



Психологическое
консультирование:
пяти-шаговая модель
принятия решений

Модель состоит из следующих стадий:

1. Взаимопонимание/ структурирование. "Привет!"
2. Сбор информации. Выделение проблемы, идентификация потенциальных возможностей клиента. "В чем проблема?"
3. Желаемый результат. К чему хочет прийти клиент? "Чего вы хотите добиться?"
4. Выработка альтернативных решений. "Что еще мы можем сделать по этому поводу?"
5. Обобщение. Переход от обучения к действию. "Вы будете делать это?"

1. Взаимопонимание/ структурирование

В начале первой встречи необходимо установить взаимопонимание с клиентом. В установлении взаимопонимания с клиентом помогает краткое определение задач интервью. Структура беседы может быть предложена клиентом. Например: "Я здесь для того, чтобы улучшить отношения с одноклассниками, хотел бы об этом поговорить". План беседы может исходить и от психолога: "Работая со сходными затруднениями, я обычно делаю так: сначала я хотел бы выслушать вас и понять ваш взгляд на предмет разговора, а затем мы поищем решение. Вы согласны?"

В начале первой встречи важно выяснить, пришел ли клиент сам или его кто-то направил к психологу. Если клиента направил другой специалист, если психолог знаком с его проблемами или располагает дополнительной информацией из других источников, он может сказать следующее:

"Я уже кое-что знаю о ваших трудностях, но мне очень хочется услышать непосредственно от вас, как вы сами смотрите на все это" или "У меня еще будет возможность узнать о ваших трудностях от ... (педагогов, коллеги, персонала больницы), но пока я ничего об этом не знаю".

Такое введение позволяет перейти к рассказу клиента о своих проблемах и о том, что заставило его обратиться за помощью. Иногда клиенты начинают рассказ сами. Если этого не произошло, консультант может задать вопрос:

"С чего бы вы хотели начать?",

"Что привело вас сюда?",

"О чем мы с вами будем говорить?",

"Слушаю вас внимательно" и т.п.

Если клиент не уверен, не знает, с чего начать, можно добавить: "Рассказывайте то, что считаете важным, а если мне понадобится что-то уточнить, я спрошу вас об этом".

2. Сбор информации. Выделение проблемы, идентификация потенциальных возможностей клиента

На данном этапе интервью задачей психолога является:

- 0 выслушать изложение проблемы;
- 0 помочь клиенту ясно сформулировать его затруднения;
- 0 вывести определение задачи.

Реальной проблемой клиента может быть совсем не та, которую он осознает и с которой к вам обращается. Приняв первоначальное толкование проблемы, изложенной клиентом, психолог может пропустить важные факты. На этом этапе психолог выдвигает предварительные консультативные гипотезы о причинах затруднений клиента.

Прежде чем работать с проблемой, психологу следует расширить проблему и поискать возможные альтернативные варианты.

На этой стадии клиент должен как можно больше рассказать о себе и своей ситуации. Психолог должен тщательно исследовать все структурные элементы жалобы, такие как:

- 0 **Субъектный** (на кого жалуется) и **объектный** (на что жалуется) **локус жалобы**.
- 0 **Самодиагноз**, или объяснение клиентом происхождения и развития переживаемых проблем и трудностей, зачастую не соответствующее действительности и нуждающееся в уточнении путем сбора дополнительной информации.

0 Подтекст жалобы или ее скрытое содержание. Важное значение имеет информация, недосказанная клиентом, вытекающая из подтекста жалобы. Понять неявное содержание жалобы, часто не вполне осознаваемое самим человеком, помогает анализ невербальных компонентов общения. Очень информативным оказывается перевод разговора с содержательного уровня на уровень отрефлексирования клиентом собственных переживаний.

На этой стадии лучше всего помогают открытые вопросы и реплики, максимально структурирующие рассказ.

0 Пока клиент говорит, психолог:

- 1)* поддерживает контакт с клиентом;
- 2)* стимулирует его на дальнейший рассказ;
- 3)* способствует целенаправленному развитию беседы;
- 4)* анализирует вербальные и невербальные проявления клиента.

Обычно через 15-20 минут психолог уже должен хорошо разбираться в проблемах и ситуации клиента и быть готовым к формулированию и проверке консультативных гипотез.

Каждая гипотеза – попытка консультанта понять ситуацию клиента.

Гипотезы – это, по сути, варианты более конструктивных позиций в ситуации, вероятные способы переориентации клиента в его отношении к своим проблемам.

Для проверки консультативных гипотез консультант задает уточняющие вопросы, точно их формулируя.

Необходим анализ конкретных ситуаций из жизни клиента, позволяющий проверить возникшие гипотезы.

Прежде чем высказывать гипотезу, консультанту необходимо четко сформулировать для себя, что именно происходит в жизни клиента.

На второй фазе расспроса основное содержание работы психолога – проверка возникших гипотез. При этом используются в основном закрытые вопросы или вопросы, требующие точных ответов клиента.

Основным средством проверки гипотез на данном этапе является анализ конкретных ситуаций из жизни клиента, которые позволяют уточнить особенности его поведения в проблемных ситуациях, характерные паттерны поведения.

Чем подробнее рассказ клиента, тем больше у консультанта возможностей для понимания тех аспектов ситуации, которые не осознаются клиентом.

Подробный рассказ о проблемной ситуации должен отражать следующие моменты:

- 0 когда и в связи с чем возникла данная ситуация;
- 0 где именно происходило событие;
- 0 что говорил и делал клиент;
- 0 что говорили и делали другие действующие лица;
- 0 что думал и чувствовал клиент;
- 0 что, с точки зрения клиента, думали и чувствовали другие участники ситуации;
- 0 чем закончилась ситуация;
- 0 какие она имела последствия;
- 0 на что повлияла данная ситуация.

Для подтверждения (или опровержения) гипотезы одной конкретной ситуации недостаточно, необходимо описание двух – трех таких примеров.

В том случае, если во всех этих ситуациях прослеживается один и тот же паттерн поведения, гипотезу консультанта можно считать подтвердившейся (или опровергнутой).

При выборе ситуаций необходимо руководствоваться следующими правилами:

- 0 выбираемые ситуации должны быть напрямую связаны с содержанием жалоб клиента;
- 0 ситуации должны быть типичными, часто повторяющимися в жизни клиента;
- 0 ситуации должны быть достаточно подробно изложены для описания целостных паттернов поведения, чтобы выявить их негативные, нейтральные и позитивные моменты.

Иногда психологу приходится затратить много усилий на то, чтобы клиент подробно описывал ситуацию, ясно рассказывал о своих реальных действиях, чувствах и переживаниях.

На этом этапе психолог занимает активную позицию и стимулирует клиента, подбадривая его ("Постарайтесь вспомнить"), задавая детализирующие вопросы.

Если клиент затрудняется в описании своих чувств, психолог проявляет настойчивость, предлагает альтернативы ("Вы удивились или испугались, увидев его?").

- 0 Обсудив с клиентом две – три конкретных ситуации, психолог может понять, какая из его гипотез в большей мере соответствует действительности, что в мыслях, чувствах, поведении клиента ведет к возникновению проблем, как можно помочь ему изменить свое поведение и отношение к происходящему.
- 0 На этом этапе клиенты говорят в основном о трудностях, поэтому полезно поискать сильные черты характера клиентов. У клиента появляется возможность сравнить свои проблемы с прошлыми и настоящими успехами.

Желаемый результат

На этой стадии важно выявить цель, или желаемый результат консультирования. По сути, необходимо прояснить, чего ожидает клиент от консультации. Запрос клиента является первым вариантом желаемого результата.

0 При отсутствии запроса или его нечеткости предоставление психологической помощи становится проблематичным. При необходимости психологический запрос уточняется или формулируется заново. На основании запроса психолог вместе с клиентом формулируют желаемый результат, или цель консультирования.

0 Определение желаемого результата может быть конкретным или носить общий характер. Иногда требуется переосмысление проблемы, что предполагает возвращение на вторую стадию с целью более полного сбора информации.

4. Выработка альтернативных решений

Этот этап является очень важным. Необходимо обеспечить процесс творческого поиска выхода из проблемной ситуации у клиента. Одним из способов может быть резюмирование психологом проблемы клиента, повторение формулировки желаемого результата и противопоставление реально существующей ситуации и идеального будущего.

- 0 Усиление контраста между реально существующей и идеальной ситуацией, данное в естественной, живой манере, помогает структурированию проблемы и облегчает творческий поиск.
- 0 Поиск альтернатив обычно включает оценку реальных условий и возможностей достижения желаемого результата. Нужно четко представлять, сумеет ли клиент осуществить необходимые действия на пути к своей цели. Если выяснится, что желаемый результат не может быть достигнут по каким-то причинам, нужно вместе с клиентом вернуться на предыдущий этап и переформулировать его таким образом, чтобы цели были более реалистичными и их достижение не выходило за пределы возможностей как клиента, так и психолога.

- 0 Таким образом, основная задача консультанта на этом этапе – помочь клиенту выработать возможно больший набор стратегий поведения.
- 0 Цель этапа – "повернуть" клиента с пути его любимых стереотипов поведения, которые только накапливают проблемы, к более гибкому и творческому реагированию. Новые стратегии могут исходить как от клиента, так и от творческого Я психолога.

5. Обобщение

Переход от обучения к действию. Известно, что можно проделать огромную работу по сбору фактов, определению целей, выработке и сортировке альтернатив, но, если не принято решение относительно изменения поведения, усилия психолога могут быть напрасны. **Радикальный показатель:** изменилось ли что-нибудь в жизни клиента после вашей беседы? Стал ли клиент вести себя по-другому в результате консультирования?

0 Клиент часто очень быстро теряет то, что он приобрел на консультации. Нужно предпринимать специальные шаги, чтобы ваши с клиентом конструктивные решения не пропали даром.

0 На этой стадии психолог может использовать любые методы и техники: парадоксальные директивы, домашние задания, разговоры с клиентом по телефону, составление плана изменения поведения.

Очень уместно на этой стадии использование техники предотвращения рецидивов, особенно популярных у психологов бихевиорального направления. А.Айви разделяет стратегии предотвращения рецидивов на следующие категории:

- 0 Предвидение трудных ситуаций. Эта стратегия позволяет выделить рискованные для клиента ситуации и работает как превентивная, упреждающая система.
- 0 Регулирующие ситуацию мысли и чувства. Клиент учится бороться со всплесками эмоций, которые могут нарушить его планы, путем ожидания таких эмоциональных всплесков и возможностью их осмыслить, отрегулировав таким путем ситуацию.
- 0 Выработка необходимых дополнительных навыков (например, тренировка настойчивости, четкое временное расписание и др.)
- 0 Выстраивание клиентом системы самоощерений за желаемое поведение.

На начальном этапе интервью может помочь один очень простой метод: обращенный к клиенту вопрос:

"Что вы собираетесь делать сегодня? Что собираетесь предпринять завтра, чтобы реализовать то, что вы наметили?"

Это может оказать клиенту большую поддержку. В начале следующей встречи можно обсудить, что сделал клиент из намеченной программы действий и отметить факты, говорящие о его росте и развитии.

0 Чем более подробно как консультант вы распишете программу действий клиента, тем более вероятно, что ваше вмешательство в его жизнь принесет какое-то изменение.

0 Таким образом, модель принятия решений - обобщенная модель, последовательность стадий которой может быть изменена в зависимости от обстоятельств. Вы можете пропустить или объединить этапы беседы, в зависимости от особенностей вашего клиента. Использование различных теорий и подходов меняет акценты на определенных аспектах данной модели.