

Занятие 2

Раздел 2. Специальные проблемы психологического консультирования

1. Типы клиентов и особенности взаимоотношений с клиентами

По характеру запроса среди клиентов можно выделить следующие типы

1. Не уверенный в себе клиент. Много размышляет над ситуацией, много взвешивает, но никак не может принять решение, избавиться от сомнений. Цель обращения к консультанту – снять с себя ответственность в принятии необходимого жизненного решения.

2. Уверенный в себе клиент. Обращается для подтверждения правильности своего уже готового понимания затруднительного положения. От консультанта ему нужна информация, подтверждающая уже готовую, сложившуюся у него точку зрения.

3. Клиент все знающий и доверяющий только себе. Клиент этого типа все подвергает сомнению, противоречив, но при этом убежден в своей правоте. Доброжелательное участие по отношению к клиентам этого типа создает благоприятные возможности для смягчения ярко выраженных негативных черт характера.

4. Клиент с потребностью «выговориться», «ищущий сочувствия», «отдушину». В отличие от предыдущего типа клиентов, проблема здесь уже не в характере. Очень часто это люди одинокие, чувствительные, добрые, и страдающие вследствие своей доброты. Переходить к оказанию этой помощи можно только в случае специального запроса. Главное, в чем нуждаются клиенты подобного типа – слушание.

По особенностям восприятия психических явлений среди клиентов можно выделить следующие типы:

1. Рационалистичный, реалистичный, прагматически ориентированный клиент. Стремится к точному знанию о себе и окружающих, склонен недооценивать, игнорировать все, что трудно поддается объективации, рациональному анализу. Подобного рода клиент склонен доверять результатам высоко стандартизированных тестовых методик

2. Интуитивно ориентированный, эмоционально-утонченный, эстетизированный клиент. Интересуют глубинные механизмы психики, подсознательная природа человека. Склонен доверять информации,

полученной с помощью методик, более ориентированных на качественный анализ

По способу работы со своими проблемами среди клиентов можно выделить следующие типы:

1. Клиент, который в ситуации затруднения стремится перестроить свое поведение, стиль деятельности, образ жизни, но не знает как, сталкивается с трудностями в этом плане. Это наиболее желательный тип клиентов.
2. Клиент, который в ситуации затруднения стремится создавать многообразные субъективно-личностные версии, призванные сохранить у него о себе хорошее мнение в своих глазах и в глазах других людей.

Для работы с «трудными клиентами» используются различные техники контрпарадокса:

1. Согласие и поддержка. Главный принцип здесь – прекратить бороться с клиентом. Занять позицию: «Да, Вы эксперт», «Да, Вы лучше знаете». Консультант не принимает на себя роль лидера, не демонстрирует поведение «высококласного» эксперта. Основная форма реагирования – дружеское удивление и искренняя радость при понимании сложного высказывания клиента. Можно использовать также следующие приемы: } формулировать открытые вопросы, например: «Не расскажите ли Вы мне еще чего-нибудь?» } «Угу-реакция» - согласие и одобрение клиента. } Обратное резюмирование – попросить клиента самого подытожить сказанное, сделать резюме. } Избегание важности, значимости. Например, если клиент заявляет нам: «У меня нет проблем», то мы склонны ответить ему: «Тогда давайте поговорим и ничего больше». } Банальности. Если ответы консультанта будут ничего не значащими и лишь создавать иллюзию атмосферы доверительного разговора, то со временем это все-таки побудит клиента начать драматизацию ситуации и тогда модель отрицания проблем разрушится. Пример банального ответа: «Да, иногда это лучшее, что можно сделать».

2. Экстраполяция. Сущность этой техники заключается в том, что вместо того, чтобы блокировать неконструктивное поведение клиента, ему поддаются. Клиента поощряют к тому, чтобы, продолжая вести себя по-прежнему, он дошел до логического и окончательного конца, после чего он почувствует необходимость смягчить, ослабить свои «отрицания». Эффект экстраполяции усиливается с помощью позитивного наклеивания ярлыков,

когда приветствуется особый вклад клиента в работу. Например, немногословный клиент поощряется за емкость и краткость его характеристик. Многословному клиенту предлагается развивать свою мысль в определенном аспекте.

3. Предписывание проблемы. Консультант сам сопротивляется всем возможным вариантам решения проблемы. Клиента не только просят делать то, что он делает, но и подразумевается, что иного выбора нет. Если клиент выражает убеждение, что ничего изменить нельзя, и его проблема неразрешима, то консультант серьезно воспринимает это утверждение и отвечает: «Да, сейчас ничего изменить нельзя. Есть только две возможности: либо научиться жить со своей проблемой, либо признаться, что решить ее нелегко». Занимая такую позицию, консультант заставляет клиента делать выбор по собственному желанию, то есть то, что клиент заявляет, то он и получает.

Особенности консультирования «немотивированных» клиентов

Когда человек готов принять помощь, он обычно надеется на положительные перемены в своей жизни. Однако некоторая категория клиентов попадают к консультанту не по своей воле. Этим клиентам в процессе консультирования недостает мотивации. Такая ситуация представляет собой очевидный источник стресса для консультанта любой теоретической ориентации. Если "немотивированный" клиент все-таки вынужден по каким-либо причинам посещать консультанта, то нежелание поддерживать консультативный может выражаться в пропусках встреч, опоздании, безразличии ко всему, в отказе принять ответственность за процесс консультирования. Не всегда возможно отказаться от работы с подобными клиентами.

В таких случаях Kennedy предлагает воспользоваться терапией реальностью (основоположник — W. Glasser), т.е. при невозможности изменить обстоятельства следует отказаться от своих установок. Применительно к "немотивированным" клиентам данный принцип означает, что им следует помочь хоть чем-то. Реальная, пусть даже небольшая помощь в действительности может оказаться очень эффективной. Встретившись с "немотивированным" клиентом, консультанту необходимо принять его таким, каков он есть — как не заинтересованного в консультировании

человека. Нежелание следует трактовать столь же серьезно, как любую другую установку: отнестись с пониманием, одновременно показывая, что и консультант не заинтересован работать с клиентом против его воли. Можно объяснить клиенту суть и возможности консультирования. Однако быть готовым к тому, что "немотивированный" клиент останется лишь формальным клиентом или вообще прекратит посещения.

Консультирование клиентов, предъявляющих завышенные требования

Клиенты с завышенными требованиями настаивают на более частых и продолжительных встречах с консультантом, добиваются постоянной заботы, хотят иметь возможность в любое время связаться с консультантом (звонки домой и т.п.), надеются на воздействие консультанта на своих близких (супругов, родителей, детей). Столкнувшись с такими нереалистичными требованиями клиентов, консультанту необходимо ответить себе на несколько вопросов: | каково мое состояние, когда от меня требуют так много? | могу ли я сказать клиенту "нет", когда хочу этого? | какие требования я предъявляю к себе и насколько они совпадают с требованиями клиента? | могу ли я противостоять завышенным требованиям клиентов или позволю манипулировать собой? Ответы на эти вопросы играют решающую роль в формировании отношения к подобным клиентам. Некоторые консультанты, особенно молодые, испытывают чрезмерную потребность оказывать помощь. Клиенты с завышенными притязаниями очень легко манипулируют этой потребностью. Необходимо понимать природу завышенных требований клиентов и характер своих реакций на них, а также уметь вступать в конфронтацию.

Консультирование враждебно настроенных и агрессивных клиентов

Немало проблем в консультировании создают негативно настроенные или открыто враждебные клиенты. Консультанты по-разному реагируют на таких клиентов: одни на враждебность отвечают раздражительностью и враждебностью; другие стараются проявить любезность и дружелюбие; третьи игнорируют состояние клиентов, ведут себя так, как будто ничего не

случилось. Во всех случаях проявления враждебности со стороны клиента необходимо понять причины этого состояния. Когда понятия "озлобленность" и "враждебность" представляются слишком сильными для характеристики, свои высказывания не следует формулировать категорично. Например: "Вы кажетесь чем-то недовольным", "Вы разочарованы?", "Не хотите ли Вы что-то сказать?", "Это звучит, будто Вы рассержены" и т.п. Если консультант только подозревает клиента во враждебности, он может уточнить: "Что произошло?", "Я что-нибудь неправильно сказал или сделал?". В любом случае, столкнувшись с враждебностью клиента, следует трактовать это состояние серьезно, потому что оно мешает терапевтическому взаимодействию. Причины неудовлетворенности клиента могут быть простыми - не нравится вид или слова консультанта, консультант слишком молод и т.п. Чтобы разобраться в причинах озлобленности клиента и эффективно реагировать на нее, консультант должен понимать основные черты этого состояния. Злость не является чем-то патологическим или необычным. Каждый изредка сердится или способен разозлиться. Злость является не только сигналом, предупреждающим об опасности, но и чувством, обуславливающим самозащиту. Консультанту важно знать происхождение озлобленности. Причины озлобленности каждого клиента скрыты в его жизненных обстоятельствах. Злость "исторична", т.е. имеет свое прошлое. В течение жизни, особенно в детские годы, формируется индивидуальный "стиль враждебности", т.е. из-за чего мы злимся, как накапливается и вымещается злость. Одни клиенты сердятся, когда консультант говорит повелительным тоном; другие — когда ясно и точно не указывает, что делать; третьи — когда задает много личных вопросов, потому что это кажется им излишним любопытством. Сходные обстоятельства одних клиентов делают враждебными, других — нет. Эти различия обусловлены своеобразием жизненного опыта. Консультанту необходимо понять, что злость "привнесена" в консультирование и напрямую не связана с тем, что говорит и делает консультант. Консультант может "замещать" некоего человека или ситуацию из прошлой жизни клиента. Когда клиент, особенно в начале консультирования, враждебен, подозрителен, зол, консультант должен знать, что источник этих чувств находится внутри самого клиента. Считается, что консультант, по отношению к которому клиент не может свободно выражать свою неудовлетворенность или злость, — плохой консультант. В консультировании следует иметь в виду, что иногда злость скрывает тревожность. В таких случаях необходимо помочь клиенту разобраться в его подлинных чувствах и таким образом трансформировать враждебность. Хотя

консультанту и нелегко сохранять спокойствие в работе с агрессивным клиентом, однако отвечать враждебностью — значит провоцировать еще большую враждебность. Консультанту необходимо осознавать свои чувства в подобных ситуациях, идентифицировать свое недовольство, чтобы эффективнее помочь клиенту преодолеть его озлобленность. Существует большая разница между озлобленностью клиента, возникающей в процессе консультирования, и прямыми оскорблениями в адрес консультанта. К оскорблениям консультант ни в коем случае не должен оставаться толерантным, так как они вредят также самому клиенту. Обычно агрессия по отношению к консультанту выражается косвенно (например, порицание коллег консультанта, с которыми клиент встречался прежде). В таких случаях следует, не конкретизируя своей позиции, просто дать клиенту возможность полнее поделиться своими переживаниями. Однако при возникновении опасной ситуации консультанту не нужно демонстрировать героизм. Следует сказать, что агрессивное поведение недопустимо и в случае необходимости будут приняты дисциплинарные меры.

Консультирование тревожных клиентов

Тревожность предупреждает об опасности, угрозе и в этом смысле имеет не меньшую ценность, чем боль.

Тревожность проявляется на трех уровнях:

1. Нейроэндокринном (продукция адреналина — эпинефрин).
2. Психическом (неопределенные опасения).
3. Соматическом или моторно-висцеральном (физиологические реакции различных систем организма на увеличение продукции эпинефрина):
 - | дерматологические реакции (кожные раздражения);
 - | реакция сердечно-сосудистой системы (тахикардия, увеличение систолического давления);
 - | реакция пищеварительного тракта (подавление деятельности слюнных желез — сухость во рту, неприятный привкус, анорексия, понос, запор и т.п.);
 - | реакции дыхательной системы (учащенное дыхание, одышка, гипервентиляция);
 - | генитально-уринальные реакции (учащенное мочеиспускание, нарушение менструации, боль в области таза, фригидность, импотенция);
 - | вазомоторные реакции (потоотделение, покраснение);
 - | реакции скелетно-мышечной системы (головные боли, боли в затылке, артралгии).

В консультировании сталкивается с клиентами, для которых тревожность представляет мучительное состояние, нередко сопровождаемое неприятными физическими ощущениями. Психологически такой клиент чувствует, что с ним происходит что-то неладное, однако не может конкретизировать свое недомогание и не знает, когда и где с ним снова произойдет подобная безымянная трагедия.

Консультант должен уметь разглядеть разные "лики" тревожности, поскольку тревожность часто проявляется не напрямую, а "перевоплощается".

Bird (1973) выделил множество таких "воплощений" («масок»): 1. Переименование. "Я раздражен; я в напряжении; у меня слабость; я боюсь; мне грустно; я постоянно просыпаюсь по ночам; я не чувствую себя самим собой" — клиенты используют десятки слов и выражений для обозначения состояния тревожности. 2. Соматические симптомы. 3. Определенные действия. Весь спектр навязчивых действий может означать тревожность из-за конфликтной жизненной ситуации. 4. Другими эмоциями. Раздражительность, агрессивность, враждебность могут выступать в качестве реакций на вызывающие тревогу ситуации.

Некоторые клиенты сами объясняют, что, когда они начинают испытывать напряжение, становятся саркастичными, язвительными, трудно уживчивыми, холодными, скованными, неразговорчивыми. 5. Многозначность. Таким образом, клиент стремится скрыть свою тревожность и "обезоружить" консультанта. Непрерывное говорение - это своеобразная форма самозащиты, которую неосмотрительно сразу ломать. 6. Подавление активности консультанта, перебивание его. Консультанту следует не вступать в конкуренцию, а резко оборвать клиента и указать на недопустимость подобного поведения. Стремление прерывать консультанта может быть обусловлено не вполне осознанным страхом перед каким-либо вопросом или высказыванием. 7. Определенная категория клиентов защищается от тревожности парадоксальным путем. Они с демонстративной открытостью рассказывают о своих заботах и спрашивают, что им делать. Так ведут себя и с консультантом. Подчеркнутое выпячивание тревожности является проявлением враждебности. 8. Тревожность может мотивировать сопротивление самому процессу консультирования. Сопrotивляясь, клиент старается контролировать свою открытость, высказывать только "цензурированные" мысли и чувства, быть как можно более безличностным, подавлять свои чувства по отношению к консультанту. 9. Демонстрация

враждебности к консультанту в скрытой форме. Клиент критикует консультантов, которых посещал прежде, рассказывает истории об ошибках психологов и психотерапевтов. Более утонченная форма – стремление подружиться с психологом, чтобы он воспринимал клиента не как клиента, а как друга. Консультируя тревожных клиентов, важно знать средства, с помощью которых клиенты стремятся избавиться от неприятного воздействия тревожности. Этими средствами служат механизмы психологической защиты, которые впервые описали S. Freud, A. Freud. Механизмы функционируют автоматически, на бессознательном уровне. Использование защитных механизмов для уменьшения тревожности не представляет патологии, пока не становится утрированным и не начинает искажать понимание реальности и ограничивать гибкость поведения.

Консультирование при реакциях страха и фобиях

Тревожность в отличие от страха не имеет определенного объекта, страх же всегда связан с конкретным объектом окружения (лицом, предметом, событием). Страх имеет биологическую значимость, так как охраняет от многих опасностей. В психологическом консультировании встречается два типа страхов — нормальным (как естественная реакция) и патологическим (фобия). Чаще всего клиенты обращаются по поводу конкретных страхов, связанных с какими-то важными событиями (боязнь экзамена, страх перед хирургической операцией и т.п.). В таких случаях сначала следует помочь клиенту понять смысл события, вызвавшего чувство страха, разобраться, в какой степени его реагирование на это событие является оправданным и адекватным. Во время консультирования не следует помогать клиентам полностью избавляться от страха, необходимо помочь клиенту конструктивно воспользоваться страхом. Большую сложность представляет консультирование клиентов с фобиями. Основу патологических страхов составляет глубоко скрытая тревожность. Сущность механизма формирования фобий заключается в смещении тревожности от первичной ситуации или объекта, вызвавших беспокойство, на другую ситуацию или объект. Человек начинает бояться вещей, которые являются лишь заместителями объектов первичного беспокойства. Такое смещение происходит вследствие неразрешенных внутренних конфликтов. За одной и той же фобией у разных людей могут скрываться разные конфликты. Смысл фобий сильно зависит от индивидуальной истории жизни клиента. Стержнем невротического поведения с преобладанием фобий является усиленное избегание тревоги, стремление обойти породивший ее конфликт. Клиент

может спокойно говорить о своем страхе, но отрицать при этом существование любых внутренних конфликтов, связанных с этим страхом. Попытки избежать обсуждения конфликта могут проявиться разными способами. Клиенты склонны сопротивляться стремлению консультанта говорить о вещах, провоцирующих тревожность (забывание деталей предыстории своих проблем). Еще один способ бегства от тревоги клиентов с фобическими реакциями — это занятие самолечением (чтение медицинских книг и специальных журналов, стремление испробовать возможные методы лечения, избегание непосредственного обращения к своим внутренним конфликтам). Еще одна особенность консультирования клиентов с фобическими реакциями состоит в том, что страхи могут передаваться консультанту. Эффективная коррекция страхов требует от консультанта усиленного самоконтроля.

Консультирование обсессивных личностей

Обсессивной личностью называют человека с обсессивными или (и) компульсивными чертами. Обсессия — это постоянное повторение нежелательной, навязчивой мысли, от которой невозможно избавиться волевым усилием. Компульсия — это повторяющееся навязчивое побуждение к выполнению какого-либо действия или серии действий. Серия навязчивых действий обычно носит ритуальный характер. Осуществление навязчивости позволяет индивиду избежать приступов тревожности.

Salzman (1968) указывает три основных проявления обсессивнокомпульсивного синдрома: 1. Навязчивости не обусловлены никакими рациональными потребностями. 2. Осуществление навязчивостей в силу их чуждости вызывает дискомфорт и (или) соматические нарушения. 3. Индивид понимает паралогичность навязчивых мыслей и поступков, однако не может им воспрепятствовать. Обсессивной личности свойственны определенные социально ценные черты: старательность, надежность, самоконтроль, честность. Freud при описании личности со склонностью к обсессивным симптомам указывает на обязательную комбинацию трех черт: педантичности, скупости и упрямства. Эту комбинацию он называет "анальным характером". McNeil описал типичные особенности стиля обсессивнокомпульсивной личности: 1. когнитивная ригидность — обоснование взгляда на жизнь негибкими, формальными социальными установками, или явно догматичный стиль мышления; 2. приверженность к напряженной активной деятельности без расслабления и отдыха; 3. неуверенность в принятых решениях, откладывание решений из-за боязни

ошибиться; 4. постоянная озабоченность, что без нее работа не может быть выполнена надлежащим образом; 5. искажение действительности, проявляющееся в крайней озабоченности по поводу непредсказуемых событий, например возможной болезни. Обсессивная личность обычно обращается за помощью не вследствие специфических проблем, а в силу напряжения и тревожности в межличностных отношениях или семейной жизни. Обсессивнокомпульсивные симптомы могут составлять лишь незначительную часть жалоб такого клиента. Важнейший неосознанный внутренний конфликт обсессивной личности — это борьба между послушанием и непослушанием, между желанием угождать и стремлением сопротивляться авторитетам. Обсессивная личность отличается излишней склонностью к самоконтролю и контролю над окружением, что порождает: 1. Утрированное послушание. Крайнее послушание приводит к уничтожению индивидуальности. Обсессивная личность проявляет тенденцию к конформизму. Она выбирает зависимость от человека, способного указать, как жить. Такой клиент обычно подчиняется консультанту и легко соглашается со всеми его предложениями. 2. Склонность к тирании по отношению к другим. Человек становится трудно уживчивым, особенно в семье. Невозможность полностью контролировать других людей возбуждает злость, которая в межличностных отношениях проявляется как иррациональная тирания. В консультировании обсессивная личность этого типа использует в качестве самозащиты нападение, например, объясняет консультанту, что он должен говорить, комментирует его профессиональные действия, делает замечания по поводу его поведения, прочесть "краткую лекцию" о консультировании. Для обсессивного стиля характерно использование средств общения для разрушения общения. Немало обсессивных клиентов в консультировании участвуют лишь физически, а психологически самоустраиваются. Клиент смотрит куда-то в сторону, еле слышно говорит, рассеянно слушает. Обсессивная личность изо всех сил старается не говорить о своих эмоциональных проблемах. Она прилагает огромные усилия, чтобы скрыть эмоциональные трудности. Клиент постоянно старается контролировать консультативную беседу, чтобы избежать эмоционального контакта с консультантом. Уклонение от погружения в свой внутренний мир проявляется в склонности к интеллектуализации. Повествование такого клиента перегружено деталями. Обсессивные клиенты любят приходить к консультанту с описанием перечня своих проблем или со списком вопросов, которые необходимо обсудить во время консультирования. Подготовка к встрече с консультантом направлена на пресечение неожиданностей, способных вывести из равновесия.

Консультант может спросить клиента: "Почему Вы придали такое важное значение подготовке к нашей встрече?" Если реакции консультанта на обсессивную личность адекватны, психологической защитой клиента выступает злость. Такую ответную реакцию следует рассматривать не как следствие своей ошибки, а скорее как признак прогресса в работе. Консультанту не надо заглаживать отношения со злящимся клиентом. Наоборот, необходимо позволить ему выразить скрытые чувства. Для установления вытесненного обсессивным клиентом материала иногда имеет смысл исследование его снов. Помогает также использование рисуночных тестов вместо задания рассказывать о проблемах словами.

Таким образом, при работе с обсессивными клиентами у консультанта двойная задача: 1) помочь клиенту выразить побуждения, от которых тот защищается; 2) сам консультант должен быть человеком, пригодным для экспериментирования, чтобы клиент мог потренироваться в завязывании свободных от субординации отношений.

Консультирование истерических личностей

Истерическая личность отличается преобладанием потребности нравиться окружающим и стремлением преодолеть страх, что не удастся привлечь внимание. Это проявляется в активности, драматизации, лживости, в соблазняющем, сексуально провоцирующем поведении, в незрелой и нереалистичной зависимости от других. Истеричные клиенты в консультировании пытаются воспользоваться своими качествами, особенно с консультантом противоположного пола (классический вариант — женщина-клиент и мужчина-консультант). Обычно они добиваются придания контакту эротической, сексуальной окраски. Истерическая личность на самом деле не осознает воздействия своего поведения, поэтому окружающие часто чувствуют себя обманутыми, фрустрированными. Истерическая личность только производит впечатление теплоты и легкости в общении. В действительности она постоянно испытывает проблемы в подлинной любви и интимных привязанностях. Истерические личности используют различные формы психологической защиты (вытеснение, фантазирование), которые консультанту надо знать. При истерическом неврозе часто встречается феномен конверсии: внутренний психологический конфликт выражается телесным симптомом, который становится его символом. Обычно конверсионные симптомы принимают форму потери чувствительности: анестезия конечностей, слепота, глухота и т.п. Поэтому истерические личности длительно лечатся от самых разных соматических нарушений.

Невротические симптомы имеют вторичную выгоду для клиента. Эту выгоду клиент не осознает или осознает лишь частично. Истерические симптомы служат трем основным целям: 1. "наказывают" лиц, к которым клиент испытывает враждебность; 2. помогают клиенту избежать неприятных, пугающих, потенциально унижающих ситуаций; 3. помогают возбудить симпатию окружающих или обратить на себя их внимание. Поэтому часто возникает противоречие между высказанными клиентом желаниями и чувствами и тем, о чем говорят его симптомы. Это противоречие вызывает у консультанта подозрение, что клиент неискренен и симулирует. Кроме того, поведение истерической личности может провоцировать у консультанта контрперенос. Поэтому консультант, работая с такими клиентами, должен постоянно контролировать свои чувства.

Консультирование при параноидальных расстройствах

К основным параноидным синдромам относят манию преследования и манию величия. Характерная для параноидальной личности склонность к этим маниям обуславливает неспособность к завязыванию связей с другими людьми и социальную отстраненность, а также отражает диффузность личностной идентичности, когда человеку становится трудно различать, что относится к собственной личности, а что — нет. Суть мании преследования — подозрение окружающих в злонамеренности. С этой манией связана и очень часто встречающаяся ревность. Подозрение супруга в неверности — почва для возникновения параноидальных страхов. Мания величия проявляется в приписывании себе прежде не замечаемых талантов и способностей (выдают себя за изобретателей, творцов, способных спасти мир). Иногда параноидия проявляется в эротомании, когда человек думает, что он влюблен, и стремится соблазнить лицо противоположного пола. Параноидальные личности желают близости с другими людьми, но боятся оказаться обманутым. Это служит главной причиной подозрительности. Боясь быть отвергнутым, человек сам всех отталкивает. При консультировании параноидного клиента необходимо быть готовым к его недоверию и враждебности. Такие клиенты постоянно "проверяют", насколько можно доверять консультанту. Преодоление недоверия и враждебности является важнейшим условием в работе с параноидными клиентами. Консультант должен иметь в виду, что параноики сходным образом ведут себя со всеми людьми. Работая с параноидными клиентами, следует соблюдать определенную дистанцию, потому что слишком быстрое или чрезмерно глубокое "вторжение" вызывает у них неприязнь.

Неэффективной в работе с подобным клиентом является дискуссия или спор по поводу обоснованности маний, поиск логических аргументов. Дискуссия бессмысленна, поскольку параноидному клиенту чужд язык логики. В общении он пользуется параноидальными метафорами. Задачей консультанта не является определение правдоподобности высказываемых клиентом идей. Значительно важнее сам факт наличия мании и уверенность клиента в своей правоте.\

Особенности консультирования плачущих клиентов

Слезы обычно мешают общению. Не представляют исключения и консультативные встречи. Немало клиентов, особенно женщин, волнуются, рассказывая о неразрешимых трудностях своей жизни, трагедиях и не могут говорить без слез. Слезы способствуют воспоминаниям о трудных ситуациях и возвращению к ним. Большинство консультантов стараются удержать клиентов от плача и направляют на это часть своих усилий. И здесь возникает опасность, что, пытаясь обойти болезненные переживания и не спровоцировать слезы, можно пропустить важные аспекты жизни клиента. Из-за невозможности достаточно понять клиентов консультант порой становится объектом их манипуляций. Некоторые консультанты свои усилия по удержанию клиентов от плача объясняют тем, что разволновавшийся или начавший плакать клиент не способен нормально говорить. Иногда консультант чувствует себя виновным из-за слез клиента, считает, что довел его до слез, боится быть обвиненным в нечуткости, иначе говоря, склонен принимать на себя ответственность за слезы. Однако в действительности не консультант доводит клиентов до слез. Наконец, не он — причина жизненных трудностей и личных проблем клиентов. Клиенты плачут из-за своих личных дел, и консультант здесь ни при чем. Клиент нередко и начинает, и перестает плакать без вмешательства консультанта. Когда заметно, что клиент сейчас начнет плакать, надо сохранять спокойствие, подождать, пока он справится с собой. Порой, чтобы взять себя в руки, клиент на время изменяет тему беседы, чему не следует противиться. Если клиент все же расплачется, надо позволить ему плакать. Это нелегко, но многое можно выиграть. Когда клиент выплачется, самое время начинать разговор. Позволить плакать — значительно достойнее, нежели испытывать обязанность успокаивать: "Пожалуйста, не плачьте..." Консультанту следует знать, почему вообще плачут во время консультирования. Основная причина, конечно, бремя проблем клиента, его угнетенность, однако эта причина не

единственная. Большинство людей, особенно женщины, плачут от злости. Здесь утешение ничем не может помочь. Плачущим от злости просто-напросто надо позволить выразить свои чувства. Иногда плачут в состоянии фрустрации, а подчас от радости. В любом случае консультант должен предоставить клиенту возможность спокойно плакать в его кабинете. Не следует также стараться излишне сопереживать плачу, т.е. вести себя подобно матери, которой очень хочется утешить плачущего ребенка. Такое желание обычно имеет определенный эротический оттенок; не зря слезы часто служат средством манипуляции в межличностных, особенно в интимных отношениях.

Приложение

1. Формы приветствия человека и формы приглашения войти в помещение (по Р.С.Немову)

- Здравствуйте.
- Проходите, пожалуйста.
- Добрый день.
- Заходите, пожалуйста.
- Рад вас приветствовать.
- Прошу вас...
- Добро пожаловать...

Формы выражения радости при встрече:

- Какая приятная встреча!
- Рад вас видеть!
- Наконец-то вы пришли, очень рад!
- Очень рад видеть вас!

Формы знакомства:

- Я хочу (хотел бы) с вами познакомиться.
- Давайте познакомимся.
- Будем знакомы.
- Позвольте представиться. Меня зовут...
- А как вас зовут? Представьтесь, пожалуйста.

Формы обращения к человеку с вопросом:

- Скажите, пожалуйста...
- Вас не затруднит сказать...
- Извините, не могли бы вы сказать...
- Можно вас спросить...
- Будьте добры (будьте любезны) сказать мне...
- Не могли бы вы сказать...

Примерные начала фраз, произносимые психологом-консультантом при расставании с клиентом (по Р.С.Немову)

- Я вполне удовлетворен нашей встречей.
- Мы с вами приятно провели время.
- Мне было интересно с вами общаться.
- Хорошо, что мы обо всем договорились.
- Прекрасно, что мы нашли общий язык.
- Я доволен тем, что мы с вами добились взаимопонимания.
- Спасибо, что вы прислушались к моим советам.
- Спасибо за то, что вы согласились встретиться и побеседовать со мной.
- Спасибо за доставленное удовольствие общения с вами.
- Не могу больше вас задерживать.
- До свидания. • До встречи!
- Всего хорошего!
- Всего доброго!
- Будьте здоровы!
- Счастливо!
- Всего!
- Пока!
- Мы еще с вами увидимся!
- Я с вами не прощаюсь!
- Не забывайте нас!
- Приходите!
- Заходите!
- Не пропадите, дайте о себе знать!
- Милости просим к нам еще раз!

Литература: Минулина А.Ф., Солобутина М.М. Основы психологического консультирования: Методическое пособие.- Казань: ТГГПУ, 2007.- 329с.: ил.