**ТЕХНИКИ**

**социально-педагогического и психологического консультирования**

**(в контексте проблемы насилия)**

Типология техник

Итак, что же такое техника? Это определённый вид реакций со стороны консультанта, направленных на достижение промежуточных и конечных целей консультирования, позволяющий получить информацию о глубине проблемы, «разговорить» клиента. Таким образом, мы можем понять, имеет ли место здесь проблема насилия.

**1. Поощрение**

Поощрение – это минимальное средство для поддержания изложения клиентом собственной истории, подтверждение высказанного им и обеспечение плавного течения беседы. К поощрениям относятся утверждения, которые демонстрируют признание, подтверждение и понимание сказанного клиентом. Техника поощрения - это минимальное средство, чтобы показать клиенту вашу включенность в беседу. Сюда входят короткие реплики вроде "Ага", "Угу", "Так", а также короткие фразы типа "Я понимаю" или "Да-да, продолжайте". Другими образцами техники поощрения могут быть такие фразы: "Не могли бы Вы более подробно рассказать о Ваших отношениях" или "Продолжим нашу беседу". Все они, подобно соли, полезны, когда используются в меру. Опасность заключается в их чрезмерном использовании, тогда они раздражают или становятся просто смешными.

**2. Повторение**

Повторение – это почти буквальное воспроизведение сказанного клиентом или избирательное акцентирование определенных элементов его сообщения. Возвращение сказанного создает у клиента ощущение, что консультант стремится понять и прочувствовать то, что было выражено им. Кроме того, повторение фокусирует внимание на сообщении клиента, позволяя ему осознать дополнительные значения и выразить невысказанное.

Наиболее распространенный вариант этой техники – повторение последних слов или ключевой фразы высказывания клиента, часто с вопросительной интонацией. Повторение последних слов или ключевой фразы клиента является чем-то вроде незаконченного предложения, которое побуждает клиента к его завершению. При выборе слов для повторения большое значение имеет интонация, отражающая эмоциональный оттенок сообщения клиента. Ну, и конечно, интонация очень важна при произнесении консультантом выбранных им слов. Когда консультант лишь машинально повторяет сказанное клиентом, отсутствует необходимый резонанс с его чувствами.

Так как повторение отдельных слов заканчивается паузой, которая подразумевает вопрос, технику повторения можно успешно сочетать с коротким вопросом.

Пример:

Клиент: Когда они между собой ругаются, я обычно молчу.

Консультант: Молчите... отчего?

**3. Вопрос**

Вопрос – это приглашение о чем-то рассказать, средство сбора интересующей информации, уточнения или исследования опыта клиента.

В психологическом консультировании часто выделяют закрытые и открытые вопросы. Закрытый вопрос - это выяснение или уточнение конкретных фактов, упомянутых клиентом или предполагаемых консультантом. Закрытый вопрос - это вопрос, предполагающий короткий ответ или подтверждение предположения консультанта. Чаще всего на такие вопросы отвечают "да" и "нет". **«Что вы сейчас чувствуете?» «Можно я буду уточнять некоторые нюансы?» и др.**

Открытый вопрос – это возможность сосредоточить внимание клиента на определенном аспекте его опыта, задать направление определенному отрезку беседы. Открытый вопрос призывает собеседника высказать свою точку зрения, собственное видение ситуации. Например, **"Что вы сейчас чувствуете?"** или **"Почему он так себя повёл?"**

Открытые вопросы часто начинаются с вопросительных слов "что", "почему", "как" и служат для сбора информации. Подобные вопросы требуют от клиента развёрнутого ответа, на них трудно ответить "да" или "нет". Вопрос, начинающийся с "Что...", часто помогает сформулировать суть сообщения. Например, "Что именно вы ему сказали?" или "И что произошло после этого?" Вопрос "Почему..." побуждает клиента говорить о внешних и внутренних причинах, объясняющих произошедшее.

Короткий вопрос - это самый экономный способ (через встроенные в контекст высказывания короткие фразы или отдельные слова с вопросительной интонацией) повлиять на изложение клиентом истории, изменить нить разговора или обратиться за уточнением или прояснением. Реплики типа "И что?", "А почему?", "С какой целью?" легко встраиваются в рассказ клиента, направляя его течение.

Пример

Клиент: Когда она говорит со мной в таком тоне, это вызывает у меня раздражение. Обычно я просто выхожу из комнаты.

Консультант: ... но почему?

С помощью правильно выстроенной цепочки вопросов консультант может уяснить то, как клиент видит проблемную ситуацию, собрать относящиеся к делу фактическую информацию, выяснить эмоциональное отношение клиента к ним, а также подвести клиента к осознанию источников проблемы. Поэтому овладение этой техникой - одна из важнейших задач начинающего консультанта.

**4. Прояснение**

Прояснение – это возвращение, как правило, в более сжатой и ясной форме сути когнитивного содержания высказывания клиента. Прояснение состоит в сверке правильности понимания консультантом сообщения клиента, поэтому процесс прояснения можно назвать сверкой восприятий. Целью прояснения также является более ясное понимание самим клиентом собственного внутреннего мира, а также своих взаимодействий с внешним миром.

Прояснение позволяет как бы со стороны взглянуть на свои чувства, мысли, черты характера, а также на реакции окружения. Более чётко понимая свои трудности и смотря на них с более объективной реалистичной позиции, клиент перестает чувствовать, что они захлёстывают его, он в меньшей степени идентифицируется с ними.

Если что-то в сообщении клиента остаётся неясным, уместно использовать проясняющий вопрос: "Что вы имеете в виду, когда говорите...?" Множество реплик консультанта - это лишь вариации данного вопроса. "Правильно ли я понял, что...";

Пример 1

Консультант: Если я правильно вас понял, главной проблемой для вас является не сама депрессия, а то, что в результате ваша семья отвергает вас.

Пример 2

Консультант: И что же вы почувствовали, когда он сделал это? Это вас обидело, вы приняли это как должное... или...

**5. Отражение чувств**

Отражение чувств помогает клиенту войти в более полный контакт с тем, что он говорит и чувствует в данный момент*.* Отражение чувств помогает клиенту научиться доверять собственным чувствам, относиться к ним как к важному источнику информации. Именно по эмоциям можно догадаться о внутренних реакциях человека, понять нюансы его восприятия, переживания и поведения. Отражение чувств часто приводит клиента к осознанию того, что чувства являются причинами тех или иных поступков, а также манифестациями потребностей и побуждений. В связи с этим техника отражения чувств может выступить проводником исследования желаний и мотивов поведения. Требует от консультанта выбора определённых элементов аффективного содержания клиента, которые, как он постигает с помощью эмпатии, нуждаются в отзеркаливании.

Вред также может быть нанесен, когда вызванные сильные чувства должным образом не проработаны. Поэтому, например, не стоит использовать эту технику в конце беседы. Однако следует отметить, что даже неудачная попытка отражения чувств может способствовать прогрессу беседы, если клиент воспринимает консультанта как пытающегося понять его чувства.

Пример

Консультант: Вы рассердились на отца за то, что он сделал.

Клиент: Нет, я восхищаюсь им.

Данный пример демонстрирует, что даже неверная реплика всё ещё может быть эффективной, поскольку призывает клиента точнее выразить свои чувства.

С функцией техники отражения чувств тесно связана идея о главном послании клиента, поэтому коротко коснёмся её. Задача консультанта состоит в понимании сути сообщения клиента, которое обычно содержит как фактическое представление ситуации, так и субъективную (аффективную) реакцию на нее. Поэтому, слушая клиента, консультант должен задаваться вопросом "*Какое главное сообщение в речи клиента?" Определив главное сообщение, вы можете сверить ваше понимание, обратившись к клиенту. Главное сообщение истории часто связано с аффектом или желанием (потребностью) индивида.*

Чтобы выразить понимание главного сообщения можно воспользоваться формулой "Вы чувствовали...... потому что ......." или, наоборот, "Вы так сделали ..... потому что чувствовали ......" Правильное использование этой формулы требует точного обозначения эмоции, её интенсивности (например, континуум агрессии включает раздражение, злость, ярость) и указание на вызвавшую её причину.

Пример

Консультант: Вы чувствуете безысходность, потому что ваши скандалы видит дочь.

Пример

Консультант: Вы боитесь, что сын повторит в будущем модель отца.

пример

Консультант: Вы выглядите так, как будто готовы заплакать.

Рекомендации:

Самой общей ошибкой является слишком частое использование стереотипной вводной фразы "Вы чувствуете..." Чтобы избежать этого, можно использовать слово, выражающее чувство. Например: "Вы были раздражены (обижены, встревожены), когда это случилось". Другие варианты начала фраз: "Иначе говоря...", "Похоже, что вы...", "Если я правильно понял, вы испытали..." или "Создается впечатление..."

**6. Информирование**

Информирование – это предоставления информации в форме объяснений, изложения фактов или мнений либо по собственной воле, либо в ответ на вопросы клиента.

Об информации какого рода идёт речь? Консультант, например, может предоставить информацию об особенностях психологического развития или эмоциональных реакций на какие-то события. Обеспокоенный родитель может прийти с вопросом относительно поведения ребёнка, специфического для его возраста. Здесь консультанту может пригодиться знание психологии развития. Супружеская пара может быть обеспокоена завершением романтического этапа их отношений. Здесь будет уместна информация о стадиях развития семьи. Клиенту, понёсшему утрату близкого человека, будет полезна информация о процессе горевания. Такая информация выполняет функцию нормализации, позволяет ему понять, что его чувства являются естественными, а вовсе не патологическими реакциями.

Информирование также может касаться процесса и условий консультирования или психотерапии, что, в частности, имеет место при обсуждении и заключении терапевтического контракта.

**7. Совет (рекомендация)**

Совет – это высказывание клиенту собственного мнения, основанного на своем видении ситуации, предложение клиенту сделать что-то или не делать чего-то, как правило, вне терапевтической ситуации.

Консультанты предпочитают называть совет профессиональной рекомендацией. Поэтому давайте также дадим определение рекомендации. Рекомендация - это заключение, вытекающее из определения проблемы и анализа ее основных компонентов, продиктованное как ожиданиями и потребностями клиента, так и существующими возможностями и ограничениями.

Пример

Консультант: Полагаю, наши встречи могли бы быть полезны однако, помимо этого, если вы серьёзно настроены справиться с ней, я бы рекомендовал посещать посетить психотерапевта..

Пример

Консультант: Я бы предложил вам наблюдать за поведением дочери (сына, мужа и т.п.), изменениями в настроении. Я бы предложил обсудить это с…, поговорить об этом с…

Рекомендация и совет предполагают убеждение, основанное на субъективном чувстве правильности, поэтому всегда присутствует опасность навязывания собственного мнения. Всегда стоит помнить о том, что совет может иметь негативные последствия. Поэтому, даже когда клиент настойчиво просит совета, помните о связанной с этим ответственности.

**8. Убеждение**

Убеждение и внушение проявляется в консультировании с самого начала. Именно внушение и убеждение вызывает у клиента оптимизм относительно его потенциала для прогресса, давая клиенту надежду на улучшение, хотя, в действительности, консультант порой мало что может гарантировать. Когда клиент сталкивается с болезненными переживаниями, убеждение консультанта может стать тем шагом, который поможет в их переживании и преодолении. Убеждение используется множеством способов, например, для облегчения эмоционального выражения ("Вы имеете право испытывать печаль!"); чтобы преодолеть сопротивление клиента, который пришел под влиянием окружения (например, "Я понимаю, что вы здесь не по собственной воле. Однако вряд ли найдётся человек, у которого нет никаких проблем. Может быть, стоит подумать о том, как, несмотря ни на что, использовать это время продуктивно")

**9. Обратная связь**

Обратная связь – это описание поведения клиента, которое помогает ему узнать, как другие воспринимают его, как они реагируют на его поведение. Обратная связь - это также способ помочь клиенту задуматься над коррекцией своего поведения. Приведём критерии полезной обратной связи.

1. Обратная связь описательна и безоценочна. Описание поведения клиента предоставляет ему свободу выбора в том, как реагировать на него. Избегая оценок, мы тем самым уменьшаем потребность клиента защищаться.

2. Предоставление точной и конкретной информации о тех или иных аспектах поведения клиента обращает его внимание на собственные проявления и призывает к их исследованию.

3. Обратная связь направлена на тот аспект поведения, с которым клиент способен что-либо сделать. Указание на недостатки, которые находятся вне контроля клиента, лишь фрустрирует его.

4. Обратная связь своевременна. Она максимальна полезна, когда выражается сразу, вслед за той или иной реакцией клиента.

Пример

Консультант: Я заметил, что уже не один раз при упоминании о дочери ваше лицо оживает, после чего вы снова на некоторое время замолкаете.

Пример

Консультант: Когда вы рассказываете о компании своего сына, выражение вашего лица и тон демонстрируют пренебрежение.