консультанта й погляд на проблему, що в підсумку приймається клієнтом, відрізняються як сукні-напівфабрикати стандартного розміру й сукні з тієї ж тканини і того ж фасону, але спеціально пошиті для даної людини. Прийнята клієнтом гіпотеза обростає безліччю значимих і характерних лише для неї фактів і переживань, тобто вона максимально індивідуалізується.

Перш ніж давати інтерпретацію й намагатися змінити уявлення клієнта про те, що відбувається, консультант має спочатку сам для себе досить однозначно сформулювати, що ж відбувається в житті клієнта, тобто, перевіряючи свої гіпотези, він має зупинитися на одній, найбільш прийнятній для людини в конкретній ситуації. Перевірка гіпотез є основним змістом роботи консультанта на наступному етапі бесіди.

Друга фаза — **розпитування клієнта**. Якщо в першій фазі розпитування консультант ставив широкі питання, що провокують клієнта на монолог, то в другій фазі характер запитань принципово змінюється. Формулювання стають більш тонкими, спрямованими на уточнення ідей, що виникли в консультанта. Це вже запитання, власне кажучи, на кшталт: "Скільки разів на тиждень він повертається після дванадцяти?", "Коли саме у Вас уперше виникло відчуття, що вона нездорова?". Консультантові слід намагатися, щоб відповіді клієнта відповідали характерові запитань, що ставляться, тобто щоб вони були точними й конкретними. Формулювання на зразок "часто" або "давно" тут неприйнятні. Для когось часто — це раз у тиждень, для когось — щодня. Чим точніша відповідь клієнта, тим легше розглянути ситуацію об'єктивно, а не лише з погляду того, як звик сприймати свою ситуацію клієнт, а й під кутом зору гіпотез та інтерпретацій, що виникли в консультанта.

Основний і, мабуть, найбільші надійний для консультанта підхід до роботи на другому етапі розпитування — це аналіз конкретних ситуацій із життя клієнта, що наочно демонструє його стосунки з людьми, поведінку в

проблемних ситуаціях, особливості обраних патернів взаємодії. Робота з конкретними ситуаціями для консультанта — один із найбільш надійних способів перевірити свої гіпотези. Добре відомо, що чим докладніше людина говорить про що-небудь, чим більше конкретних деталей у розповіді, тим менший відбиток суб'єктивності й однобічності і більше можливостей для розуміння консультантом тих аспектів реальності, які оповідач не сприймає або не помічає. Дрібні деталі ситуації важче придумати або спотворити, і вони стають своєрідними фільтрами, через які проходить неусвідомлювана або недооцінювана клієнтом інформація. Але що ж це таке — повна, докладна розповідь про конкретну ситуацію, які основні вимоги до неї?

У докладній розповіді повинно бути відбито, коли саме й у зв'язку з чим виникла описувана ситуація, де саме це ' відбувалося, хто брав у ній участь, що конкретно говорили й зробили клієнт та інші дійові особи, що він думав і почував у той час, коли розгорталися події, що, з погляду клієнта, у цей час думали й почували інші учасники ситуації, чим ця ситуація закінчилася, які вона мала наслідки й на що вплинула.

Уявімо собі, що мова на прийомі в психолога зайшла про сімейний конфлікт, і розповідає про нього дружина. Для того, щоб її розповідь могла розглядатися як конкретна ситуація, клієнтка повинна повідомити про те, що кожний — чоловік, жінка — робив перед початком суперечки; як вона проходила; коли саме клієнтка відчула, що завелася й у зв'язку з чим; через що, з її точки зору, це почуття виникло; що говорила вона сама й що відповідав їй чоловік; чим була викликана суперечка з його точки зору (за припущенням клієнтки); як і у зв'язку з чим суперечку було припинено, як розгорталися події далі; чи довго стосунки були напруженими; які наслідки мала ця суперечка для їхніх стосунків.

Тільки, почувши таку повну розповідь, консультант може підтвердити або спростувати гіпотезу, наприклад, про те, що дружина сама перша провокує конфлікти, для того щоб використовувати їх потім як засіб тиску на чоловіка, видаючи себе за жертву. Самостійна розповідь клієнтів ніколи не буває

настільки повною, щоб відразу ж задовольнити психолога, і, як правило, слідом за описом ситуації необхідне докладне розпитування.

Як свідчить практика, клієнту не завжди легко відповісти на запитання, які ставить психолог. Часто доводиться витратити досить багато зусиль на те, щоб відповіді були докладними й описували реальні почуття й переживання, а не були б міркуваннями на задану тему. Якщо на першому етапі розпитування позицію психолога можна охарактеризувати як пасивну, то тут вона стає максимально активною; консультант пропонує альтернативи, ставить запитання, що деталізують розповідь про події, стимулюючи, по можливості, пам'ять клієнта. Буває, що клієнт вважає, що зовсім забув якісь моменти. У такій ситуації психологові варто підбадьорити його: "Згадайте хоч що-небудь", "Не біда, якщо це трохи не відповідає тому, що було насправді, але Ви ж можете, знаючи своє життя, максимально повно уявити, як це могло бути".

Найскладніше для клієнта в такій розповіді — опис власних переживань і почуттів інших людей. Саме почуття й переживання повинні насамперед цікавити консультанта, оскільки вони зазвичай глибше відбивають дійсність, більше говорять про погано усвідомлювані, часто приховані від самого клієнта бажання й конфлікти, що лежать в основі його проблем. Більшість людей мало прислухаються до себе, не вміють аналізувати свої переживання. Консультант повинен, наприклад, пропонувати різні альтернативи, підбадьорювати: "Так Ви розлютилися чи злякалися, почувши це?", "Спробуйте описати свої почуття. Адже навіть якщо Ви не звернули на це особливої уваги, усе-таки нічого не почувати в той момент Ви просто не могли. У житті людини завжди є не лише думки, а й почуття".

Особливо часто доводиться чути від клієнтів: "Важко відповісти", коли йдеться про переживання й стан інших. У цій ситуації клієнта можна запевнити, що консультантові досить припущень. І це дійсно так, оскільки особливості переживань і поведінка інших людей психологові необхідні насамперед для того, щоб зрозуміти, як їх сприймає й оцінює клієнт.

Для того, щоб гіпотеза консультанта підтвердилася або була спростована,

обговорення однієї конкретної ситуації недостатньо; необхідно розглянути хоча б два-три таких приклади. І лише в тому випадку, коли у всіх обговорюваних ситуаціях простежується той самий патерн поведінки, переживання, можна вважати, що гіпотеза консультанта підтвердилася або її було спростовано.

Чи існують певні принципи для добору ситуацій, про які варто розпитувати клієнта? Адже кожна розповідь вимагає часу й напруженої роботи, отже, вибір консультанта усвідомлено не може бути випадковим:

1. Обрані ситуації повинні бути тісно пов'язані зі змістом основних скарг клієнта, із тими моментами міжособистісних стосунків, що є складними, проблемними.
2. Обговорювані ситуації повинні бути типовими — такими, що часто трапляються в житті клієнта, щоб за ними можна було зробити висновок про особливості взаємин у цілому.
3. Бажано, щоб ці ситуації були досить розгорнутими, описували цілісні патерни взаємодії, тобто негативні, позитивні й нейтральні характеристики стосунків. Так, скарги матері на те, що її дочка не піклується про порядок у квартирі і зазвичай розкидає всюди свої речі, не може бути прикладом конкретної ситуації. Для розгляду можна взяти розмову матері й дочки, що починається з того моменту, коли мати, прийшовши додому, бачить, що книги й одяг розкидано; вона починає сердитися на дочку, почуває образу і, підійшовши до неї, говорить: "Знову все по-старому". Умілий професіонал легко може розгорнути цю ситуацію далі, з'ясовуючи, за що конкретно вона образилася на дочку, що та їй відповіла й подумала й т. п.

Найчастіше буває, що після того, як дві-три такі конкретні ситуації обговорено, консультант може з упевненістю сказати, яка з гіпотез виявилася найбільш прийнятною; яка саме поведінка клієнта призводить до того, що в його житті виникають проблеми; як можна йому допомогти ставитися до того, що відбувається, по-іншому й відповідно поводитися. Це означає, що можна

переходити до наступної фази консультативної бесіди — здійснення психокорекційного впливу, інтерпретації того, що відбувається.

Психокорекційний вплив. Багато труднощів консультантів-початківців пов'язано саме із цим етапом бесіди. Часом молодий фахівець уже досить добре уявляє собі, що і як чинить клієнт, створюючи власні проблеми, але як показати йому це — не знає. Цей етап дійсно можна вважати найбільш важким, оскільки вплив, що здійснюється, не повинен і не може мати форму просто поради або рекомендації.

У чому саме полягає психокорекційний вплив, із чим пов'язана його ефективність, можна говорити дуже довго. Різні школи психотерапії і їхні автори підкреслюють значення різних факторів у процесі здійснення психокорекційного впливу. Важлива роль визнається і за катарсисом, і за зміною особистісних структур, і за придбанням змісту й т. п. Але в кінцевому підсумку ефект психокорекційного впливу — це таємниця, зрозуміти яку до кінця неможливо (а, може, і не варто).

Які все-таки можливості для здійснення психокорекційного впливу, чи існують які-небудь технічні прийоми, використання яких у діалозі може сприяти вирішенню цього завдання? Мабуть, найпростіший спосіб впливу, ефективний тоді, коли бесіду добре організовано й логічно вибудувано, коли консультант повністю використав можливості для аналізу конкретних ситуацій, — це акцентування суперечностей у розповіді клієнта, переформулювання й переструктурування оточуючої його реальності за допомогою коментарів на зразок: "На початку нашої бесіди Ви скаржилися на те, що чоловік часто конфліктує з Вами, але тільки що розповіли про декілька ситуацій, у яких Ви самі були ініціатором конфліктів, а чоловік не лише не намагався звинуватити Вас у чомусь, а, навпаки, шукав шляхи до примирення. Що Ви думаєте із цього приводу?" Оскільки під час прийому активно працює не лише консультант, а й клієнт, по-новому осмислюючи своє життя, то навіть такого незначного поштовху може бути досить для того, щоб клієнт по-іншому побачив те, що відбувається. Формулюючи таке висловлювання, не

намагаючись відкрити якісь нові "глибини істини", консультант проте пропонує інше, незвичне для клієнта бачення його життєвої ситуації. Дружина з жертви перетворюється на переслідувача, а чоловік уже не є підступним і безжалісним, яким його на початку прийому змальовувала клієнтка. Завдяки цьому прикладу добре видно, як гіпотеза консультанта про реальне співвідношення сил у родині перетворюється на запропоновану клієнтові інтерпретацію.

Навіть якщо відповідь клієнта дійсно свідчить про нове бачення ситуації, це зовсім не означає, що робота психолога закінчена. Звичайно, це всього лише начерк, перший крок, і для того, щоб зміни набули стійких обрисів, необхідна подальша робота фахівця. Завдання консультанта на цьому етапі полягає в тому, щоб ще раз уважно проаналізувати особливості поведінки клієнта, що є основою проблем, не упустивши при цьому основного питання: чого саме прагне домогтися клієнт своєю поведінкою, які його потреби задовольняються завдяки конфлікту. Будь-яка неадекватна невротична поведінка завжди на якомусь етапі є вигідною для клієнта, оскільки тим або іншим способом він задовольняє ті неусвідомлювані потреби, які з якихось причин неможливо задовольнити інакше. Вигідність симптому є одним з основних принципів сучасної психотерапії. Про це написано багато книг і посібників, це положення докладно обговорюється з погляду різних теоретичних напрямків та орієнтацій. Ми не будемо тут спеціально зупинятися на цьому, оскільки в даній роботі для нас більш важливими є не теоретичні, а технічні аспекти консультування. Тим же, хто недостатньо добре розуміє цю аксіому психотерапії, порекомендуємо ознайомитися з наявною літературою.

Завдання психокорекційного впливу можна вважати реалізованими тільки в тому випадку, коли не лише у свідомості консультанта, а й у свідомості клієнта вибудовано своєрідний ланцюжок подій. Почуття або переживання клієнта, що існують тривалий період або періодично виникають у зв'язку з логікою розвитку стосунків, які стимулюють його до того, щоб домагатися досягнення своєї мети й потреб (любові, влади, розуміння й т. п.), —

неадекватні засоби, що обираються для реалізації цієї мети, так як призводять до складності у взаєминах — негативної реакції партнера, що часто посилює проблеми клієнта.

Як правило, на етапі психокорекційного впливу клієнт досить добре уявляє собі, як його поведінка й способи реагування спричинюють до дестабілізації взаємин. Але чи існують позитивні варіанти поведінки в подібних ситуаціях і які вони, вирішити йому самостійно буває важко. Велику допомогу в цьому може надати консультант, але, природно, не пропонуючи конкретні поради й рекомендації. Лише сама людина може зрозуміти й оцінити, що насправді може спрацювати. Роль психолога у вирішенні цього завдання полягає насамперед у тому, щоб допомогти клієнтові сформулювати можливі альтернативи поведінки, а потому, критично оцінюючи них, вибрати найбільш прийнятний варіант.

У різних психологічних школах і підходах істотно розмежовуються уявлення про те, що і як має робити професіонал для того, щоб обставини клієнта дійсно змінилися. Так, наприклад, у системній сімейній терапії клієнтам будуть даватися розгорнуті розпорядження стосовно того, що і як їм необхідно робити; у психоаналізі ж, навпаки, психолог ніколи не наполягатиме на тому, що поведінка пацієнта повинна змінитися, поки пацієнт сам не почне розповідати про зміни, які вже відбуваються в його житті. Однак подібна варіативність — особливість психотерапії; короткострокове ж консультування в цьому плані більш однозначне: клієнтові потрібно допомогти якось змінити свою ситуацію, але при цьому не варто прагнути до якихось значних результатів; насамперед слід виходити насамперед з того, наскільки готовий до змін сам клієнт.

Обговорення можливостей інших варіантів поведінки й реагування можна почати із запитань на зразок: "Як Вам здається, а чи можна було б поводитися в цій ситуації якось по-іншому?" або "Але якщо Ви просто будете висловлювати свої претензії, це буде виглядати майже так само, як Ви поводитеся зараз?". Мета консультанта при цьому — допомогти клієнтові сформулювати

якомога більше можливих варіантів поведінки, а потому, уважно аналізуючи їх, вибрати те, що є найбільш прийнятним для даної людини в її ситуації. Чим конкретнішим буде варіант позитивного реагування клієнта, тим більше шансів, що він дійсно змінить свою поведінку й ставлення до ситуації.

На жаль, таке ретельне опрацювання позитивних варіантів поведінки відбувається не так часто. Для цього або бракує часу на прийомі, або сама по собі можливість іншого ставлення до сформованої ситуації для клієнта настільки нова й незвична, що вимагає тривалого осмислення й звикання до неї. У цьому випадку не варто наполягати на негайному опрацюванні позитивних поведінкових патернів. Дану тему можна запропонувати як матеріал для наступної зустрічі, про бажаність якої у цьому випадку варто спеціально сказати. Звичайно, часто через різні причини людині доводиться самій обмірковувати й вирішувати, як їй бути далі. Але навіть відпускаючи клієнта для такого самостійного осмислення, консультантові варто наголосити, що реальні зміни необхідні, розуміння себе й ситуації без прояву цього зовні може не дати бажаних змін у стосунках.

Процес впливу не завжди відбувається без ускладнень. Іноді для того, щоб після консультування людина хоча б у чомусь змінила своє ставлення до власної життєвої ситуації, необхідні додаткові засоби, більш активна й наполеглива позиція психолога. Один із таких прийомів — спроба розширити сприйняття ситуації клієнтом, якому пропонують глянути на те, що відбувається з позиції інших учасників ситуації й оцінити події очима власної поведінки: "Ви щодня намагаєтеся прискіпатися від чоловіка, нагадуючи йому про його сімейні обов'язки. Як Ви вважаєте, а як він ставиться до цих Ваших спроб, як сприймає й оцінює Вашу поведінку?".

Буває, що клієнтові важко уявити собі позицію іншої людини, власна поведінка здається йому настільки однозначною, що реакції і вчинки іншого сприймаються як дивні й незрозумілі, а необхідність зміни власної поведінки здається неочевидною. Тоді, реалізуючи психокорекційний вплив, психолог може зайняти активнішу позицію. Так, консультант може запитати: "Як Ви

вважаєте, якби Вам нагадували про щось так часто й робили це в абсолютно неприйнятних для Вас ситуаціях, як би Ви до цього поставилися, якою була б Ваша реакція?". Або ще більш жорстко (але тоді те, що говорить консультант, повинно бути очевидним): "Ви, напевно, знаєте про те, що підлітки дуже вразливі, для них дуже важливо почуватися самостійними. Те, що робите Ви стосовно свого сина, очевидно обмежує його, зайвий раз нагадує йому, що він залежить від Вас, і тому навряд чи може сприяти налагодженню Ваших стосунків з ним". Звичайно, такого роду заяви консультанта не викликають різкої відсічі, а скоріше натикаються на захисну реакцію на зразок: "Ну, а як інакше можна з ним поводитися?". Така реакція — уже крок до дискусії, свідчення готовності до певних змін. Відповідь психолога на це питання значною мірою залежить від проблем клієнта і його життєвої ситуації, але головне, щоб консультант не боявся сумнівів й заперечень з боку співрозмовника.

Отже, психокорекційний вплив — це насамперед спроба змінити ставлення клієнта до себе, до власної поведінки, і лише як наслідок цієї зміни відбувається оптимізація життєвої ситуації, вирішення існуючих проблем.

Завершення бесіди. Здавалося б, що після, того, як психокорекційний вплив здійснено, бесіду можна завершити. Формально це, безперечно, так, але як у романі буває епілог, так і в бесіді необхідний ще один етап, упродовж якого психолог має здійснити цілий ряд заходів, без реалізації яких ефективність навіть найуспішнішого впливу може бути значно знижена. До переліку цих заходів можна віднести такі:

1) підведення підсумків бесіди (коротке узагальнення всіх прийомів, використаних протягом консультування);
2) обговорення питань, що стосуються подальших відносин клієнта з консультантом або іншими необхідними фахівцями;
3) прощання консультанта з клієнтом.

Зупинимося послідовно на кожному із цих пунктів:

1. У консультуванні важливо, щоб психолог і клієнт не просто прийшли до

якогось спільного висновку або рішення, а й те, як цього висновку або точки зору було досягнуто під час бесіди, тобто на яких конкретних фактах із життя клієнта вони базуються. Забування, нерозуміння клієнтом цього найважливішого моменту є одним з основних механізмів опору психологічному впливові, коли начебто чудову ідею або шлях зміни взаємин клієнт раптом починає сприймати як необґрунтоване рішення, яке виникло незрозуміло звідки. Буває також, що в самого клієнта після відвідування психолога виникає бажання обговорити з кимось те, що відбувається, поділитися новими ідеями й переживаннями, й отут виявляється, що замість докладної й логічної розповіді людина, що активно працювала під час прийому, з великими труднощами може згадати, про що взагалі йшлося на прийомі.

Таких проблем можна легко уникнути, якщо наприкінці бесіди консультант підведе її підсумки, узагальнить, про що і навіщо говорилося під час прийому, вибудує основну логіку сеансу. Переказ змісту бесіди має бути дійсно дуже коротким: клієнт не запам'ятає його й лише заплутається, якщо він буде довшим за три-чотири пропозиції. Важливо, щоб усе, що назвав консультант, справді обговорювалося під час прийому і саме в тих формулюваннях, що використовуються для підведення підсумку, інакше наприкінці прийому може раптом виникнути несподівана суперечка з клієнтом стосовно термінології.

Такий короткий переказ змісту бесіди може звучати, наприклад, у такий спосіб: "Наша з Вами сьогоднішня розмова була присвячена Вашим стосункам із донькою. Ми говорили про те, що Ваші конфлікти з нею в основному пов'язані з тим, що їй здається, начебто Ви постійно повчаєте її, хоча насправді Ви хочете показати їй, що турбуєтеся про неї, хочете допомогти порадою. У ході нашої розмови ми з Вами дійшли висновку, що якби Ви могли по-іншому виразити свої почуття, розповісти їй про свої тривоги й переживання. Ваші стосунки з нею, імовірно, змінилися б на краще. Ну, що ж, справа за Вами!".

Якщо в клієнта є запитання, якісь не висловлені вголос ідеї й міркування, то коротке підведення підсумків бесіди допоможе йому сформулювати їх, тому доцільно надати клієнтові можливість відреагувати на закінчення бесіди, витримавши хоча б деяку паузу після того, як підсумок буде підведено.

2. Переважна більшість клієнтів, що вперше звертаються за психологічною допомогою, орієнтовані на разове консультування (цей феномен характерний не лише для нашої країни, а розповсюджений практично всюди (Gaunt S. T., 1985). Безперечно, реально за одну консультативну годину можна зробити дуже мало, але, у всякому разі, можна спробувати прищепити людині смак до міркувань про себе й оточуючих людей, віру в те, що робота з професіоналом може дійсно допомогти у вирішенні особистих проблем. Якщо немає яких-небудь особливих підстав, консультантові не слід наполягати на наступних зустрічах — досить, щоб клієнт І знав про те, що можливість звернення до консультанта? існує; і навіть у тому випадку, коли серйозних проблем не має, завжди знайдеться щось, про що можна буде поговорити із психологом. Запрошення звертатися в разі потреби виглядає більш вагомо, якщо консультант назве клієнтові свої регулярні дні й години прийому (або якісь інші необхідні координати) і дасть зрозуміти, що певний крок у розвитку стосунків уже зроблено. Добре, якщо це твердження можна підтвердити чимось практично. Наприклад, пообіцявши, що тих, хто повторно звертається, записують позачергово (за іншу плату, в іншому місці й т. п.).

Таким чином, підсумкова репліка психолога може мати такий вигляд: "Я вважаю, що ми з Вами сьогодні непогано попрацювали. Якщо у Вас виникне бажання обговорити зі мною ще раз цю або будь-яку іншу ситуацію, я буду радий (-а) зустрітися з Вами знову. Я приймаю тут, як правило, по вівторках і четвергах у другій половині дня. Вас запишуть позачергово, якщо Ви скажете, що вже були в мене на прийомі".

Інколи під час прийому з'ясовується, що сам клієнт або хтось із його близьких потребують інформації стосовно одержання допомоги фахівців

іншого профілю. Після прийому в психологічній консультації найчастіше виникає потреба в допомозі спеціалістів конкретного профілю — в основному психіатрів та юристів. Оскільки консультанту регулярно доводиться рекомендувати звертатися до них, краще, якщо він не просто порадить клієнтові, до кого саме краще піти, а й назве адресу й години прийому. Ідеальний варіант — це співпраця психолога з такими фахівцями, можливість регулярно звертатися за допомогою і порадою, своє коло постійних клієнтів. Але навіть якщо це не так, інформація про те, де, хто, коли з фахівців приймає не лише прикрасить бесіду, а й підвищить імовірність того, що клієнт дійсно звернеться за зазначеною адресою (досить багато людей відчувають труднощі саме на етапі з'ясування того, де і що знаходиться, особливо в нашій країні, де одержання дріб'язкової довідки часто стає непростою справою).

Один із вдалих варіантів завершення першої бесіди — ухвалення рішення про те, що контакти клієнта з консультантом продовжаться й вони зустрінуться ще один або кілька разів. Як засвідчують дослідження, для того, щоб підвищити ймовірність повторного приходу клієнта й успішної роботи з ним, консультант повинен наприкінці першої зустрічі досить чітко сформулювати, які саме завдання будуть вирішуватися під час наступних зустрічей і скільки конкретно зустрічей для цього буде потрібно (Gaunt S. T., 1985). Надалі ця домовленість може змінюватися, але буде краще, якщо клієнт добре уявлятиме, що саме на нього чекає. Це допоможе йому працювати ефективно й цілеспрямовано, конструктивно будувати взаємини із психологом, не боячись потрапити в залежність від нього. Не варто відкладати в довгу шухляду й вирішення питання про те, коли саме відбудеться наступна зустріч. Про це не слід домовлятися додатково, оскільки після перерви або в очікуванні додаткової домовленості бажання прийти може згаснути. Краще, якщо відразу буде названо день і годину наступної зустрічі, зручні як для консультанта, так і для клієнта. Ефективність зустрічей може значно підвищитися, якщо постійно дотримуватися часу й місця їх проведення.

У випадку домовленості про повторну зустріч буде корисно обмінятися з

клієнтом телефонами. Життя сповнене випадків — хтось занедужав, хтось відправився в термінове відрядження й т. п. Можливість попередити партнера про це заздалегідь і не ставити його перед фактом відсутності на прийомі буде не зайвою для обох.

Необхідно окремо сказати про випадки, коли клієнт готовий і хоче працювати далі, але консультант із якихось причин не може його "взяти" — надовго їде кудись, занадто зайнятий і т. п. Не варто в цьому випадку відкладати роботу з людиною — тим більше, що потреба в допомозі може бути терміновою. Психологові слід завжди тісно співпрацювати з колегами, почуваючи лікоть сусіда. Можливість передати клієнта, порекомендувати йому когось іншого — свідчення співпраці фахівця в професійному співтоваристві, і, безперечно, це сприймається цілком нормально. Необхідно лише пояснити, чим саме зумовлений такий крок, і простежити за тим, щоб клієнт дістався до призначеного для нього фахівця. Природно, колегу слід попередити про прихід клієнта й надати йому хоча б мінімальну інформацію про те, що вже відбулося на прийомі для того, щоб у того хто звертається за психологічною допомогою, не виникло відчуття, що на першій зустрічі час було витрачено даремно.

Планова зустріч — часто добрий привід для клієнта, щоб почати більш активно працювати над собою, самостійно обмірковувати свої дії та поведінку інших. Допомогти клієнту в цьому можуть домашні завдання, які консультант може запропонувати йому наприкінці зустрічі. Найчастіше як домашнє завдання вибирається щось із того, що вже обговорювалося під час бесіди і що, на думку обох співрозмовників, було б корисно скоригувати, змінити або глибше зрозуміти в результаті спостереження або тренування. Домашні завдання можуть виконуватися письмово: або як одноразові записи, або у вигляді вступу до щоденника, але часто буває досить просто попросити клієнта обдумати щось або щось зробити. Сам факт, що після одержання домашнього завдання клієнт почуває себе залученим до процесу консультування, активним і повноправним його учасником, значно підвищує

ефективність роботи консультанта, сприяє поглибленню й зміцненню міжособистісного контакту. Якщо домашнє завдання вже було сформульовано в процесі бесіди, варто ще раз повторити його наприкінці прийому не лише для того, щоб клієнт не забув про нього, а й для того, щоб він мав можливість ще раз обговорити із психологом, у якій формі і як його слід виконувати, висловив можливі заперечення або ідеї.

3. Прощання з клієнтом — значною мірою ритуальний акт, але воно не повинно бути формальним, і в людини не повинно виникнути відчуття, що як тільки вона вийде за двері, її образ цілком зникне з пам'яті консультанта. Клієнта слід провести хоча б до дверей; якщо можна, то сказати кілька щирих слів на прощання. Про використання імені клієнта докладніше йтиметься далі, тут же наголосимо, що звернення до консультанта по імені при прощанні зміцнює відчуття того, що робота із психологом пройшла успішно, що стосунки, які склалися на прийомі, не були простою формальністю. Варто уникати ситуації, коли у двері, відкриті для клієнта, що йде, вривається інший. Такий потік може відштовхнути тих, для кого особисті довірчі стосунки з професіоналом є важливими.

Може статися, що консультативний прийом пройде не зовсім вдало: клієнт незадоволений, висловлює претензії. Не слід боятися обговорити це з ним, сформулювати ще раз, із чим, з погляду психолога, пов'язане відчуття невдоволення, порекомендувати йому щось — нехай навіть на даному етапі для клієнта це звучить нереально або нездійсненно. Але особливо важливо, щоб і в цьому випадку психолог залишався професіоналом до кінця — був готовий визнати можливі обмеження своєї компетенції, не вступав у зайві суперечки й чемно та гідно зумів завершити бесіду. Буває, що незадоволена прийомом людина якийсь час потому дійде іншого висновку, починає з вдячністю згадувати свій візит у консультацію.

У процесі консультування неминуче виникають несподівані, непередбачені ситуації, вирішувати які можна, лише спираючись, на поради більш досвідчених колег.

Відмінність інтерв'ю від інших методів роботи психолога полягає в тому, що інтерв'ю є індивідуалізованим методом; воно допускає побудову предмета взаємодії психолога з іншою людиною. Таким предметом є психічна реальність іншої людини, наприклад, темою можуть стати переживання клієнта чи його думки.

Але суттєво важливим для проведення інтерв'ю є те, щоб у процесі обговорення різноманітних тем зробити динамічнішим ставлення людини до різних властивостей її психічної реальності.

Теми інтерв'ю формулюються чітко в життєвому контексті. Одну й ту ж тему, наприклад, переживання своєї батьківської некомпетентності, можна задати в контексті неповної сім'ї чи другого шлюбу.

Конкретизація контексту постановки теми є необхідною умовою проведення інтерв'ю.

Психолог, який працює з темою і її контекстом, під час інтерв'ю повинен постійно контролювати особисті проекції на зміст теми, підтекст, що може суттєво вплинути на дану ситуацію.

Запитання — основний спосіб діяльності психолога під час інтерв'ю. Як правило, поширена **п'ятиступенева модель інтерв'ю. Перший ступінь** — це структурування, досягнення взаєморозуміння, або, як часто його маркують, - "Привіт!".

Яку мету ставить психолог на цій стадії? Психолог структурує ситуації, визначаючи, що буде метою його взаємодії з клієнтом, надає клієнту інформацію про свої можливості. При цьому він вирішує проблеми встановлення контакту з іншою людиною. Конкретні варіанти вирішення цих проблем залежать від індивідуальних та культурних особливостей співрозмовника клієнта. Інтерв'ю може розпочатися зі вступу, запропонованого психологом: "Слухаю Вас...", "Розкажіть про себе!" чи "Що Вас привело до мене?".

Є можливість розповісти про себе, тобто задається предмет взаємодії — **клієнт і події його життя.**

Клієнт на цій стадії інтерв'ю вирішує завдання досягнення психологічного комфорту, тобто завдання емоційного та когнітивного сприйняття ситуації й особистого психолога. Ця стадія інтерв'ю завершується, коли досягнуто відповідність між психологом та клієнтом, що формулюється приблизно так: "Я його відчуваю, розумію" (психолог), "Мене слухають, я довіряю цій людині" (клієнт).

Другий ступінь інтерв'ю починається зі збору інформації про контекст теми, відбувається означення проблеми. Маркування цієї стадії інтерв'ю — "У чому проблема?".

Психолог вирішує такі питання: "Чому клієнт прийшов? Як він бачить свою проблему? Якими є його можливості у вирішенні цієї проблеми?". На цій стадії психолог повинен намагатися якомога більше дізнатися про людину, ставлячи при цьому конкретні запитання про події, їх учасників та конкретні вчинки, заохочувати розлогу розповідь клієнта про себе. Упродовж цього часу психолог створює власне уявлення про внутрішній світ клієнта.

Шляхом аналізу контексту психологу необхідно з'ясувати, що знає клієнт про свої можливості дій, почуття, думки, як він сприймає власне "Я".

Своїми професійними діями психолог показує клієнту місце й роль власної участі в подіях життя клієнта. При цьому психолог спеціально звертається до клієнта з оптимальними судженнями: "Змінюючись самі. Ви будете

змінювати інших", "Потрібен час і терпіння, щоб змінився той, хто поруч" та інші. Форма звернення консультанта-психолога повинна відповідати таким вимогам:

- не нав'язувати свою точку зору;
- орієнтуватися на ключове слово, тему клієнта;
- говорити коротко.

Після цього починається **третій етап** інтерв'ю, який можна охарактеризувати так: бажаний результат. Маркування цього ступеня — "Чого Ви хочете досягти?". Психолог разом із клієнтом визначає бажаний результат,

обговорюючи те, яким клієнт хоче стати, що зміниться у його житті, коли бажане буде досягнуто. У цій стадії — основний зміст консультування. Для клієнта вона має особливий вигляд: клієнт переживає зміни, що відбуваються з ним, як результат власних зусиль — він сам усе зрозумів).

Важливим моментом дії є те, що зазвичай інтерв'ю відбувається на фоні негативної інформації про себе самого. Психологу дуже важливо обговорити з клієнтом позитивні варіанти поведінки. Якщо це необхідно, то можна навіть настояти на цьому моменті. Тестування в цій ситуації дає змогу клієнту виявити невідомі йому ресурси особистості; зосередити увагу на можливостях, про які він перед тим не знав.

Четвертий ступінь інтерв'ю — напрацювання альтернативних рішень. Маркування цієї стадії — "Що можна зробити?". Психолог і клієнт працюють із різними варіантами вирішення проблеми. Психолог повинен враховувати, що вірне для нього рішення може бути не вирішеним для клієнта, але в той же час деяким людям потрібні чіткі рекомендації.

П'ятий ступінь — узагальнення попередніх стадій, перехід від навчання до дій. Маркування цього етапу — "Ви будете це робити?". На цій стадії завдання психолога полягає в тому, щоб сприяти зміні думок, дії, почуттів клієнтів у повсякденному житті, з практики консультування відомо, що багато людей нічого не роблять для зміни власної поведінки. Психологу потрібно ставитися до цього спокійно, так як ефект консультування визначається тими переживаннями, які були в клієнта під час інтерв'ю.

Зміна стану клієнта у процесі інтерв'ю — головна ознака його ефективності. Для психолога вміння побачити ці зміни та зробити їх доступними для клієнта є основним професійним правилом роботи. Йому немає сенсу боятися (хоча цим не потрібно зловживати) негативної оцінки ефекту консультування з боку клієнта.

Найкраще завершувати інтерв'ю домашнім завданням або ж порекомендувати звернутися до певної книги чи до спеціаліста із суміжної галузі.

Консультування складається лише з вербальних реакцій психолога та клієнта. Важливе значення мають час і місце бесіди, оформлення кабінету.

Основні навички зосередження уваги психолога виявляються в його візуальному контакті з клієнтом (розумінні, коли й чому індивід перестає дивитися в очі), у фіксації інтонації та темпу мови.

Робота психолога-консультанта постійно вимагає від нього нервово-психічної рівноваги.

Ситуація спілкування клієнта із психологом-консультантом містить такі складові:

1) особистість клієнта та його переживання;
2) особистість психолога-консультанта (наставника) в поєднанні з його суміжною та функціональною освітою;
3) стосунки між клієнтом та психологом.

Зрозуміло, саме цю ситуацію створюють цілком конкретні зовнішні життєві й навіть житейські обставини.

Тому те, що спричинює ситуацію звернення за психологічною допомогою, й те, як ця ситуація структурується професіоналом, психологом-консультантом — речі зовсім різні. Зіставимо, наприклад, ситуацію звернення клієнта до представника будь-якої іншої професії системи "людина-людина": юриста, учителя, священика, керівника, навіть офіціанта. Звертаючись до всіх без винятку представників інших комунікативних професій, користувач:

а) знає, чого він хоче;
б) ознайомлений тією чи іншою мірою з нормами взаємо стосунків із представниками даної професії;
в) досить добре розуміє як власну міру відповідальності й обмежень, так і професіонала, до якого звертається. Скажімо, пацієнт розуміє і знає наперед, що результат лікування не залежить лише від кваліфікації лікаря та його рекомендацій — навіть за наявності найнеобхідніших медикаментів.

У галузі психологічної допомоги цілком зрозумілими є труднощі, пов'язані

як із специфікою професії, так і з невизначеністю статусу та прерогатив психолога-консультанта в пострадянському суспільстві.

Перша складність полягає в тому, що психолог-консультант працює не із ситуацією, не з її трансформуванням, а з переживаннями, із системою цінностей, стосунків та станів людини. По-друге, з'ясування справжніх мотивів або життєвих сенсів людини в процесі отримання відповідної психологічної допомоги може взагалі зробити зайвою саму життєву ситуацію, якщо вона виникає через психологічні проблеми клієнта. По-третє, коли в інших професіях міжособистісні стосунки відіграють інколи важливу, часом навіть визначальну роль, а інколи не відіграють ніякої ролі, не кажучи вже про особистісні достоїнства спеціаліста (наприклад, офіціанта), то в ситуації, яку ми розглядаємо, саме характер, динаміка, своєрідність міжособистісних стосунків, особисті якості психолога-консультанта, які пред'являються чи не пред'являються клієнтові, відіграють визначальну, головну роль у динаміці процесу і, у кінцевому підсумку, у дієвості психологічної допомоги. Уже перша зустріч, перша бесіда психолога з людиною, що звернулася до нього за допомогою, може виявитися вирішальною як в одному, так і в іншому розумінні. Невипадково одним із найважливіших орієнтувальних критеріїв для вибору психолога є такий: "Чи відчули ви полегшення після першої бесіди?" (Quinett P., p. 191). І тому не випадково в одному з найвідоміших американських підручників із психологічного консультування наголошується: "Якби психологічна допомога зводилася лише до прийомів, необхідність у самих консультаціях була б жалюгідною" (Веікіп G., p. 133) А такий всесвітньовідомий авторитет, як Карл Роджерс у своїй книзі "Про те, як стають особистістю" помістив цілу низку запитань, що висвітлюють людський, особистісний "вимір" у практиці психологічної допомоги.

Серед них такі: "Чи вважають інші, що я заслуговую на довіру?", "Чи вмію я виражати свої почуття?", "Чи можу я виявляти позитивне ставлення до інших?", "Чи вважає себе сильною особистістю, аби не бути схожим на інших?", "Чи відчуваю я себе внутрішньо захищеним, аби дозволити собі таку

несхожість?", "Чи можу я повністю увійти у світ почуттів та смислів іншого й зрозуміти цей світ так, як він?", "Чи здатний я сприйняти іншого таким, яким він є?"

Якими ж у загальному вигляді є завдання психологічної допомоги?

Щоб одержати відповіді на подібні запитання, слід звернутися до тлумачного словника та виписати всі значення слова, яке досліджується. Справді, тлумачний словник Грінченка, Даля або Ожогова, не кажучи вже про словник давньогрецької мови, у якому серед значень слова "терапейа" визначення "лікування" стоїть лише на шостому місці після таких понять, як "служіння", "турбота", "опікування" — чудовий засіб для уточнення етимології та значення слова. Але, як відомо, поняттєве значення відрізняється від словесного. Тому в нашій орієнтовній відповіді на поставлене запитання ми будемо виходити не зі словникових, а з практичних значень, що складають обсяг та зміст поняття "психологічна допомога".

Почнемо з того, що ці завдання, власне кажучи, не зводяться до якогось одного поняттєвого ряду з багатьох причин. Насамперед, з причини різного трактування психологічної допомоги в тій чи іншій психотехнічній концепції (парадигмі). Далі — з причин різних, залежно від концепцій, трактувань самих понять "людина" та "особистість" у їх філософських, загальнонаукових та власне психологічних аспектах. Нарешті — тому, що різноманітність проблематики, з якою доводиться мати справу психологові-консультанту, просто не дозволяє узагальнити, скажімо, завдання психологічної допомоги підліткові (у його конкретній життєвій ситуації), подружній парі в передрозлучному стані або керівникові підприємства під час вирішення соціально-психологічного конфлікту.

Тому ми вважаємо за доцільне в попередньому, орієнтовному визначенні завдань психологічної допомоги виокремити кілька предметних перспектив, домінант, які створюють ефект панорамного бачення такого складного психосоціального простору, яким є консультативна практика.

Першою з таких предметних перспектив, на наш погляд, безсумнівно, є

особистість, у конкретній соціальній, подієвій, міжособистісній або онтогенетичній ситуації людина, що звернулася за допомогою, заздалегідь не лише припускає, а й певною мірою приписує психологові-консультанту або іншому спеціалістові в даній професійній позиції врахування всього спектру особистісної проблематики, одне чи декілька завдань якої доведеться допомогти йому вирішувати. Це можуть бути завдання самовизначення (ідентичності), вибору (прийняття рішення), самоусвідомлення (особистісної рефлексії); подолання критичної (кризової) ситуації та ін.; завдання, ш;о стосуються розвитку суб'єктності, розвитку функціональних та екзистенційних (інструментальних та "самісних") початків особистісного "Я". Чи не найсуттєвішим моментом тут є те, що мету й завдання може визначати сам клієнт.

Наступна безсумнівна домінанта — безпосередньо сам процес надання психологічної допомоги, де самостійними завданнями, що забезпечують допомоговий потенціал процесу, є встановлення стосунків довіри та сприйняття; забезпечення належної динаміки робочих стосунків, що веде до усвідомлення та можливого розв'язання психологічних проблем клієнта; опрацювання або, навпаки, — зняття психологічних захистів; визначення й використання міри впливу на клієнта (від мінімального, що обмежується простою емпатією, до максимального, як у конфронтації або в техніці НЛП). Самостійними завданнями тут є визначення форм і технік ведення початкового інтерв'ю, термінів спільної роботи та методів завершення психологічної допомоги. Третя група завдань стосується психологічної допомоги суспільству: колективу підприємства, школи, общини та ін. Основні й можливі завдання тут — адекватне орієнтування в ситуації, ідентифікація та локалізація (при необхідності) конфлікту: зняття соціально-психологічного напруження, допомога в ціннісно-смисловій переорієнтації групи — підвищення (при необхідності) згуртованості та допомога у визначенні лідера.

Найважливіші завдання, що постають перед професіоналом, — це завдання, що стосуються вже не безпосередньо процесу психологічної

допомоги, а, власне, кажучи, такі, що стосуються його (професіонала) власного особистого розвитку та благополуччя, професійної майстерності. Немає, мабуть, необхідності наголошувати, що недостатнє опрацювання особистісних проблем (фрустрованих, або нереалістичних, потреб, фантазій, страхів, конфліктів, захистів, ціннісних смислів, самооцінок, мотивів та ін.) і недостатня професійна (технічна й теоретична) підготовка легко можуть замість психологічної допомоги травмувати як клієнта, так і консультанта, додавши до нерозв'язаних проблем психогенні розлади.

Залежно від специфіки конкретної ситуації психологічної допомоги, застосовуються дві основні форми роботи: індивідуальна та групова. Індивідуальна робота застосовується в тих випадках, коли з особистісних, соціальних або суспільних причин (специфіка проблеми, наприклад, зрада, лихо, статус клієнта, надмірна сором'язливість та ін.) групова форма психологічної допомоги не видається можливою. Можна сказати, що індивідуальна форма роботи має перевагу в усіх тих випадках, коли характер проблематики вимагає не стільки розвиткової та навчальної спрямованості, скільки втіхи та зживання, наближаючи психологічну допомогу до психологічного впливу, у вітчизняній традиції подібну практику все частіше називають "позамедичною психотерапією".

Коли ж наголос робиться на розвитковий, навчальний аспект або ж на момент групової, соціальної підтримки, як, наприклад, у течії "анонімні алкоголіки" або в "рухові за актуалізацію людського потенціалу" (Human Potential Movement) у 70-ті роки в США, безсумнівна перевага на боці групової роботи. Можливість різнопланового зворотного зв'язку, групова динаміка, сам факт спільного переживання емоційно насичених подій у групі — найважливіше джерело й фактор психологічної підтримки та особистісного розвитку.