Голубицкий Евгений Анатольевич
Лукьянович Ирина Анатольевна

КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ЛЮДЕЙ С ЗАВИСИМЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Практическое пособие для социальных работников

Минск 2012

УДК
ББК
???

Издано в рамках исполняемого Программой развития ООН
в сотрудничестве с Министерством здравоохранения гранта
Глобального фонда для борьбы со СПИДом, туберкулезом и малярией

Голубицкий, Е. А.

??? **Консультирование** людей с зависимым поведением : практическое пособие для социальных работников / Е. А. Голубицкий, И. А. Лукьянович.— ООО «Полипринт». — Минск : 2012. — 48 с.

ISBN 978-985-495-200-0.

Пособие предназначено для начинающих консультантов и социальных работников, которые занимаются консультированием людей, зависимых от психоактивных веществ.

Пособие содержит рекомендации по проведению первичных консультаций, основанные на принципах мотивационного консультирования, которое направлено на то, чтобы вызвать изменения в поведении зависимого посредством анализа и разрешения амбивалентности.

УДК
ББК

ISBN 978-985-495-200-1

© ООО «Полипринт», 2012

Есть одна история, и возможно, она произошла в жизни. Один художник рисовал на улице и увидел нищего бродягу. Художник попросил его попозировать, и тот согласился. Шло время. Бродяге не терпелось увидеть, каким же получился его портрет. И вот, наконец, портрет был закончен. Но к своему великому удивлению бродяга не увидел там неумытого и нечесаного человека в лохмотьях, с уставшим и изможденным взглядом. На картине был изображен мужчина в красивой одежде, с прической, на руке у него сверкал дорогой перстень. Взгляд этого человека, радостный и уверенный, был устремлен вперед. Пристально всматриваясь в портрет, бродяга узнал свой нос, глаза, подбородок, лицо. «Так это же я!» — удивленно воскликнул он...

По прошествии нескольких лет на этом же перекрестке остановился роскошный автомобиль. Из него вышел человек, хорошо одетый, с красивой прической, на руке у него сверкал дорогой перстень. Человек остановился и начал осматриваться, словно ища кого-то. Но улица была пустынна, накрапывал мелкий дождь, и люди не спешили выходить из своих теплых домов. И тогда человек поднял руки к небу и громко закричал: «Спасибо тебе, художник!»...

Кажется странным, что люди не прекращают принимать психоактивные вещества (ПАВ) несмотря на то, что понимают, сколько бед и проблем приносит им и их семьям зависимость.

Большинство из тех, кто употребляет ПАВ и алкоголь, говорят, что хотели бы с этим покончить. Но они не могут этого сделать или просто не предпринимают попыток...

Многие люди, имея вредные привычки, до конца не признают, что у них есть проблема или что сложности в их жизни обусловливаются употреблением ПАВ и / или алкоголя. Возможно, у них недостаточно причин для того, чтобы отказаться от употребления, а может быть, они их просто не замечают.

Введение

Данное руководство адресовано начинающим консультантам и социальным работникам, консультирующим людей, зависимых от алкоголя, наркотиков и других ПАВ. Предположительно, эти люди могут не иметь мотивации на лечение или не проявлять ее. Вероятно, их мотивация на этом этапе только внешняя (проблемы в семье, угроза тюремного заключения и т. п.).

Пять встреч, описанные в пособии, призваны помочь зависимым людям проанализировать свою ситуацию, увидеть ее в реальном свете и захотеть что-то предпринять. Надеемся, предложенные рекомендации помогут изменить к лучшему множество судеб или хотя бы вселить в сердца веру в то, что еще не все потеряно и жизнь даже, казалось бы, самого безнадежного человека в будущем может преобразиться.

Первичное консультирование зависимых проводится с целью их дальнейшего направления на те виды лечения, которые они выберут совместно с консультантом и на которые будут готовы на момент прохождения данного курса. Задача такого консультирования — развивать мотивацию на лечение.

Данное руководство опирается на принципы мотивационного консультирования, направленного на то, чтобы вызвать изменения в поведении клиента посредством анализа и разрешения амбивалентности, и характеризующегося не столько используемыми приемами, сколько своим духом (см. приложение 1), основанным на построении обоюдной коммуникации и доверительной беседы.

Другими словами, это клиентоцентрированный, динамичный, циклический процесс работы и способ общения, при котором клиент сам для себя изменяет баланс аргументов «за» и «против» употребления ПАВ, для него становятся очевидными преобладание отрицательных последствий употребления над положительными и необходимость изменения поведения, выявляются предпосылки изменений, усиливается мотивация клиента.

Любое консультирование подразумевает разговор между консультантом и клиентом, имеющий определенные цели. При этом консультант обладает определенными знаниями, навыками и техниками (см. приложение 2), позволяющими с максимальной эффективностью и минимальными затратами достичь этих целей. Важно, чтобы цели, которые преследуют собеседники, совпадали.

Консультирование в духе мотивационного предполагает достаточно активную, направляющую позицию консультанта и активную, взвешивающую и рассуждающую позицию клиента.

В этом пособии содержится ряд советов и указаний, а также алгоритм работы, который можно использовать в практике консультирования.

Важно помнить: мотивация человека может быть внешней и / или внутренней, положительной или отрицательной, устойчивой или неустойчивой. Это не стабильная характеристика клиента («немотивированный»), а динамический процесс, на который можно влиять.

Новичку, прежде чем проводить первую консультацию, обязательно нужно внимательно прочитать руководство до конца. Можно попробовать воспользоваться данными рекомендациями по консультированию в беседе с коллегами, друзьями и родственниками, после чего необходимо получить «обратную связь» по следующим вопросам: что они чувствовали на протяжении беседы, заставлял ли этот разговор их задуматься и анализировать. Стоит также всесторонне рассмотреть эту беседу согласно листу анализа (приложение 5).

Данное руководство не претендует на статус единственно правильного, а является лишь попыткой авторов поддержать начинающего консультанта, исходя из анализа собственного опыта работы в этой интереснейшей, коммуникативно насыщенной профессиональной области.

В рамках профилактики распространения ВИЧ-инфекции среди потребителей ПАВ методика мотивационного консультирования является одной из важнейших, так как помогает снизить рискованное поведение данной целевой группы, являющейся одной из основных групп, среди которых распространяется ВИЧ в Беларуси.

Основные рекомендации по проведению встреч

- Каждая встреча, включая практическую работу, должна длиться не более 1,5 часа.

- Практические задания можно копировать для выполнения на отдельных листах, которые должны оставаться на хранение у консультанта, в том числе для проведения дополнительного анализа.

- При выполнении практических заданий консультант может помогать клиенту, только объясняя суть задания, нельзя отвечать вместо клиента, даже если ответ кажется очевидным.

- Данный алгоритм проведения встреч не является строгим, очередность встреч может изменяться исходя из каждой конкретной ситуации. Также можно менять последовательность стратегий в рамках одной встречи, переносить их на следующую встречу либо вообще не использовать.

Аргументы для приглашения на встречи

Помните: у человека может не возникнуть желания прийти к вам на консультацию только потому, что вы не смогли четко сформулировать, почему ему это необходимо, либо ваши доводы ему были не интересны или не важны. Ниже приведены примерные аргументы в пользу проведения консультирования.

Пять аргументов, почему эти встречи важны для самого клиента:

1. Выход из постоянно множащихся неприятностей.

2. Повышение внутренней самооценки.

3. Возможность стать более успешным в жизни.

4. Улучшение взаимоотношений в семье.

5. Возможность приобрести в будущем новые интересные знакомства.

Три вещи, которые могут произойти, если этих встреч не будет:

1. Проблемы будут только расти.

2. Внутри появится еще больший дискомфорт, депрессивное состояние усугубится.

3. Вера в лучшее будущее будет полностью потеряна либо человек будет пребывать в плену фантазий, что придет время и он все сделает.

Внешние факторы, влияющие на процесс консультирования

Условно внешние факторы можно разделить на две группы: те, на которые вы не можете повлиять, и те, которые вы можете изменить. К первым относятся, например, здание, в котором вы консультируете, погода за окном, внешний шум и т. д., ко вторым — ваш внешний вид, поза, громкость голоса, темп речи, детали интерьера, наличие света, запах парфюмерии (в идеале перед консультированием не стоит пользоваться парфюмерией) и т. д.

Основная идея заключается в том, что обстановка и все остальное должно способствовать беседе, а не мешать ей. Помните: клиент должен чувствовать себя безопасно в вашей компании. Он не должен видеть в вас врага, и вы не должны вызывать у него подозрение.

Иногда консультанты в ходе встречи делают записи в блокноте (о каких-то важных деталях, наблюдениях), смотрят в нем заготовленные вопросы, рисуют что-то для объяснения и т. д. Это нормально, но в таком случае всегда нужно объяснить клиенту, для чего вы пользуетесь блокнотом, и получить у него разрешение на это. Например: «Если Вы позволите, по ходу нашей беседы я буду делать записи, которые мне помогут выполнять работу более эффективно».

Очень важно внимательно и добросовестно вести карту каждого клиента (см. приложение 6). Когда у вас их более двух, можно случайно перепутать значимые детали из жизни, что навредит атмосфере доверия.

Первая встреча

Помните: эмпатия, уважение, безусловное принятие — ключевые компоненты консультирования. Они должны присутствовать от начала и до конца каждой встречи.

- Поздоровайтесь, предложите клиенту присесть. На рисунке изображена предпочтительная схема расположения во время консультации, при котором клиент может чувствовать себя защищенно, так как он частично отгорожен столом, но в то же время стол не является препятствием для коммуникации.

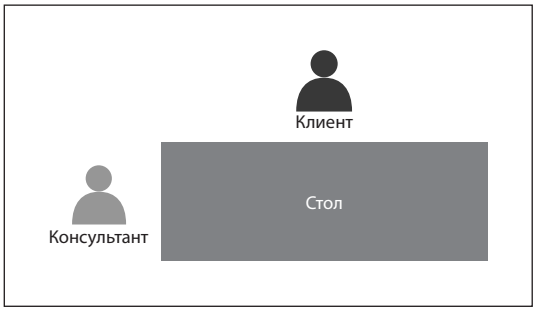


Схема расположения во время консультации

- Назовите себя (представьтесь, кто вы и откуда).

- Спросите, как вы можете обращаться к клиенту (например: «Могу ли я Вас называть просто по имени и на «ты» или Вам будет удобнее по имени и отчеству и на «Вы»?»).

- Коротко поясните цель вашей беседы, назовите приблизительно ее продолжительность и получите согласие клиента на продолжение беседы.

- Заведите с клиентом разговор о его образе жизни, затруднительных стрессовых ситуациях, об употреблении наркотиков / алкоголя. Иногда в начале для установления контакта и снятия напряжения можно поговорить о чем-то отвлеченном либо попросить вкратце рассказать о себе.

Эта стратегия предусматривает общую беседу об образе жизни клиента, о стрессах и проблемах, существующих у него на сегодняшний день, в ходе которой затрагивается тема употребления наркотиков / алкоголя. Это лучше делать с помощью открытого вопроса:

Какова роль наркотиков / алкоголя в Вашей жизни?

Будьте естественны, не волнуйтесь, вы должны выглядеть уверенно и спокойно.

Не стройте наполеоновских планов и вообще не ожидайте «чего-то этакого» от первой встречи. Не старайтесь все вместить в одну консультацию (за исключением тех случаев, когда у вас действительно может быть только одна встреча).

Не перегружайте первую встречу, так как именно она создает первое впечатление и влияет на отношение клиента к дальнейшему общению.

Основная задача — четко объяснить вашу цель, получить согласие и сформировать доверительное отношение.

Вспомните, как вы разговариваете с располагающими людьми. Представьте, что вы уже имели приятную беседу с этим клиентом.

Ну а если все это вам никак не помогает, и вы волнуетесь, чувствуете себя неуверенно, тогда просто скажите об этом клиенту:

Ты знаешь, это мой первый опыт проведения консультации, я так хочу, чтобы все получилось лучшим образом, поэтому несколько волнуюсь и тревожусь по этому поводу. Все, что собирался сказать, как стерло из памяти!

Поверьте, это будет лучше, нежели вы будете пытаться скрыть свое волнение.

Пожалуй, первая встреча может быть единственным моментом, когда консультант говорит больше, чем клиент.

- Узнав, что думает клиент, попытайтесь понять, в какой степени он относит сказанное к себе и своей жизни, воспринимает ли употребление наркотиков и последствия того как свою проблему. Будет не лишним задать такие, например, вопросы:

Мы поговорили о проблемах, связанных с употреблением наркотиков, но насколько это касается Вас?

Согласны ли Вы с тем, что говорят по поводу проблем, связанных с употреблением наркотиков?

Что Вы думаете по поводу того, что нечто подобное может произойти с Вами?

Считаете ли Вы, что это никогда с Вами не произойдет?

- Если клиент все еще не признает проблемы, согласитесь с ним, например:

Наверное, это мало к Вам относится...

Итак, по Вашему мнению, это не про Вас...

- После таких высказываний можно прибегнуть к примерам из жизни людей, которых клиент может знать, или рассказать о людях, которых знаете вы.

- Заронить сомнение в душу клиента по поводу его уверенности в том, что это его не касается, можно, в частности, с помощью таких вопросов (если вы говорите о последствиях употребления наркотиков):

Возможно, Вы знаете кого-то, с кем случилось что-то подобное?

Вы можете привести пример из своей жизни, один из Ваших знакомых оказался в такой ситуации?

- Затем можно попытаться развить данную тему (но при этом особенно не настаивайте, иначе клиент начнет сопротивляться):

Расскажите подробнее о своих мыслях и переживаниях по поводу того, что случилось с Вашим знакомым.

Избегайте «постановки диагноза» со своей стороны, пусть клиент сам оценит сложившуюся ситуацию, свое поведение. Лишь в том случае, если при первой встрече клиент сам скажет о том, что у него есть проблемы с употреблением наркотика / алкоголя и с этим связаны все остальные проблемы, вы можете прямо ссылаться на это личное высказывание клиента.

- Используйте метод «воронки»: если клиент называет слишком много второстепенных неприятностей, происходящих с ним, выделите две-три главные и попросите клиента проанализировать, какую роль это играет в его жизни, как с этим живется и хотелось ли бы что-то изменить, если да — что?

- В конце встречи полезно повторить главные выводы и озвучить достижения клиента во время беседы. Попросите клиента подвести итог и потом сделайте это сами.

Существует такой негласный психологический закон: «Я лучше что-то узнаю, когда рассуждаю (говорю) об этом».

Хороший признак, если в конце встречи клиент сам говорит открыто о своем положении примерно следующее: «Я до сих пор не осознавал, насколько велико влияние наркотиков на мою жизнь».

Практическая работа

Упражнение 1

Оцените по 10-балльной шкале, насколько Вы зависимы от употребления психоактивных веществ.

ПАВ	Оценочная шкала											
Табак	Совсем не зависим	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Очень сильно зависим
Алкоголь	Совсем не зависим	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Очень сильно зависим
Наркотики	Совсем не зависим	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Очень сильно зависим
Другое (уточните) _____	Совсем не зависим	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Очень сильно зависим

Упражнение 2. Аргументы за употребление и против него

(проводится в первую очередь касательно употребления наркотиков / алкоголя)

Кратко напишите Ваши личные аргументы соответственно в каждой колонке.

Состояние	За	Против
Употребление		
Трезвость		

Вторая встреча

- Поприветствуйте клиента, предложите ему присесть.

- Предложите клиенту вспомнить ключевые моменты прошлой беседы, при необходимости напомните сами.

- Кратко ознакомьте клиента с моделью изменения поведения (см. приложение 3) и определите, на какой из стадий находится клиент (параллельно предложите ему выполнить практическую работу). Исходя из этого, выстраивайте дальнейшую стратегию консультирования.

Основная идея — перевести клиента последовательно и не торопясь на стадию действий или как минимум на стадию принятия решения.

Помните, что мотивация — структура динамичная, она может меняться и от правильности ваших действий будет зависеть, в какую сторону и насколько долго.

- Для выбора стратегии действий или начала вмешательства можно использовать шкалу готовности: предложите клиенту оценить по шкале, например от 0 до 10, где 0 — полное отсутствие готовности менять поведение, 10 — полностью готов (таким же образом в отношении желания и возможности), где он находится (на какой отметке).

- Затем, исходя из выбора отметки клиентом, задавайте вопросы, например такие:

Почему 7, а не 9?

Что препятствует тому, чтобы было 9?

Почему 7, а не 3?

Что нужно или что должно произойти для того, чтобы сдвинуться на пункт или два?

Избегайте построения идеальных целей клиентом, помогите ему сосредоточиться на том, что на самом деле возможно для него, в его уникальной ситуации. Чем проще и реальнее будут его первые шаги, тем легче ему их будет делать.

Некоторые фразы, демонстрирующие эмпатию:

Я понимаю, как это тяжело...

Да, действительно, что-то менять в себе — это не легко.

Должно быть, это не легко для Вас.

Следуя принципам мотивационного консультирования, всегда нужно помнить о сопротивлении (см. приложение 4), которое может проявляться в разных формах — от пассивного молчаливого кивания до споров и демонстративного игнорирования вас или полного несогласия с каждым вашим словом.

Сопротивление — это результат вашего взаимодействия, своего рода индикатор правильности ваших действий. Очень важно уметь распознавать сопротивление вовремя и мгновенно реагировать на него: менять стратегию, «делать шаг назад». Сопротивление говорит о том, что ваши действия не соответствуют стадии, на которой находится клиент.

Примеры реагирования на сопротивление:

Вы вправе не хотеть меняться... это Ваш выбор.

Возможно, Вы не готовы еще обсуждать эту тему.

Хорошо, о чем бы Вы тогда хотели поговорить, что, на Ваш взгляд, более важно обсудить сейчас?

В любом случае я уважаю Вашу позицию, даже если она не совпадает с моей.

Я ни в коей мере не собираюсь спорить с этим, просто я хотел бы больше понять...

Помните, что человек, почувствовав себя загнанным в угол, будет с еще большим упорством отстаивать свою точку зрения. Именно это произойдет, если вы попытаетесь навязать клиенту свою позицию как единственно правильную.

Работая в духе мотивационного консультирования, необходимо помнить, что изменение и формирование внутренней мотивации клиента происходит через выявление внутренних противоречий или двойственного отношения к ситуации (амбивалентность) и их разрешение. И именно вы должны помочь клиенту найти и вскрыть амбивалентность, осознать противоречия. Для этого необходимо их развить:

Расскажите, что хорошего в том, что Вы делаете (употребляете наркотики, курите и т. д.), и что в этом не очень хорошего?

Как Вы думаете, какой была бы Ваша жизнь, если бы Вы прекратили употребление?

Насколько употребление будет способствовать достижению Ваших целей в жизни?

С одной стороны, Вы говорите, что для Вас очень важно... с другой — Вы продолжаете употребление... помогите мне понять...

Что нужно поменять для того, чтобы достичь Ваших целей?

Попробуйте представить, как будут обстоять дела в Вашей жизни через два-три года при условии, что Вы откажетесь от употребления.

Побуждайте рассуждать клиента о «за» и «против» изменений, не делайте это за него. Поддерживайте любые высказывания, направленные на изменения. Акцентируйте внимание на ресурсах клиента, которые ему помогут достичь поставленных целей.

Как свидетельствуют проведенные исследования, споры и серьезные аргументы со стороны консультанта приводят большинство клиентов в замешательство, они начинают думать, что на них

в буквальном смысле слова нападают. Вследствие этого клиенты менее активны в ходе лечения, не воспринимают советов консультанта и всячески ему противоречат. Практика показала, что враждебность клиентов приводит к отказу от лечения и к рецидивам. Следовательно, споры с клиентами непродуктивны независимо от того, склонны ли они отрицать или приуменьшать проблемы, связанные с наркотиками / алкоголем.

- В конце встречи обобщите ключевые выводы клиента, если клиент уже озвучивал свои возможные шаги, резюмируйте их. Попросите клиента определиться с тем, что он попытается предпринять до следующей встречи, чтобы можно было анализировать полученные результаты.

Практическая работа

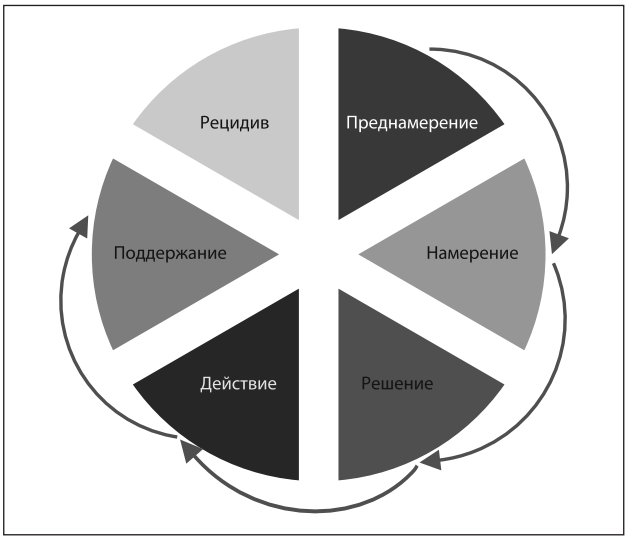
Упражнение 1. Шкала готовности

Проанализируйте на данный момент свое желание начинать изменять ситуацию в своей жизни по 10-балльной шкале.

Полностью не готов	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Полностью готов

Упражнение 2

Пожалуйста, отметьте, где, по Вашему мнению, Вы находитесь сейчас.



Модель изменения поведения

Что или кто может помочь Вам перейти на следующую стадию модели? Напишите не менее трех вариантов. _____

_____

_____

_____

_____

_____

Шаги, которые Вы можете сделать в ближайшее время, чтобы перейти на следующую стадию модели изменения (напишите не менее трех шагов).

Третья встреча

- Поприветствуйте клиента, предложите ему присесть.

- Предложите клиенту вспомнить ключевые моменты прошлой беседы, при необходимости напомните сами.

- Если на предыдущей встрече вы разрабатывали шаги, проанализируйте их выполнение. Если шаги не удалось осуществить, узнайте, что помешало; если удалось, выясните, что помогло и уточните, чувствует ли клиент, что он стал ближе к цели.

Помните: важно поощрять все достижения клиента, но всегда следует оставлять ему право на ошибку и собственный выбор, иначе в случае неудачи клиент может отказаться прийти к вам снова.

- Рассмотрите вместе с клиентом его стандартный день, начиная с утра (по минутам что за чем следует).

- Вначале попросите клиента выбрать один—три обычных дня из его жизни (выполняя практическую работу). После этого сформулируйте предложение:

Интересно было бы проанализировать этот день. Мы можем потратить следующие 5—10 минут, чтобы описать этот день (неделю) от начала и до конца. Что происходило, что Вы при этом чувствовали, какую роль играло употребление наркотиков? Давайте начнем с самого начала.

Применение данной стратегии преследует цель установить и закрепить доверительные отношения, помочь клиенту подробно рассказать о своем нынешнем поведении, не употребляя слов

«проблемы», «ненормально», «так нельзя», и в ходе беседы более детально оценить степень его готовности к изменениям. Поэтому очень важно во время разговора собирать подходящую информацию для составления такой оценки.

- Расспросите клиента о событиях дня и в процессе анализа вместе с ним сосредоточьте внимание на поведении и чувствах (с помощью отражения чувств).

На данном этапе основной вклад в разговор с вашей стороны заключается в формулировании простых и откровенных вопросов, побуждающих клиента рассказывать и анализировать то, о чем он рассказывает. Следует акцентировать внимание на словах и фразах клиента, намекающих на его отношение к тому, как он сейчас живет (например, «надоело, каждый день одно и то же», или наоборот, «а что — ну день как день, ничего необычного, все как всегда, все нормально»).

- Обсудите будущее (возродите планы, мечты и желания) и настоящее (текущая жизнь и наркотики): сравните это так, чтобы нашелся повод для размышления. Обратив внимание на несовместимость жизни клиента в данный момент с тем, как он / она хочет жить в будущем, четко сформулируйте противоречие между желаемым и действительным. Это может стать очень сильной мотивирующей силой. Все предложенное легче выполнить во время практической работы.

Эта стратегия применима только к тем клиентам, кто хоть немного озабочен своим положением.

- Для начала поговорите с клиентом о его видении «светлого будущего». Спросите, например:

Что в жизни является для Вас самым важным? А еще?

Что хорошего говорят о Вас Ваша семья, друзья, знакомые?

Каким люди Вас помнят?

Чем Вы в идеале хотели бы заниматься через год?

Через два? Через пять лет?

У Вас есть мечта? Нереализованное желание?

Как бы Вы хотели, чтобы Ваша жизнь изменилась в будущем?

- Подытожьте сказанное клиентом, например:

В общем, можно сказать, что Вы (у Вас)...

- Найдите возможность поддержать клиента и укрепить в нем мысль о его способности распоряжаться своей жизнью, например:

Это хорошо, что Вы сохранили сокровенные мечты, планы в надежде на то, что однажды они все-таки осуществятся с Вашей помощью. Вы хотели бы распоряжаться своей жизнью согласно своим планам, верно?

- Затем плавно переходите к рассмотрению текущей ситуации, жизни клиента в настоящий момент. Спросите у него о противоречиях между будущим и настоящим, например:

Как употребление наркотиков влияет на Вас в данный момент?

Что мешает Вам сейчас стремиться к тому, что Вы хотите иметь в своей жизни?

Как употребление наркотиков соотносится с Вашими целями в жизни?

Сочетается ли Ваш образ потребителя наркотиков и тот образ, каким Вы хотели бы видеть себя или каким Вас хотели бы видеть другие?

Есть ли что-то в связи с употреблением Вами наркотиков, что Вы хотели бы изменить для того, чтобы наконец достичь своей цели?

Что станет с Вашей жизнью, если Вы ничего не измените?

Если Вы будете продолжать, как и прежде, каким Вы себя видите через три года?

- В конце такого обсуждения обязательно задайте клиенту, например, следующий вопрос:

Что Вы думаете по поводу всего этого?

- Подведите итог после того, как клиент попытается соотнести употребление наркотиков со своими жизненными целями, например:

Что ж, по Вашим словам, Вы хотели бы... (скажите о планах и будущем клиента), но сейчас у Вас... (скажите о текущей ситуации и употреблении наркотиков) и Ваши чувства и мысли по этому поводу...

- Если же такое подведение итогов вызвало затруднение, попробуйте начать издалека («Итак, давайте посмотрим, Вы сказали, что...»). Проговорите сказанное клиентом и только потом плавно переходите к обобщению.

Практическая работа

Упражнение 1. Моя жизнь

Вспомните и проанализируйте последние три дня из Вашей жизни или любые другие три дня, лучше, если они будут чем-то сильно отличаться.

Первый день	Второй день	Третий день
6.00	6.00	6.00
7.00	7.00	7.00
8.00	8.00	8.00
9.00	9.00	9.00
10.00	10.00	10.00
11.00	11.00	11.00
12.00	12.00	12.00
13.00	13.00	13.00
14.00	14.00	14.00
15.00	15.00	15.00
16.00	16.00	16.00
17.00	17.00	17.00
18.00	18.00	18.00
19.00	19.00	19.00
20.00	20.00	20.00
21.00	21.00	21.00
22.00	22.00	22.00
23.00	23.00	23.00
24.00	24.00	24.00

Напишите не менее трех выводов, исходя из анализа вашего времяпровождения. Важно, чтобы эти выводы были сделаны с учетом Вашей реальной ситуации.

Упражнение 2. Выявление возможных препятствий по достижению целей

Реальная ситуация	Мечты в пределах 3—5 лет	Что мешает?
Родственники, друзья:		
Личная семья:		
Работа, достижения:		
Другое (назовите):		

Сделайте не менее трех личных выводов из упражнения.

Четвертая встреча

- Поприветствуйте клиента, предложите ему присесть.
- Попросите клиента вспомнить ключевые моменты прошлых бесед.
- Проанализируйте совместно, изменилось ли поведение клиента после состоявшихся встреч. Если изменилось, то как.
- Поинтересуйтесь, есть ли у него какие-либо важные открытия, которыми он хотел бы поделиться.
- На этой встрече предоставьте клиенту необходимую информацию, которая в будущем может ему помочь при обдумывании решения.

Предоставляйте информацию дозированно, поэтапно. Для начала убедитесь в том, что клиент способен воспринимать информацию (находится в трезвом состоянии, готов вас внимательно слушать и заинтересован что-то от вас узнать). Вначале получите разрешение клиента на сообщение информации, используя такие вопросы, как:

Скажите, Вам интересно будет узнать о том, к каким последствиям приводит...

Хотите узнать больше о том, как...

Вас интересует...

- Постарайтесь подготовить клиента к восприятию того, что вы скажете, и только затем переходите к информированию.

Саму информацию сообщайте общо, нейтрально, безотносительно к клиенту, ссылаясь на то, что обычно случается с людьми вообще, а не с данным конкретным человеком. Коротко расскажите о существующих видах по-

мощи и приведите примеры выздоровления из практики ваших знакомых. Попросите клиента привести примеры выздоровления своих знакомых и вспомнить, какие этапы они проходили.

Помните, что выздоровление носит накопительный характер, зависимый человек может пройти разные виды помощи, некоторые неоднократно, иметь множество рецидивов, и только после того, как у него накопится достаточно знаний и умений, он может полностью освободиться от зависимости.

- Предоставив информацию, поинтересуйтесь реакцией клиента, например задав открытый вопрос:

Что Вы думаете по этому поводу?

В случае же, если клиент явно озвучит свою проблему и риск возможных негативных последствий, о которых Вы с ним говорили, очень полезно поддержать клиента и похвалить его способность признавать трудности и справляться с ними, например:

Вам многое пришлось пережить, похоже, Вы неплохо справляетесь со своими проблемами вообще, раз справились со всем этим...

- Исследуйте вместе с клиентом опасения и проблемы, беспокоящие его в связи с употреблением им наркотиков и изменением поведения.

Эта стратегия является самой важной. Получение информации об опасениях и проблемах, связанных с употреблением клиентом наркотиков, позволяет составить план дальнейшей работы с ним.

Эту стратегию можно использовать в работе только с теми, у кого уже есть опасения, о которых вы так или иначе узнали. Но ее применение по отношению к тем клиентам, которые вообще не думают об изменении, будет преждевременным. Ошибочно приступать к работе с этой стратегии.

- Начните с вводного вопроса:

После того как мы уже многое обсудили, какие опасения у Вас есть в связи с употреблением Вами наркотиков? (Какие опасения у Вас есть по поводу употребления Вами наркотиков?)

- Затем подытожьте сказанное клиентом в ответ, например:

То есть Вы говорите о том, что...

- Задайте следующий вопрос:

Что еще Вас пугает (смущает, беспокоит) в связи с употреблением Вами наркотиков? Что еще? А еще?

- Продолжайте до тех пор, пока все опасения не будут высказаны. После каждого ответа клиента подводите краткий итог.

- В конце резюмируйте все сказанное клиентом.

При этом подчеркните не только упомянутые опасения, но также и высказанные ранее клиентом выгоды (позитивы, преимущества) употребления наркотиков.

Попробую обобщить то, что Вы сказали. Итак, Вас беспокоит в связи с употреблением Вами наркотиков... А с другой стороны, по Вашим словам, употребление наркотиков доставляет (дает, помогает) Вам... Не так ли?

- После обобщения можно переходить к подведению итогов встречи.

Практическая работа

Упражнение 1

В начале встречи мы обменивались информацией, которая, возможно, была полезна Вам. Запишите пять ключевых моментов из этой беседы, которые помогут Вам продвинуться дальше по модели изменения поведения.

_____

_____

_____

_____

_____

Упражнение 2. Защити свое будущее

Вспомните реальные ситуации из Вашей жизни, которые могут провоцировать Вас на рецидив. Проанализируйте, что Вам может помочь справиться с ними по следующему алгоритму.

Ситуация 1: _____

Помощники: _____

Мысли: _____

_____

Решения: _____

_____

Действия: _____

_____

Ситуация 2: _____

Помощники: _____

Мысли: _____

_____

Решения: _____

_____

Действия: _____

_____

Пятая встреча

Общая задача для консультанта — развивать и поддерживать у клиента осознание собственных ресурсов, поддерживать надежду, оптимизм и ощущение возможности довести начатые изменения до конца. В некоторых случаях таких ресурсов может и не быть, тогда работа будет строиться на их создании.

Начните встречу с подведения итога предыдущих встреч:

Итак, мы на предыдущих встречах обсуждали... Вы выразили желание и приняли решение... Все ли остается в силе? Не передумали? Если все так, предлагаю сейчас обсудить и наметить четкий и ясный план по достижению поставленной цели.

Характеристики целей:

1. Конкретны, как можно более просты и понятны.

2. Измеримы (имеют временные либо количественные рамки).

3. Приемлемы для клиента.

4. Реалистичны.

Характеристики планов:

1. Наиболее детальны.

2. Соответствуют логике приоритетов.

3. По возможности учитывают различные риски.

Иногда полезно составлять план на короткий период, в котором конечным пунктом будет прописана очередная ваша встреча.

В практическом задании приведен план достижения изменений, который можно использовать в предложенном виде либо несколько модифицировать в соответствии со своим стилем работы.

- Полезно дать некоторый информационный материал на руки, это может быть все, что вы сочтете уместным и нужным для клиента.

Помните: у каждого зависимого человека есть благоприятные условия для развития его зависимости там, где он живет. Поэтому, если возможно, попытайтесь привлечь его близких для участия в группах взаимопомощи либо постарайтесь встретиться с ними и проинформировать их о том, как им нужно правильно себя вести, чтобы выздоровление их близкого человека было более устойчивым.

После каждой консультации проводите работу над собой: вспоминайте ход беседы, отмечайте, что получилось, какие вопросы были заданы, имело ли место сопротивление и как вы его преодолели, следовали ли вы принципам мотивационного консультирования и т. д. (см. приложение 5).

Практическая работа

План достижения изменений

Изменения, которых я хочу достичь _____

_____

_____

_____

_____

_____

Наиболее важные причины, по которым я хочу измениться _____

_____

_____

_____

_____

_____

Я планирую сделать следующее для достижения моих целей:

План действий _____

_____

_____

_____

Когда _____

_____

_____

Первый шаг, который я планирую сделать для достижения цели _____

_____

_____

_____

_____

Возможные препятствия на пути достижения цели (внешние, внутренние)

_____

_____

_____

_____

Люди, которые могут помочь мне (кто и каким конкретно образом)

Я надеюсь, что мой план осуществится, потому что

Как я узнаю, что мой план работает

Я буду обсуждать этапы реализации плана с консультантом

Его контакты

Следующая встреча

Дух мотивационного консультирования

Крайне важно проводить различие между духом мотивационного консультирования и приемами, которые мы рекомендовали для того, чтобы этот дух проявился. Вариаций приемов может быть столько же, сколько клиентов консультируется. Но дух метода остается постоянным, охарактеризовать его можно несколькими основными чертами.

1. Мотивация к изменению поведения возникает у самого клиента, а не навязывается ему извне. Другие мотивационные подходы подчеркивают важность принуждения, убеждения, конструктивной конфронтации и использования внешних обстоятельств (например, угрозы потерять работу или семью). Такие стратегии имеют право на существование для побуждения клиента изменить поведение, но по своему духу в корне отличаются от мотивационного консультирования, в основе которого лежит самоопределение и мобилизация внутренней системы ценностей и целей клиента с тем, чтобы стимулировать изменение поведения.

2. Формулирует и разрешает свою амбивалентность именно клиент, а не консультант. Амбивалентность принимает форму конфликта между двумя возможными направлениями действий (например, потворство против самообладания), каждое из которых имеет как преимущества, так и недостатки. У многих клиентов никогда не было возможности проговорить зачастую запутанные, противоречивые и имеющие исключительно личный характер элементы такого конфликта. Например: «Если я брошу курить, я буду лучше себя чувствовать, но, с другой стороны, я начну поправляться и терять привлекательность, что может сделать меня несчастным». Задача консультанта — помочь клиенту выразить обе стороны амбивалентности и направить его к принятию приемлемого решения, могущего повлечь за собой изменение поведения.

3. Стиль консультирования обычно спокойный и выявляющий. Прямое убеждение не является эффективным методом разрешения амбивалентности. У консультанта возникает искушение «помочь», убедив клиента в том, что проблема требует неотложного решения и изменение поведения гарантирует преимущества. Однако очевидно, что подобные тактики обычно увеличивают сопротивление клиента и снижают вероятность изменения (Miller, Benefield & Tonigan, 1993; Miller & Rollnick, 1991).

4. Готовность к изменениям является не чертой клиента, а результатом изменяющегося межличностного взаимодействия. Поэтому консультант должен быть в высшей степени внимателен и восприимчив к любым проявлениям мотивации клиента. Сопротивление и «отрицание» расцениваются консультантом не как

черты характера клиента, а как реакция на поведение консультанта. Сопротивление клиента часто является сигналом того, что консультант переоценивает готовность клиента к изменениям. В этом случае консультанту необходимо скорректировать стратегии мотивации.

5. Взаимоотношения между консультантом и клиентом являются в большей степени партнерскими или дружескими, нежели отношения, характерные для ролей эксперта и реципиента. Консультант уважает автономию и свободу выбора клиента (а также последствий этого выбора) в вопросах его / ее поведения.

Рассматривая проблему под таким углом зрения, нельзя расценивать мотивационное консультирование как метод или набор приемов, которые «применяются» к клиентам или (что еще хуже) «используются» для манипулирования людьми. Напротив, это межличностный стиль, который ни в коей мере не ограничен рамками формальных консультаций. Это тонкий баланс направляющих и клиентоцентрированных компонентов, объединенных философской концепцией и пониманием механизмов, запускающих изменения. Если же все превращается в набор трюков или технику манипулирования, то смысл метода теряется (Miller, 1994).

Основные техники, используемые в консультировании

1. Формулирование «открытых» вопросов. Не задавайте вопрос ради вопроса. Правильный вопрос — это самый главный компонент и очень мощный и эффективный инструмент в консультировании, направленном на изменение поведения. Иногда перед встречей целесообразно обдумать и даже записать вопросы, которые, на ваш взгляд, имеют тот самый «заряд изменений».

2. Высказывание и демонстрация клиенту своей поддержки. Это позволяет клиенту осознать и принять тот факт, что у него достаточно сил и возможностей что-либо изменить, кроме того, это «батарейка» для роста мотивации на изменения. Важно, чтобы поддержка была искренней и уместной. (Например, «Приняв такое решение, Вы уже сделали огромный шаг в сторону изменений!», «Мне было приятно обсудить эту тему с Вами, спасибо, что Вы были искренни», «Я верю, что у Вас все получится, ведь, как выяснилось, эти трудности легко преодолимы» и т. д.).

3. Отражающее слушание (перефразирование, проверка правильности понимания сказанных слов, короткие резюме в ходе беседы), **невербальная демонстрация внимания** (кивки головой, зрительный контакт). (Например, «Вы имеете в виду, что...», «Насколько я понял, ситуация выглядит следующим образом...», «Это звучит, как будто...» и др.).

4. Подведение итога. Это дает возможность клиенту со стороны услышать собственный рассказ (что повышает уровень осознанности и в то же время позволяет провести некоторые корректировки), а кроме того, перейти к обсуждению другой темы.

Наряду с этим существуют конкретные модели поведения, которым консультант может научиться. Наиболее характерные из них указаны ниже:

- Оценка уровня реагирования клиента, исходя из его высказываний.
- Стремление понять «систему координат» клиента, в частности путем рефлексивного слушания.
- Выражение приятия и аффирмации.
- Выявление и выборочное усиление самомотивирующих высказываний клиента — выражение осознания проблемы, озабоченности, желания и намерения к изменению.
- Мониторинг степени готовности клиента к изменениям и недопущение возникновения сопротивления, связанного с опережением клиента консультантом.
- Подтверждение свободы выбора и самонаправленности клиента.

Модель изменения поведения (James Prochaska & Carlo Di Clemente)

Поступки человека в повседневной жизни, как правило, определяются привычной для него схемой поведения. Находясь в необычной для себя ситуации или перед необходимостью выбора, он может сделать совершенно неожиданный шаг либо последовать одной из опробованных ранее стратегий. Люди, обладающие широким и разнообразным набором коммуникативных стратегий, легче адаптируются в нестандартных ситуациях, чаще принимают взвешенные и ответственные решения. Если же у человека в арсенале только одна или две стратегии, это значительно ограничивает его свободу выбора и повышает вероятность принятия неудачных решений.

Человек — сложное существо и в простые схемы вписывается не всегда. В связи с этим в 1993 году была предложена модель изменения поведения (James Prochaska & Carlo Di Clemente), которая включает следующие стадии.

Преднамерение

Описание стадии. На этой стадии человек не подозревает, что у него есть проблема, или серьезно не думает об изменении своего поведения.

Скорее всего, он просто не обладает достаточной информацией. Отсутствием информации можно объяснить и активное нежелание ее получить. Около 50 % людей отрицают существование проблемы и, следовательно, не видят причин изменить свое поведение. Они, безусловно, нуждаются в помощи. Помощь нужна и тем людям, которые признают существование проблемы, но испытывают неуверенность в себе, им трудно смириться с ее присутствием в их жизни, трудно контролировать себя и свое поведение.

Примерная стратегия консультанта. Принять недостаток готовности. С самого начала прояснить ситуацию: решения принимает сам клиент. Предлагать и предоставлять информацию в нейтральной, не осуждающей манере. Объяснить риски, связанные с употреблением ПАВ, и рассмотреть их в отношении клиента. Предложить информацию, которая будет способствовать снижению вреда. Поощрять переоценку существующей модели поведения. Поощрять самоанализ, а не действия.

Намерение

Описание стадии. На этой стадии человек начинает реально осознавать суть и значимость проблемы. Он в значительной мере оказывается подвержен психологическим расстройствам, поскольку убеждается в необходимости изменить поведение.

Он пытается контролировать свою жизнь; зачастую, сомневаясь в своих возможностях, ищет поддержки у окружающих. Ему необходима дополнительная информация. На этой стадии происходит анализ требуемых затрат и возможных выгод в случае изменения поведения.

Стадия намерения может быть довольно продолжительной.

Примерная стратегия консультанта. Принять недостаток готовности. Прояснить ситуацию: решения принимает сам клиент.

Поощрять анализ и оценку всех «за» и «против» изменения поведения. Понять, обобщить и высказать колебания и сомнения клиента по поводу изменений. Подчеркивать новые положительные перспективы изменений, обнаруженные в результате анализа и оценки.

Отслеживать, отражать и усиливать высказывания клиента, направленные на побуждение самого себя. Избегать соблазна предлагать доводы в пользу изменения, поощрять клиента делать это самостоятельно.

Решение

Описание стадии. На данной стадии человек уже владеет достаточной информацией о своей проблеме и осознает значимость этой информации для себя. Человек ищет выход из сложившейся ситуации. Принимает решение, будет ли он изменять свое поведение. Обдумывает возможные варианты действий для изменения поведения и условия, необходимые для этого.

Примерная стратегия консультанта. Изучить вместе варианты и стратегии поведения. Выявить проблемы и препятствия, поддержать клиента в их преодолении. Оказать помощь в определении возможных источников социальной поддержки. Помочь клиенту поверить в его скрытую способность изменить поведение. Поощрять небольшие начальные шаги.

Действия

Описание стадии. Это стадия, на которой человек изменяет свое поведение и влияющие на него факторы. Решение реализуется на практике. Человек начинает чувствовать уверенность в себе, потому что он верит в возможность реализации принятого решения. Окружающие также замечают происходящие изменения и обычно «отдают ему должное» (одобрение других людей очень значимо). Стадия действий обычно является наименее продолжительной, но она самая важная.

Примерная стратегия консультанта. Помочь в процессе определения целей, в планировании. Поддержать при решении проблем. Помочь в определении препятствий к осуществлению изменений и факторов, закрепляющих изменения. Сосредоточиться на признаках изменения и социальной поддержке. Поощрять

самостоятельность и вселять уверенность в собственных силах при устранении препятствий. Помогать избавляться от чувства утраты прежнего образа жизни. Проговаривать долговременные преимущества изменения и укреплять их понимание.

Поддержание

Описание стадии. На этой стадии человек пытается укрепить достигнутые результаты и предупредить рецидив. Для поддержания изменений важна позиция так называемого значимого окружения. Если есть поддержка со стороны близких людей, вероятность рецидивов снижается. Человек может испытывать страх перед возможным рецидивом, ослабевающий только со временем.

Примерная стратегия консультанта. Поддержать клиента в побуждении самого себя. Обсудить возможность противостояния срывам. Определить стратегии преодоления срывов, которые дали хороший результат. Исследовать и спрогнозировать факторы, которые могут вызвать срыв. Составить план поддержки (близкие, группы самопомощи, консультант).

Рецидив

Описание стадии. Если человек оказывается не в состоянии поддержать происшедшие изменения, возникает рецидив — возвращение к проблемному поведению. Это может иметь серьезные негативные последствия: потерю веры в возможность реализовывать собственные решения, контролировать свою жизнь.

Однако человек может вернуться на стадию намерения и совершить еще один оборот по «спирали изменений».

Примерная стратегия консультанта. Помочь клиенту проанализировать случившийся срыв. Предложить клиенту рассматривать срыв как поучительный опыт, а не как провал. Вместе оценить ситуации, связанные с высоким риском. Сосредоточиться на всех «за» и «против» того, чтобы немедленно вернуться к попыткам изменить поведение.

Данная модель циклична, и каждый человек может покинуть ее на любой стадии. Та стадия, на которой находится человек, является главным показателем возможного прогресса: чем дальше человек продвинулся по «спирали изменений», тем возможнее появление положительных результатов.

Необходимо четко осознавать, что невозможно заставить кого-либо перейти из одной стадии в другую или как-то побудить двигаться быстрее: у каждого своя индивидуальная скорость. И решение человек принимает сам, консультант не может сделать это за него.

Работа с сопротивлением

Способы реагирования на сопротивление в основном базируются на отражающем слушании. Например, представьте себе, что клиент говорит: «Не понимаю, что страшного в том, что я употребляю наркотики? Все мои друзья колются не меньше моего!»

Используя некоторые из методов (Miller & Rollnick, 1991), можно ответить на это утверждение следующими способами.

Признать сопротивление клиента, например: «Вы не можете понять, отчего у Вас возникают проблемы с наркотиками, в то время как у Ваших друзей, по всей видимости, никаких проблем нет» (простое отражение).

Ответить клиенту в усиленной или преувеличенной форме, чтобы обнажить другую сторону противоречия в его высказывании. При этом следует избегать саркастического тона, нужно лишь слегка подчеркнуть основные слова. Например: «Если у Ваших друзей не возникает никаких проблем с употреблением наркотиков, то и Вам нечего беспокоиться» (усиленное отражение).

Выслушать клиента и *сформулировать другую сторону двойственности мыслей клиента по этому поводу,* используя при этом сказанное самим клиентом: «Мне кажется, что Вам действительно очень трудно во всем разобраться. С одной стороны, Вы пришли сюда, поскольку испытываете беспокойство оттого, что колетесь, и оттого, как это на Вас влияет. Но, с другой стороны, Вы, похоже, употребляете наркотики не больше Ваших друзей» (двустороннее отражение).

Существует как минимум семь способов адекватного реагирования на сопротивление клиента (Miller & Rollnick, 1991; Miller et al., 1992).

Простое отражение

Самый простой способ реагирования на сопротивление состоит в повторении сказанного клиентом в нейтральной форме.

Клиент: *Я не планирую прекратить пить в ближайшее время.*

> ***Консультант:*** *Вы полагаете, что отказ от наркотиков / алкоголя сейчас не принесет Вам пользы.*

Усиленное отражение

Другой подход состоит в отражении сказанного клиентом в преувеличенной форме, но без сарказма. Такой прием может побуждать клиента к положительным изменениям, не вызывая сопротивления.

Клиент: *Я не понимаю, почему моя жена так по этому поводу волнуется. Я употребляю не больше, чем любой из моих знакомых.*

Консультант: *И Ваша жена волнуется без повода.*

Двустороннее отражение

Эта стратегия ответа строится на принятии сказанного клиентом и в то же время на подчеркивании его высказываний, противоположных по смыслу. Для этого нужно использовать информацию, полученную от клиента ранее (не обязательно во время этой встречи, а и в ходе предыдущих).

Клиент: *Я знаю, Вы хотите, чтобы я совсем перестал колоться, но я не собираюсь этого делать!*

Консультант: *Вы видите, что уже возникли некоторые ощутимые проблемы, но Вы не хотите думать о том, чтобы бросить колоться сразу.*

Смещение фокуса

Консультант может снизить сопротивление, помогая клиенту сместить фокус беседы с преград и барьеров. Этот прием дает возможность подтвердить личный выбор клиента по поводу того, как ему организовать собственную жизнь.

Клиент: *Я не могу бросить курить траву, когда все мои друзья делают это.*

Консультант: *Вы меня опережаете. Мы сейчас с Вами обсуждаем Ваше беспокойство по поводу того, сможете ли Вы поступить в вуз. Мы еще не подошли к решению вопроса о том, насколько курение марихуаны сочетается с Вашими жизненными целями.*

Согласие со смещением

Это тонкий прием, который предполагает выражение согласия с клиентом, но с небольшим смещением акцентов, что позволяет стимулировать обсуждение.

Клиент: *Что Вы и моя жена так прицепились к тому, что я употребляю наркотики? Как насчет ее проблем? Вы бы тоже начали употреблять, если бы Ваша семья без конца доставала Вас своим нытьем.*

Консультант: *Вы сейчас отметили очень важный момент. Возможно, тут проблема не только в том человеке, который употребляет наркотик. Я полностью с Вами согласен, что мы не можем винить во всем кого-то одного. Проблема употребления наркотиков — это проблема всей семьи.*

Перестройка сказанного (рефрейминг)

Подходящая стратегия для тех случаев, когда клиент отрицает наличие личных проблем. Она заключается в том, чтобы предложить другое, положительное объяснение информации, представленной клиентом в негативном свете. Перестройка сказанного подразумевает согласие с тем, что говорит клиент. Одновременно следует обращать его внимание на другой смысл высказывания или предлагать такую его интерпретацию, которая может поддержать устремление клиента изменить свою жизнь.

Клиент: *Мой муж постоянно упрекает меня в том, что я употребляю наркотик, постоянно называет меня наркоманкой. Это меня просто бесит!*

Консультант: *Похоже, что он действительно беспокоится о Вас, хотя и выражает это в форме, которая Вас раздражает. Возможно, Вы смогли бы научить его, как говорить Вам о том, что он Вас любит и что беспокоится о Вас, в более корректной и приемлемой форме.*

Неожиданное принятие стороны собеседника

Еще одна стратегия реагирования на сопротивление клиента — принять сторону собеседника, когда он высказывается против изменений. Консультант использует высказывания самого клиента, которые направлены против изменений, по возможности добавляя прием усиленной рефлексии. Если клиент проявляет двойственность (т. е. рассматривает оба аспекта изменений), а консультант занимает негативную позицию, то это, в свою очередь, побуждает клиента сказать: «Да, но...», — и самому представить другую, положительную сторону изменений.

Однако нужно быть очень осторожным с применением этого приема на начальных этапах консультирования и по отношению к клиентам, недостаточно уверенным в себе или находящимся в плохом расположении духа.

Таким образом, работу с сопротивлением можно использовать для достижения положительных результатов. С помощью адекватного реагирования можно изменить восприятие ситуации клиентом.

Для самоанализа консультанта

Помните: не бывает безупречных консультаций. Для того чтобы ваши навыки совершенствовались, обязательно честно проанализируйте ход всей консультации.

Прием	Оценка						
Использование открытых вопросов	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Использование приема отражения / отзеркаливания	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Резюмирование	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Формулирование выводов вместе с клиентом	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Эмпатическое слушание	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Высказывание в дружелюбной манере отношения к клиенту	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Избегание сопротивления	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Выявление сопротивления	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Обсуждение сопротивления	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Устранение сопротивления	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Сбор информации	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Проведение функционального анализа	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Определение стадии изменения	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Определение сопутствующих заболеваний	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Выявление амбивалентности по отношению к употребления ПАВ	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Демонстрация различий между актуальной и желаемой ситуацией	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Демонстрация взаимосвязи между употреблением ПАВ и проблемами	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо
Обсуждение целей терапии	Плохо	1	2	3	4	5	Хорошо

Составление карты клиента

Получение информации о личности клиента необходимо по трем причинам:

1) чтобы понять и оценить его жизненный опыт;

2) чтобы определить, какими возможностями для отказа от употребления ПАВ располагает клиент;

3) чтобы выявить те проблемы и нужды, которые заставляют его употреблять алкоголь и наркотики или же появляются в результате приема ПАВ.

Информация о личности клиента

Образ жизни и социальная стабильность _____

_____

_____

_____

_____

_____

Профессиональная деятельность и материальное положение _____

_____

_____

_____

_____

_____

Семейное положение и социальная поддержка _____

_____

_____

_____

_____

_____

Увлечения (в настоящее время, а также в прошлом) _____

_____

_____

_____

_____

Участие в выздоровлении клиента других лиц, имеющих на него влияние _____

Сексуальные проблемы или сексуальное злоупотребление _____

Юридические проблемы _____

Рискованное поведение _____

Проблемы физического здоровья _____

Проблемы со здоровьем, связанные с употреблением наркотиков / алкоголя _____

Психические нарушения _____

Нарушения умственной деятельности, связанные с употреблением наркотиков / алкоголя _____

Список литературы

1. Оттен, Е. Когнитивно-поведенческие вмешательства в лечении проблем зависимости / Е. Оттен. Подготовлено в рамках проекта ЮНЭЙДС/УНП ООН «Координация в действии: применение «трех ключевых принципов» эффективного противодействия ВИЧ / СПИДу в Российской Федерации». 2007.

2. Brief interventions and brief therapies for substance abuse / Treatment Improvement Protocol (TIP). Series 34. Kristen Lawton Barry, Ph.D. Consensus Panel Chair U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES Public Health Service. Substance Abuse and Mental Health Services Administration Center for Substance Abuse Treatment Rockwall II, 5600 Fishers Lane. Rockville, MD 20857. DHHS Publication No. (SMA) 99–3353. 1999.

3. Enhancing Motivation for Change in Substance Abuse Treatment / Treatment Improvement Protocol (TIP). Series 35. Sources: Miller and Rollnick, 1991; Miller et al., 1995.

4. Fields, A. Resolving patient ambivalence / A. Fields. MA, CADC III, CGAC II. Portland, Oregon, 2006.

5. Levounis, P. Handbook of motivation and change, a practical guide for clinician / P. Levounis, B. Arnaout. Washington, DC London.

6. Miller, W. Motivation interviewing / W. Miller, S. Rollnick. 2 edition. The Guilford Press, 2002.

Содержание

Введение 4

Основные рекомендации по проведению встреч 6

Аргументы для приглашения на встречи 7

Внешние факторы, влияющие на процесс консультирования 8

Первая встреча 9

Вторая встреча 14

Третья встреча 20

Четвертая встреча 26

Пятая встреча 30

Приложение 1. Дух мотивационного консультирования 34

Приложение 2. Основные техники, используемые в консультировании 36

Приложение 3. Модель изменения поведения (James Prochaska & Carlo Di Clemente) 37

Приложение 4. Работа с сопротивлением 40

Приложение 5. Для самоанализа консультанта 43

Приложение 6. Составление карты клиента 44

Список литературы 46

Учебное издание

Голубицкий Евгений Анатольевич
Лукьянович Ирина Анатольевна

КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ЛЮДЕЙ
С ЗАВИСИМЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Практическое пособие для социальных работников

Редактор *Н. М. Крапивенцева*
Компьютерная верстка и дизайн *В. А. Дыбчук*

Подписано в печать ??.??.??. Формат 60×84 $^{1}/_{16}$. Бумага офсетная № 1.
Ризография. Усл. печ. л. 0,93. Уч.-изд. л. 0,76. Тираж ??? экз. Заказ ???.

Общество с ограниченной ответственностью «Полипринт».
220038, Минск, ул. Ботаническая, 5а.
ЛИ № от .

Отпечатано на ризографе Общества с органиченной ответственностью
«Полипринт».
220038, Минск, ул. Ботаническая, 5а.