**Тема 3. Навички ведення психологічного інтерв’ю**

**С.В. Васьківська - Основи психологічного консультування Навчальний посібник**

**Київ - 2004**

**Основи психологічного консультування: Навчальний посібник. -К.: Четверта хвиля, 2004. - 256 с.**

**ISBN 966-529-064-9 OCR by orfey88**

**Навички ведення консультативного інтерв’ю**

„Основою ефективного інтерв’ювання є здатність вислуховувати і розуміти клієнта” (А. Айві)

Серед навичків ведення консультативного інтерв’ю вирізняють:

1) Техніки прояснення інформації

 - рефлексивне слухання

 - заохочення мовлення

 - мікронавички зясування та уточнення інформації

 - мікро навички розпізнавання емоційних преживань

2) Техніки відображення

 - відображення почуттів

 - фокусування

 - емпатійна відповідь

3) Відображення значень

 **Техніки прояснення інформації.**

Гы) ну у меня и вопросы)))) Это тоже общий вопрос, где по ходу придется рассказывать ещё 4 (следующие, их готовит кто-то другой):

 Рефлексивне слухання

 Заохочення мовлення

 Мікро навички з'ясовування та уточнення інформації

 Мікронавички розпізнавання емоційних переживань

**Навички заохочення мовлення**

Для людини, що приходить до психолога, дуже важливо відчувати, що її слухають. Тому

основу конс. інтерв'ю становлять навички заохочування, переповідання та підсумовування сказаного клієнтом. Заохочування - комплекс верб. та неверб. стимулів консультанта, які спонукають клієнта до мовлення. До заохочування належать:

**1) короткі заохочувальні стимули, що виражаються мінім. вербальними висловами, на зразок: "Так", "Ага", або „промовистими" невербальними реакціями** чи просто уважним мовчанням;

**2) перифраз - коротка поточна репліка психолога**, що призначена для прояснення, уточнення смислу сказаного; вставляється в природні паузи мовлення і є повторенням ключових слів чи фраз, виділеним ствердженням або коротким запитанням. Напр., повторення ключових слів з тиради клієнта: **"Жорстокий?", "Суперечка**?" - дозволяє консультантові демонструвати вибіркову увагу. А переформулювання типу: "Ви сперечались з приводу...", "Ви здивовані його жорстокістю ..." дозволяють почати обговорення важливої теми;

**3) виділення інтонацією певних слів**, які акцентують моменти, наповнені психологічним смислом.

**4) переповідання**, за допомогою якого клієнтові повертають суть щойно ним сказаного у скороченому й уточненому вигляді. Це неповторення, а перефразування своїми словами сказаного партнером з використанням ключових слів.

5**) підсумовування, або резюмування**. Воно має на меті дати більш широкий узагальнений зворотний зв'язок клієнтові і стосується не поточного моменту, а сказаного в цілому. Підсумовування потребує більш тривалого часу спілкування, воно узагальнює не тільки вербальну продукцію клієнта, але й все, що він продемонстрував, включаючи непомітні для нього самого невербальні реакції, резюме

проявлених ставлень та значень, різноманітних суперечностей, що накопичились за час

взаємодії.

Застосовуючи навички правильного вислуховування потрібно не забувати і про навички

спостереження за клієнтом, щоб вчасно зорієнтуватися і не доводити клієнта до реакції типу:

"Хіба я щойно про це не сказав?"

 **Мікронавички зясування та уточнення інформації.**

Щоб отримати інформацію та підвищити її якість, в консультуванні активно використовують різні форми запитальних засобів. Серед яких, крім традиційних запитань, представлені й інші, не менш ефективні варіанти. Д.Г. Трунов приводить таку класифікацію цих засобів:

*Запитання(запитальні висловлювання):*

А) відкриті (Які труднощі у вихованні дитини заводять вас у глухий кут?)

Б) закриті

* Визначені(Труднощі у вихованні дитини заводять вас у глухий кут?)
* Невизначені(Чи відчуваєте ви інколи труднощі у вихованні дитини?)

 В) альтернативні питання (Вам легше справлятися з обов'язками на роботі чи дома?)

*Незапитальні форми:*

А) Стимулюючі висловлювання

Прохання: Розкажіть, будь ласка, які труднощі в спілкуванні з дитиною ви відчуваєте?

Пропозиції: Давайте поговоримо про ваші труднощі в спілкуванні з ди­тиною?

Б) Розповідні висловлювання:

Рефлективні: Я хотіла б більше дізнатися про...

Направляючі: Зараз саме час поговорити про...

В) Незакінчені висловлювання: - Ви страждаєте від,..

*Змішані форми:*

Я хотіла б дізнатися, де ви працюєте?

Скажіть будь ласка, ви працюєте в...?

Я зрозуміла, що ви десь працюєте?

Ви працюєте в школі чи...

Можна сказати, що постановка запитань є основним інструментом консультанта при формуванні поля взаємодії з клієнтом. Запитання не тільки дають змогу вести комунікацію в необхідному напрямку, але й визначають висловлювання клієнта як кількісно, так і якісно. Вони суттєво впливають на хід інтерв'ю: призводять до подовження тривалості розмови, прискорюють, або сповільнюють її темп. Однак запитання можуть також переобтяжувати, або занадто деталізувати проблему, а при невмілому використанні - викликати відчуження та блокувати конструктивне обговорення проблем.

В основному використовується низка запитань із так званої схеми газетних репортерів: Хто? Що? Кали?Де? Яким чином? Чому?

Хто? Що? Де? - викладення фактів;

Як? Яким чином? Коли? - обговорення процесу, послідовності, по­чуттів;

Чому? - з'ясування причин. Запитання 'Чому?" використовується кон­сультантами дуже обережно, бо часто спрямовує бесіду хибним шляхом надуманих пояснень та раціоналізування або ж спонукає до захисту, бо має відтінок прихованого звинувачення. Крім того, запитання "Чому?" спрямовано в глибину суб'єктивних уявлень клієнта, а вони в його ситуації виявилися неспроможними, про що свідчить звернення по допомогу.

***Якщо всі інші запитання додають інформацію і стиму­люють аналіз проблемної ситуації, то запитання "Чо­***му?" може ***зумовити топтання на одному місці***

Доцільнішим буде запитання "Навіщо?". Адже з погляду психотерапії будь-яка проблемна ситуація чи поведінка має для особистості якусь ко­ристь, і це запитання спонукає клієнта замислитись над так званою вто­ринною вигодою. Якщо цей аспект поведінки не отримає достатнього усвідомлення, психотерапевтичне рішення буде мертвонародженим.

Ефективний консультант не ставить "зайвих" запитань. Кожне за­питання несе своє функціональне навантаження і має певну мету. Звичайно, ставити будь-яке запитання краще, ніж взагалі нічого не робити. Однак консультанту дуже корисно знати, для чого він запи­тує те, що запитує, чого він прагне досягти. Так, у ході діалогу консу­льтант запитує для того, щоб:

* заохотити до розмови (запитання про думки, судження, відчуття тощо на цю тему);
* заохотити до розгляду ("Яким тобі здається те, що сталося те­пер?", "Як конкретно це було?"), дізнаватися про подробиці тощо;
* вивільняти, деталізувати (використання ключів розблокування і роз­вантаження);
* визначати, встановлювати суперечності ("Зіставляючи сказане, як можна розуміти попередньо задеклароване вами?", ""Ви посміхає­тесь, а в очах вловлюється смуток. Що вас непокоїть?";
* підкреслювати фіксовані ідеї та переконання ("Чому це так?", "Хто так сказав?", "Чому ви так вважаєте?" тощо);
* повторювати почуте (описувати клієнту своє розуміння і уточню­вати, що мається на увазі та ін.).

Ефективність застосування техніки запитань залежить від багатьох факторів. А найбільше, від:

* інтонації, з якою ставиться запитання. Яким би доцільним не був зміст запитання, він може бути зіпсованим, коли в інтонації вчу­вається осуд, насмішка, кепкування чи негативна оцінка;
* змісту, тобто визначення правильної теми питань;
* структури - різноманітність синтаксичних конструкцій суттєво згладжує напругу в діалозі

Категорії запитань

Умовно запитання можна поділити на кілька категорій. Перша ка­тегорія запитань допомагає винести на обговорення й активізува­ти новий матеріал, з яким потрібно працювати. Ці запитання мо­жуть безпосередньо не стосуватися стану людини, а зондувати фак­таж. Ось приблизна тематика запитань, що використовується для прояснення теми:

 Причини приходу саме тепер

 Час, місце, герої,

 хто, що, де, коли, як - стан і події

 Можливі причини проблеми,

 ідеї, думки, інформація - що знає

 Смисл, значення, очікування - що хоче

Відчуття, почуття - що відчуває

Фізичне самопочуття - як переживає

спроби рішення, пристосування,

Уникнення, покращання, невдачі - що робить

Ставлення до того, що відбувається

потенціал, ресурси, допомога - що може

Тип особистості, відповідальність - хто є хто

***Надмірна кількість запитань спричиняє недовіру до консультанта, тому не варто "бомбити" і тпідсмажу­вати" клієнта запитаннями***

Друга категорія запитань вживається тоді, коли дещо вже наміти­лось (є матеріал для роботи), але потрібно дізнатися більше. Консуль­тант не просто вибирає, що ще спитати, а провокує клієнта на те, щоб виявити щось нове. Типовими для цієї категорії запитань є ті, які:

* виводять на конкретний досвід переживань, виявляють прихований та витіснений матеріал: "Що ви відчували...? Чули? Бачили?", "Хто залу­чений до того, що відбувається? Як це пов'язано з вами?", "Що змінилося б, якби було знайдено рішення...?";
* допомагають знайти та нівелювати фіксовані ідеї, приховані уста­новки, хибну інформацію, суперечливі рішення, пропуски, узагальнен­ня, особистісні обмеження - все, що збіднює свободу вибору в життєвій ситуації: "Що станеться, якщо ти зробиш X? Якщо не зробиш X?";
* спрямовані на виявлення підсвідомих механізмів і субособистос- тей, що перебувають у конфлікті та їх об'єднання: "Я бачу, як щось у вас опирається такому розв'язанню ситуації. Що це може бути?";
* забезпечують процес сприйняття та його поліпшення тощо.

Ці запитання допомагають дотримуватись теми, поглиблювати ро­зуміння того, що відбувається, однак не варто їх використовувати для нав'язування своїх ідей та оцінок.

Не слід одночасно давати кілька запитань, бо інформа­ція пройде повз увагу клієнта.

**Третя група запитань** використовується для того, щоб **заохотити клієнта до змін,** розв'язати такі творчі завдання:

* вивільнити те, що застряло ("У мене відчуття, що ви боїтесь себе. Чому?");
* переосмислити проблему (У відповідь на скарги матері на пове­дінку сина: "А що, як ваш син у такий спосіб відволікає вас від думок про смерть вашого чоловіка?");
* відкинути обмеження ("Хто сказав, що ініціатива має бути про­явлена лише чоловіком?");
* сформувати нові точки зору;
* показати, що у всьому є якась користь ("Хіба ви б змогли з ва­шою покладистою натурою, не впадаючи в істерику, стати на захист своїх прав перед свекрухою?");
* актуалізувати потенційні можливості людини ("А хто вам допо­магав минулого разу? Якщо ніхто, то навіщо ви переживаєте тепер? У вас є сили долати перепони").

Загалом питання орієнтують на те, в чому людина потребує під­тримки, - самооцінку, осмислення дій, прийнятих рішень, відновлен­ня контролю, трансцендентні переживання, - або спрямовують на результат: "До чого ви насправді прагнете? Чим я можу вам допомог­ти? В чому криються ресурси розв'язання вашої проблеми?".

Основні типи запитальних засобів

Консультанти-початківці часто скаржаться на те, що не можуть зу­пинити говіркого клієнта і втрачають ініціативу. Щоб зупинити бага­тослівну людину та повернути втрачену ініціативу, потрібно майстер­но володіти технікою постановки запитань, бо питання можуть як стимулювати мовлення, так і блокувати його. Варіювати розмову та повернути контроль за інтерв'ю можна саме урізноманітнюючи репе­ртуар запитань. Познайомтеся з найбільш уживаними типами запи­тань та їх функціями:

 1.Відкриті запитання формулюються так, щоб на них не можна було відповісти кількома словами. Вони заохочують ширше висловлювання з елементами пояснення. Такі запитання починаються зі слів: "Що?", "Чо­му?", "Яким чином?", "Чи могли б ви...?", "Навіщо?", "Чим?". Відкриті за­питання формують простір для розкриття теми.

2. Закриті запитання стимулюють до відповіді кількома словами або коротким реченням: Наприклад: "Так... Ні... Я згоден..." Вони часто починаються зі слова "чи". Наприклад: "Чи живете ви зараз разом?" Закриті запитання бувають загальні та спеціальні. Порівняйте: "Ви відчуваєте неприємні відчуття?" і "Ви відчуваєте страх?". Низка закри­тих запитань допомагає сфокусувати інтерв'ю, сповільнює його темп, позбавляє клієнта від дискомфорту того, що він занадто відкривається. На закритих питаннях базується "метод Сократа", а також техніка "на­копичення згоди", яка полягає в тому, щоб для збереження контакту на якомога більшу кількість питань отримати згоду співбесідника.

 3. Прямі запитання: тема або проблема виражена відкрито, безпо­середньо. Наприклад: "Чи хотіли б ви перейти в інший колектив?".

 **4. Непрямі**, опосередковані запитання: інтерес того, хто запитує відкрито не виражений. Наприклад: "Якби вам було надано можли­вість вибрати собі колег по роботі, то хто потрапив би до вашого но­вого колективу?".

 **5. Визначені** (особистісні) запитання містять пряме звертання. Наприклад: "Вас задовольняють такі умови?".

 **6. Невнзначені** запитання сформовані на основі неозначеної фор­ми дієслова. Наприклад: "Наскільки задовільними можна вважати умови у вашому колективі?".

 **7. Альтернативні** питання ставлять співбесідника перед вибором, але й допомагають швидко відкинути зайве.

 **8. Риторичні** запитання не потребують відповіді, але розраховані на те, щоб викликати нові запитання і вказати на невирішені про­блеми. Наприклад: "Хіба можна вважати те, про що ви розповідаєте, злободенним явищем?!".

 **9. Переломні** запитання змінюють напрямок бесіди у визначеному руслі. Наприклад: "Отже, як ви тепер уявляєте ваші подальші стосун­ки з цією людиною?".

**10. Питання для роздумів**: допомагають створити атмосферу взаєморозуміння, внести поправки. Наприклад: "Чи зуміла я відтво­рити повну картину того, що відбувається?".

**11.** В консультуванні часто використовуються так звані **опосере­дковано проективні**, або **стратегічні** запитання. їх завдання - ви­вести клієнта з асоційованого стану і дати змогу подивитись на си­туацію з іншої позиції, нової точки зору (див. п. 5.2.3). Такого ефек­ту можна досягти, перемістивши людину в іншу точку суб'єктивного простору чи часу або пропонуючи подивитись на те, що відбуваєть­ся, чужими очима. Наприклад: "Як довго ви плануєте не втручатися в ситуацію?"; "Уявіть себе через 5 років. Що ви могли б сказати собі теперішньому?"; "Якби ваш батько (будь-яка людина) знав, що ви тепер переживаєте, що б він вам порадив?"; "Що, на вашу думку, допомагає більшості людей знаходити інші рішення, аніж плекати свою хворобу?". Використання терапевтичного потенціалу створен­ня опосередковано проективних ситуацій надає можливість не тіль­ки впливати, але й коректувати майбутнє клієнта.

В "інтерв'ю, націленому на зміни", або інтерв'ю з циркуляр­ними питаннями" мистецтво задавати запитання теж гарантує і цін­ну діагностичну інформацію (перебіг циркулярних процесів у систе­мі), і ефективність психотерапевтичного втручання (детальніше див.: Кулаков С.А., 2003, с. 278-287).

Запитання можна зробити менш помітними: щоб не акцентувати на них уваїу, використовують техніку коротких запитань, за допомогою якої кожен момент розмови, де відчувається потреба в додатковій інфор­мації, можна зробити запитальним. Для цього ключову фразу з попере­днього речення клієнта потрібно повторити з запитальною інтонацією або додати до ключового слова клієнта коротке запитання ("Що?", "Як?", "Чо­му?" та ін.). Наприклад: "Сварки? Коли?", "Подруга? Котра?". Така манера спілкуватися допомагає швидко отримати необхідну інформацію та заохо­тити клієнта до мовлення. Тут запитання перегукуються з техніками па­рафразування (див. п. 3.3.2).

З подібною метою використовується техніка прихованих за­питань: запитання вмонтовуються в речення і супроводжуються ін­тонацією не запитання, а роздуму. Наприклад: "Не зайвим буде пого­ворити про риси характеру вашого чоловіка...", "Хотілося б знати, що у ваших стосунках залишається невисловленим".

Всі типи запитальних засобів мають свої "плюси" і "мінуси" та свою специфіку. Питання про те, які з них є кращими, або гіршими, є ско­ріше питанням рівня майстерності консультанта.

Мікронавички розпізнавання емоційних переживань

Робота з емоціями забезпечує:

1. вираження емоц досвіду
2. переживання його
3. усвідом і прийняття емоц досвіду
4. звільнення від негатив переживань (катарсис)
5. опис і диференціація його ж
6. розширення поля само сприйняття
7. самоспостереж та дистанціювання

в консультуванні треба:

1. увага на вирази почуттів
2. фіксувати слова що виражають стосунки
3. ті що сигналіз про напруження
4. прояснити почуття можна прямим відкритим питанням
5. уточнення емоційно насиченого слова
6. слідкувати за не верб реакціями
7. увага на розбіжність «що говорить-що показує тіло»
8. зосередитись на власних відчуттях (на місце клієнта)

Емоції можна контролювати лише усвідомлюючи їх! А тому можна їх оцінюваи розпізнавати та впливати на себе.

 **Мікронавички розпізнавання емоційних переживань**

Робота з емоціями забезпечує:

1. вираження емоц досвіду
2. переживання його
3. усвідом і прийняття емоц досвіду
4. звільнення від негатив переживань (катарсис)
5. опис і диференціація його ж
6. розширення поля само сприйняття
7. самоспостереж та дистанціювання

в консультув треба:

1. увага на вирази почуттів
2. фіксувати слова що виражають стосунки
3. ті що сигналіз про напруження
4. прояснити почуття можна прямим відкритим питанням
5. уточнення емоційно насиченого слова
6. слідкувати за не верб реакціями
7. увага на розбіжність «що говорить-що показує тіло»
8. зосередитись на власних відчуттях (на місце клієнта)

Емоції можна контролювати лише усвідомлюючи їх! А тому можна їх оцінюваи розпізнавати та впливати на себе.

**Техніка відображення почуттів**

**Відображення почуттів** - це навичка ведення інтерв'ю, зорієнтована на спостереження за будь-якими проявами емоцій клієнта з метою повернення йому його ключових переживань, що мало усвідомлюються, але відіграють важливу роль у розвитку його труднощів.

Відображаючи почуття клієнта у спеціально створених умовах консультативної співдії, консультант допомагає йому:

1. Вистежити особливості патернів свого емоціонального реагування
2. Зрозуміти істинний смисл своїх вчинків та дій

 3)Познайомитися з інформацією, прихованою за фасадом **заміщених та змішаних емоцій.** Стережіться помилок! Емоційно забарвлені слова не завжди відображають істинні почуття, бо базові емоції з течією життя заміщуються соціально – бажаними формами відображення. **Заміщення** перша безпосередня реакція дитини, що піддалась досить жорсткій корекції з боку дорослих або соціуму.

**Складними або заплутаними** емоції стають внаслідок амбівалентності ставлення до одного і того ж об'єкта. Виходячи з того, що почуття рідко бувають однозначними, варто відкривати і **позитивний,** і **негативний полюси емоцій** та працювати з ними. Натрапляючи на змішані емоції, консультант має врахувати,

що вони можуть бути очевидними для спостерігача, але зовсім не усвідомленими тим, хто їх переживає.

1. Прийняти відповідальність за їх появу на себе

Не менш важливим завданням є довести почуття клієнта до його усвідомлення, досягти того, щоб клієнт визнав наявність тих чи інших переживань чи емоційних станів, взяв на себе відповідальність за їх виникнення та перебіг. Зазвичай, , людина,коли гнівається чи дратується, ладна звинувачувати в цьому будь-кого, але не себе потрібно повернути людині її переживання так, щоб вона присвоїла відповідальність за своє емоційне життя, адже визнання власних

емоцій веде до усвідомлення почуттів інших людей.

Отже, зондування емоційних переживань передбачає кілька мікродій консультанта:

Схема роботи з емоціями в процесі консультування.

**

Почати реєстрацію та вербалізацію емоційного стану можна, користуючись такими вступними фразами: "Мені

здається, що ви відчуваєте...",

"Що ви переживали, коли...?",

"Опишіть ваші почуття в ту хвилину",

«Схоже що…»,

«Чи можна назвати те, що ви переживаєте…»

«Мені здається, що ви відчуваєте…»

 А далі застосовується класична **схема відреагування, відображення емоційного стану**

 1) Спочатку основа речення, в якій максимально враховано модальність сприймання співрозмовника (аудіальна, візуальна, кінестетична) і яка містить відображення почуттів:"Здається ви відчуваєте...", " Я бачу, вас захопила буря почуттів...". при цьому просто назвати людину по імені.

2) Далі продовжуємо, додаючи слово, що характеризує почуття: "Схоже, вам неприємно...", "У ваших словах вчувається пригніченість...". При змішаних почуттях варто вказати кілька почуттів: "Здається, ви не тільки ображаєтесь, але й гніваєтесь на сина...".

3) Щоб "заземлити" відображене, додаємо контекст або робимо коротке переповідання: "Схоже, ви відчуваєте себе нещасною щоразу, коли потрапляєте в подібні ситуації".

 4) 3 почуттями та переживаннями є сенс працювати в

актуальному режимі - відразу ж, як тільки вони з'являються, або ж провокувати такі ситуації, в яких спливають пережиті почуття настільки, щоб зараз бути диференційованими, краще усвідомленими та більш доцільно відреагованими. Тобто робота з почуттями потребує теперішнього часу.

5) В кінці фрази можна уточнити, наскільки правильно

відображено почуття: "Ви зараз надмірно збуджені, чи не так?"

Підбити підсумки допомагає **емоційне резюме**: в ньому описуються не зовнішні події, а те що відбувається з клієнтом у його внутрішньому досвіді ( почуття, бажання, ставлення)

Не обов’язково реагувати на кожну проявлену клієнтом емоцію, але що суттєві, діагностично значимі були обов’язково опрацьовані. Особливо вимагає відреагування емоція, що «застряла»

Типовою в консультуванні є ситуація, коли клієнт яскраво переживає, але не в змозі розповісти консультанту щось певне. Неможливість виразити в словах свій емоційний стан, почуття, настрій називається **алекситимією** ( в консультуванні йдеться про функціональну, а не неврологічну проблему). Трунов виводить типи алекситимії, для психолога найважлив. є:

* Педагогічна людина не навчилася пов’язувати свої емоції та відчуття з певними назвами, невеликий запас емоційної лексики, бо отримала негативний досвід ставлення батьків та соціуму в період соціалізації
* Психологічна зумовлена 1) витісненням почуттів, 2) їх суперечливість, 3) несумісністю з Я – концепцією, 4) їх психотравматичність (висока інтенсивність, соціальна табуйованість, страх не впоратися з ними), 5) страх, сором, недовіра, осуд (робота супер-его)

Щоб активніше допомагати клієнтові диференціювати заплутані почуття, консультант повинен знати класифікації емоцій та безліч нюансів щодо їх прояву. емоції за інтенсивністю (сильні-слабкі), активністю (активні-пасивні, пригнічення -

збудження), рівнем простоти-заплутаності (базові-заміщені). Часто відчути емоцію простіше на контрасті, провокуючи опис протилежного полюсу переживань, того, що заперечується, чого не хоче, або не вміє переживати людина.

Крім того клієнту може допомогти актуалізувати його почуття ще й спеціальні техніки і прийоми : а) **техніка альтернативних формулювань,** тобто

специфічна підказка варіантів переживань, які могли б виникнути в обговорюваній ситуації,з тим, щоб стимулювати діяльність співрозмовника, дати йому зразок для опису своїх емоцій; б) **техніка уточнень "глибини переживань",** що допомагає клієнту зазирнути до ще не звіданих куточків власних почуттів, в) **техніка внутрішнього голосу** – висловлення від імені клієнта, в яких психолог вербалізує його можливі думки г) **перехід у площину метафор** наприклад, емоції -

метафори: стійкий як олов'яний солдатик, вільний як вітер

Завдяки відображенню почуттів можна не тільки перевести консультування в нове русло, алей дати людині певний психологічний ресурс. Так, наприклад, у складній ситуації відчаю,консультант дає зворотний зв'язок на рівні емоцій: „Ви розлючені, тому що вас образили, але у вас є відчуття, що про вас турбуються"

Акцентування уваги на емоціях людини вимагає певної обережності, бо відображення почуттів спрацьовує лише на тлі хорошого довірчого контакту. Однак за допомогою прийомів стислого відображення почуттів ми маємо пагоду суттєво змінювати перебіг консультативного процесу, глибше торкатися складних питань, піднімати глибинні індивідуальні проблеми тощо.

**Техніки фокусування.**

**Фокусування(концентрування)** – навичка, яка дозволяє розвивати усвідомлення багатьох чинників, пов’язаних з проблемою, організовувати мислення в конкретно визначеному напрямку.

А.Айві виділяє **6 типів фокусу**:

1) **фокус на клієнтові** – найбільш уживане, бо особистість клієнта є центральною ланкою роботи консультанта. (***потрібно весь час звертатися до імені клієнта***(повторення імені створює умови для індивідуалізації контакту, так і для підсилення його інтимності та унікальності), клієнт – це центральна фігура)

2) **фокус на головній темі або проблемі** – використовується тоді, коли, маючи сприятливий прогноз щодо рівня розвитку особистості клієнта, консультант ***допомагає йому прояснити досить скадну життєву колізію***, в розуміння якої той відчуває труднощі.

3) **фокус на інших людях** – виникає в інтерв’ю на етапі прояснення проблемнох ситуації + в процесі роботи, особливо коли йдеться про конфліктні взаємини з інш людьми.

4) **фокус на психотерапевтичних стосунках консультанта з клієнтом** – оживляє інтерв’ю, тримає співпаці в ситуації „тут і тепер” П-д: „ Наша з вами робота вже дала перші результати, та щоб вона стала ефективнішою...”

5) **фокус на консультанті** – зумовлений необхідністю дати непряму пораду чи зразок переживань, котрий стане у пригоді. П-д: „Мій досвід роботи з схожими ситуаціями...”

6) **культурно – конкретний фокус** – вписання в культурний контекст те, про що йде мова П-д: „Сьогодні ви розгублені, не знаєте яку професію обрати, Давайте поміркуємо, що пропонує наше сьогодення. як ви це відчуваєте?”

***Концентрування*** використовується на 3-4 етапах консультативного процесу, для того щоб почати обговорення або для підбиття підсумків.

**Поняття про емпатійну відповідь**

Емпатія - це стан емоційного вживання у почуття іншої людини, специфічний вид розуміння іншого через ототожнення з ним та його переживаннями. В емпатії більше переваг для консультування, ніж в симпатії, яка передбачає жалісливість та турботливість, тобто почуття, які, хоча й неявно, однак принижують гідність дорослої людини.

Консультант повинен чітко розмежовувати співпереживання як переживання емоційних

станів іншої людини, та співчуття - переживання власних емоційних станів з приводу

почуттів іншого.

Емпатія допомагає консультанту вибрати правильний тон бесіди і висловлювати такі репліки на підтримку рбзмови, які дозволяють співрозмовник розкритися ще більше. Відповідь з урахуванням переживань клієнта називають рефлексивною, або емпатійною. Термін „емпатійна відповідь" використовується в розумінні, запропонованому К.Роджерсом, - як навичка рефлексивного слухання (К.Роджерс, 1994). Сутність навички полягає в тому, щоб уважно слухаючи клієнта, щоразу відображати те, про що він говорить, ніби повертаючи йому сказане в дещо переробленій формі. Переповідаючи головні думки клієнта, консультант показує, що насправді відчуває і розуміє його. Емпатійна відповідь дозволяє уникати опору, полегшує ведення розмови для клієнта.

Емпатія -це здатність відчути смисл, який клієнт туди вкладає, підмітити тонкі нюанси ставлення та ледь помітний намір. Сконструйована завдяки емоційному резонансу інформація стає особливо корисною, коли клієнт, будучи повністю асоційованим з власним нагальним переживанням, сам себе не розуміє і не передбачає наслідків своїх дій. Завдяки емпатії стає можливим не тільки констатувати психічний стан співбесідника, але й передбачати його подальші афективні дії.

Частота емпатійних відповідей, як ніщо інше, демонструє якість контакту і показує,

чи сформовано позицію „Ми" в консультуванні.

Якщо відповідь консультанта рівнозначна репліці клієнта як за змістом, так і емоційно,

крім того, вона оформлена як влучне перефразування чи переповідання, то говорять про

симетричний (базовий) рівень емпатії, тобто консультант симетрично віддзеркалив те, що

сигналізував клієнт.

Однак віддзеркалити можна й не психотерапевтично, а точно -один в один, тобто

потрапити в той же глухий кут, в якому знаходиться клієнт. В такому разі власна

„негативна" репліка, почута з чужих вуст, буде для клієнта в кілька разів болючішою і може суттєво погіршити його стан. Відповіді, які щось забирають або віднімають у людини

свідчать про погану емпатію і називаються від'ємними. (Наприклад,"Справді безглуздий вчинок, спробуй тепер його виправити!")

Інколи при формуванні емпатійного відображення важливою для клієнта є не стільки якість, скільки адресність, тобто чи справді консультант дивиться на ситуацію з системи його координат. Тому консультанту варто щоразу перепитувати себе: „3 ким я? 3 цією людиною? Чи з іншими, про кого йдеться?"

В емпатійну відповідь можна вплітати і конкретні ідеї щодо змін. Використовуючи навички впливу, він додає слушні і конгруентні почуття, з кожним разом ледь помітно змішуючи людину в іншу систему координат. Таке емпатійне відображення називають адитивним.

Таким чином, емпатію можна визначити як встановлення позитивних аспектів у досвіді

клієнта і вибіркове уважне ставлення до позитивних моментів його висловлювань. А. Айві

вважає, що позитивне ставлення можна оцінювати за п'ятибальною шкалою, де від'ємний

рівень отримує оцінку - „1", дещо від'ємний - „2", рівнозначний, симетричний - „З", менш

адитивний - „4", а адитивний - „5". Користуючись шкалою, можна дізнатися, на якому рівні

знаходиться емпатія у кожній репліці консультанта (Айві А., 1998, с. 138-141).

У від'ємній відповіді консультант виявляє якусь помилку клієнта, У симетричній - він звертає увагу або правильно відображає те, що говорить клієнт. В адитивній відповіді консультант показує, як навіть у складних ситуаціях робити щось позитивне.

Найбезпечнішою для консультанта є рівнозначна відповідь третього рівня. „Віднімальні" відповіді охолоджують стосунки і не сприяють конструктивному просуванню вперед.

"Додавальні" відповіді збільшують „ризик помилки", бо є віхою на ще не звіданому і поки що „чужому" для клієнта шляху.

Формулюючи адитивні репліки, психолог має бути готовим до того, що його власне сприймання і розуміння проблеми може не збігатися з потребами клієнта, і той може негативно відреагувати на сказане консультантом, бо не готовий сприймати почуте або його рівень розвитку занадто низький для цієї теми. Помічаючи опір, консультант спускається на симетричний рівень та здійснює втручання, більш узгоджене з потребами клієнта.

**Техніки відображення значень**

**Значення** - це псих. конструкції, що лежать в основі організації досвіду людини, і відіграють роль рушійних сил її поведінки. З. виробляються людством і фіксуються в поняттях. Суб'єкт. сприйняття значень включає їх в структуру свідомості особистості в якості смислів.

Думки і почуття - > [завдяки З.] - > цінності, переконання, смислотворчі процеси.

За Айві, З. можна виявити, звертаючи увагу на слова та конструкти Л.

Техніка:

1. Початок зоснови речення:

"Ви вважаєте, що...",

„Здається ви цінуєте...",

„Один з принципів, що лежить в основі ваших вчинків..",

„Ваше ставлення до... чітко означене як...".

2. Використання (повторення, акцентування, перепитування) власних слів клієнта, що відображають аспекти значень - „рекурсія"

3. Більші періоди переповідання, що відображають суть сказаного клієнтом з приводу яких-небудь значень;

4. Заключна перевірка:

"Це все?",

"Це так?",

"Чи правильно я вас розумію?"

Коли значення має негативний відтінок, то немає сенсу підтверджувати саме такий ракурс бачення ситуації, краще застосувати рефреймування.

Цей процес не є безневинним актом, адже логічно пов'язані моменти

бесіди часто з очевидністю демонструють дещо несподівані для клієнта аспекти його відчувань, такі, наприклад, як емоц. узалежнення та ін. Кнс серйозно ризикує, передчасно відображаючи значення, до і сприйняття яких клієнт ще не готовий. З іншого боку, певний ризик є виправданим, бо інакше клієнт не отримає тієї додатк. інфо про себе, за якою й прийшов до психолога

**Мовлення як інструмент терапевтичного впливу**

Завдяки навичкам уважної поведінки (активного слухання та спостереження за клієнтом) консультант чує = сприймає = відчуває клієнта, опрацьовуючи його мовлення - він розуміє його. Мовленнєва комунікація консультанта і клієнта є предметною основою психотерапевтичної діяльності. Доцільні зміни в системі значень і особистісних смислів суб'єктивного досвіду клієнта

стають можливими завдяки створенню єдиного семіотичного простору, внутр. і зовн. межу і структуру якого контролює терапевт. Майже всі психотерапевтичні напрями так чи інакше приділяли увагу роботі з мовою клієнта, а, наприклад, структурний психоаналіз взагалі вибудовує психотерапевтичний процес здебільшого на основі мовного аналізу словесних виразів клієнта.

Аналіз формальної сторони мовлення має велике значення і для консультування. Тому

варто вивчати не тільки принципові положення щодо структури психотерапевтичного

дискурсу, які розроблялись у відомих концепціях (психоаналіз, гештальт-терапія та ін.), але

й дрібні технологічні прийоми, що дозволяють глибше розуміти те, про що розповідає

клієнт (НЛП). „Мовлення - спосіб досягнення неврозу", - писав Перлз. Щоб не поглиблювати

деформацій клієнта, він постулював такі правила роботи:

1.Не використовувати в дискурсі слів, що заміщують реальних людей/ ситуації (уникати слова "це").

2.Говорити „Я", замість: „Ми", „Вони" і т. ін.

3.Замінити вислів "Я повинен" на - "Я хочу",

4. Не використовувати мин. і майб. часу у висловах, користуватись тільки формами тепер. часу.

5.Говорити про почуття, а не домислювати і фантазувати.

6.Щоб актуалізувати емоц. переживання, розповідаючи про когось, варто використовувати прямі звертання до нього, тобто говорити з..., а не про... і т.д.

Звичайно, найбільш суттєві індикатори унікальної особистості клієнта описуються смисловими характеристиками його мовлення.

**Поняття про метамодель комунікації**

Префікс „мета..." в даному випадку означає те незмінне, що характеризує формальну сторону мовленнєвого акту, на що можна спертися, аналізуючи конкретне висловлювання. Метамодель створена для того, щоб навчити слухача, в нашому випадку - консультанта, звертати увагу на форму комунікації партнера. Адже чітке висловлювання тягне за собою чітке усвідомлення ситуації. Саме форма побудови фраз дозволяє відзначити те, який порядок панує в суб'єктивному світі партнера, як він моделює та контролює свою ситуацію. З допомогою метамоделі можна швидко встановити повноту та обмеження наданої інформації, а також процесс моделювання, який використовує співрозмовник. Клієнта варто слухати так, ніби нічого не знаєш про цей світ. Добудовуючи інформацію з власної суб'єктивної реальності, ми консультуємо, скоріше, себе, ніж його. Про необхідність

реагувати згідно метамоделі консультанту сигналізує відчуття, що в мові клієнта чогось не

вистачає або сказане ним не має смислу.

**Засоби особистісної презентації та робота з ними**

 **1) Психотерапевтичний дискурс**

***Дискурс*** – специфічна структура переконань, понять, категорій та установок, яка формує стосунки та (внутрішні) тексти клієнта і полягає в скаргах та історіях, які він виносить на обговорення.

 **2) Мова тілесного симптому**

 **3) Активізація несвідомих процесів**

 Несвідоме проявляється в архаїчному мисленні, автоматизмах, паніці, гіпнозі, субсенсорному сприйнятті, інтуїції, симптомах, переносі, опорі, захистах, у невротичних діях, у збоях діяльності та продуктах творчості. Воно проривається у свідомість завдяки сновидінням, афектам, фантазмам, невідповідним або нерозмірним (диспропорційним) поведінковим реакціям, потягам та вчинкам, які людина не може пояснити.

 **4) Робота з образом і символом**

 **5)** **Терапевтична метафора**

 **6) Трансформація емоційних переживань**

Когнітивно-афективні комплекси, які склалися на основі базового емоційного реагування, диференціюють емоційне життя та формують заміщення емоцій.

Динаміка трансформації емоцій наступна. Людина народжується з базовим набором емоційного реагування. Його перевидзначають спадковість та імпритування у процесі народження. Потрапляючи в людське суспільство, навонароджена дитина випробовує спадок, отриманий у родах, і вже в процесі кондиціювання формує окультурний патерн емоційних реакцій. Долучаючись до базових емоцій, переживання того, як реагують оточуючі на поведінку дитини, породжує в її душевному життя кілька порядків зміщень. Перше коло заміщень дозволяє привласнити та олюднити природні патерни емоцій. В. Леонтьєв представля. Структуру цих емоцій у вигляді куба.

 **7) Усвідомлення: «карта не територія»**

 Усвідомлення психологічних негараздів гальмується тим, що людина більше думає про світ, а не про особливості своїх реакцій на нього. Чим вищий рівень осмислення життя людиною, тим більшою є її здатність управляти ним.

 Концепція спіральних динамік К. Грейвза

Людина – відкрита система, яка у відповідь на зміну умов життя міняє рівень психологічного існування.

 **8) Життєві навички**

 «Вистежити» будь-яку психологічну проблему потрібно не тільки психологічно, але й тілесно. Коригувати її теж варто на обох рівнях.

 ***Духовність*** – інтегрований стрижень всіх сил індивідуальності, який забезпечує їй опору та цілісність. Розвиток духовності є найбільш досконалим механізмом психологічного захисту особистості.

 ***Життєві навички*** – інтегрований психологічний досвід особистості, що диктує форми проживання та переживання життя. По суті, це форми організації свідомості, вироблені особистістю в процесі пристосування до себе та навколишнього світу.

**Поняття про психологічний дискурс**

Дискурс-специфічна структура переконань, понять,категорій та установок,яка формує стосунки та внутрішні тексти клієнта і проглядається в скаргах які він виносить на обговорення. Дискурс клієнта визначається історичним соціальним та сімейним контекстом і має множинну природу. (в когнітивн псхл-це репрезентація минулого досвіду та негласні правила які організовують інфу що стосується самої людини. )

Кожний терапевтичний напрям відріз тезаурусом, змістом метафор, конвенційними нормами і має свій *унікальний спосіб структурування комунікативного акту. Це напевно і є цей довбаний дискурс,друзі мої.*