



Институт
прикладной психологии
в социальной сфере

Психологическое консультирование (Пермская психологическая школа)

Часть 2

Лекцию читает практикующий психолог,
семейный психотерапевт, преподаватель,
автор и ведущий образовательных
воркшопов и вебинаров

ПРЯНИК АЛЁНА ВАЛЕРЬЕВНА





Обсуждаемые вопросы

- < Психологическая проблема
- < Мифы о помощи
- < Типология клиентов





Проблема



«Проблема – осознание невозможности разрешить трудности и противоречия, возникшие в данной ситуации, средствами наличного знания и опыта»

С. Ю. Головин

Словарь практического психолога



Психологическая проблема

Психологическая проблема – внутренняя проблема, не имеющая явного рационального основания.





Три основных признака психологической проблемы

1. Есть проблема как серьезный источник затруднений в нормальной жизнедеятельности или причина неадекватного поведения.

Пример: Надо мной пошутили, я обиделся, ни с кем не хочу и не могу нормально говорить. Настроение испорчено. Проблема!

2. Процесс, составляющий суть проблемы, не намерен и не имеет рационального основания.

Пример: Другие на такие шутки не обижаются, я понимаю, что обижаться тут глупо, но обижаюсь все равно.

3. Источник проблемы видится в чем-то внутри человека, а не во внешних обстоятельствах.

Пример: Я и другие понимаем, что проблема здесь не в шутках – они безобидны, а во мне.

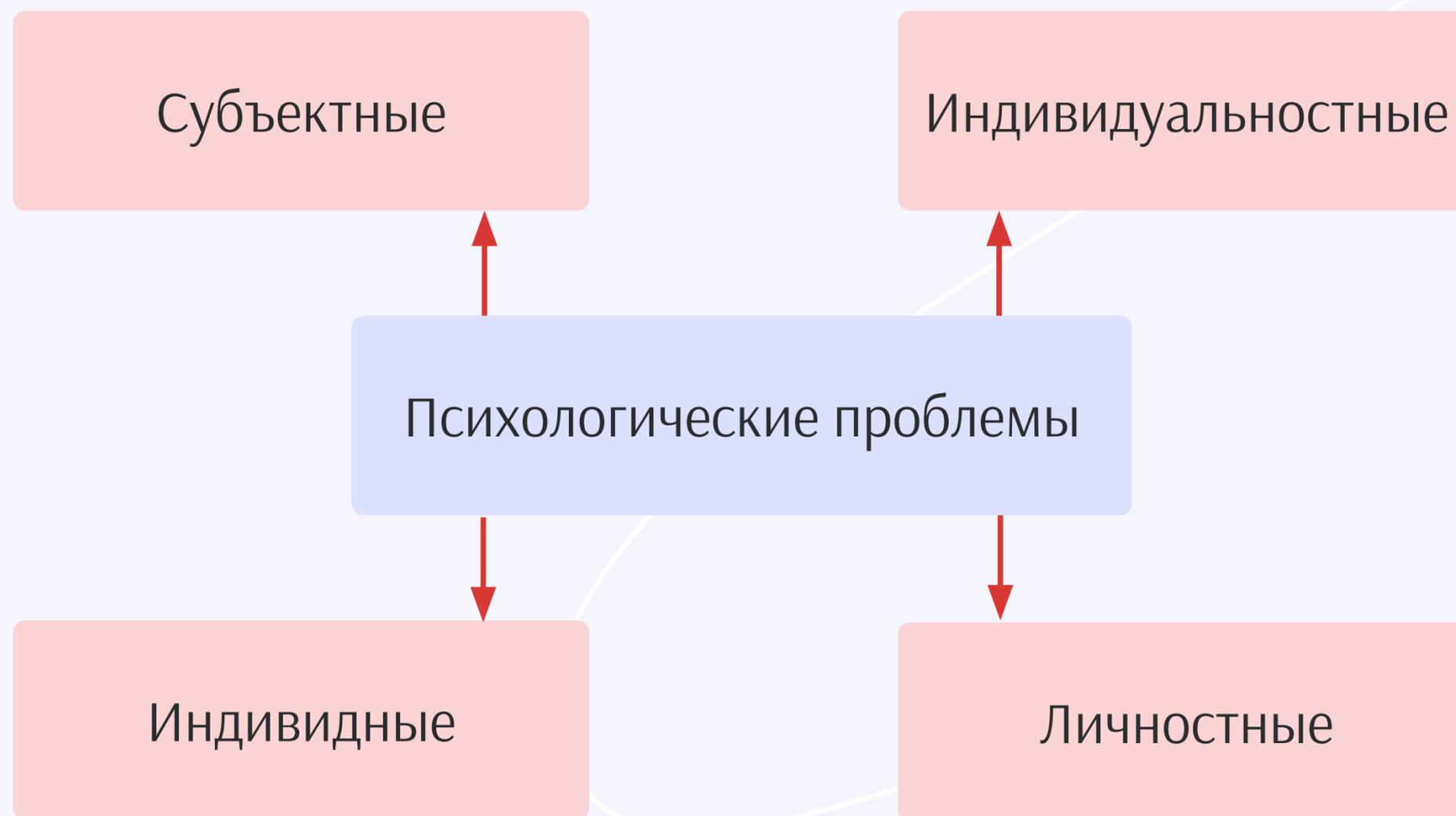
Если присутствуют все три признака (есть проблема, проблема внутренняя и происходящее не имеет рационального основания), это психологическая проблема.



Психологические проблемы



Виды психологических проблем



Индивидуальные психологические проблемы

Проблемы, связанные с биологической сущностью человека: проблемы в сексуальной сфере, разного рода неконтролируемые страхи и тревожность, нарушения психологического здоровья, недовольство собственной внешностью, физическими данными, переживания по поводу утраченной молодости и т.п.

Субъектные психологические проблемы

Проблемы, связанные с выполнением субъектом целенаправленной деятельности: недостаток воли, знаний, умений и навыков, недостаточный уровень интеллекта и иных способностей, запутанность в целях деятельности, нехватка энергии, иррациональность и т.п.

Очень часто субъектные психологические проблемы маскируются под иного рода проблемы. Мало кому, например, нравится чувствовать себя глупым; вместо этого человек начинает в буквальном смысле искать проблемы в межличностных отношениях, например, он может решить, что другие к нему относятся предвзято или строят интриги.



Личностные психологические проблемы

Проблемы, связанные с местом человека в обществе: нехватка статуса, комплекс неполноценности, сложности с имиджем, проблемы в отношениях с половым партнером, с детьми и другими членами семьи (семейные проблемы), коллегами, друзьями и врагами, проблемы в коллективе, ролевые проблемы и т.д.

Индивидуальные проблемы

Проблемы, связанные с самореализацией и достижением долгосрочных целей: ощущение пустоты бытия, потеря смыслов привычной деятельности, переживания нехватки времени, экзистенциальные страхи, потеря самоуважения, переживание непреодолимых препятствий, вставших на пути достижения долгосрочных целей, внезапные кризисы (смерть близкого человека, утрата важного имущества), проблемы на работе и в бизнесе, в хобби и т.д.

Источники внутренних проблем



Прямое решение не работает – смотрим скрытые проблемы

Источники внутренних проблем



Характер человека и формулировка проблемы (В.Ю. Меновщиков, 1998)

Сензитивность (чувствительность)	«Не могу справиться с собой...», «Устал, никого не хочу видеть...»	Ситуации перенапряжения (истощение) сложившегося стереотипа
Тревожность	«Не могу решиться, беспокоюсь...»	Ситуации, нарушающие стереотипы
Истероидность (демонстративность)	«Мне все надоело, достали, меня не любят...»	Ситуации, отрицающие стойкий эгоцентрический стереотип
Косность, ригидность	«Я им покажу...», «Они меня просто преследуют...»	Ситуации, отрицающие бескомпромиссность привычного стереотипа



Три способа решения проблемы (Г.И. Колесникова, 2004)

1. Дать клиенту то, что он хочет
(найти способ достижения цели)

2. Изменить цель (осознание того,
что клиент хочет чего-то другого)

3. Изменить отношение к цели
(«на самом деле мне это и не надо»)



Мифы о помощи в модели мира клиента (В. Ю. Меновщиков, 1998)

- ‹ Житейский
- ‹ Философский
- ‹ Религиозный
- ‹ Оккультный
- ‹ Медицинский
- ‹ Психологический
- ‹ Псевдонаучный





Житейский миф

Формулировка потребности в данном мифе часто заключается в такой фразе: «Мне нужен совет...» или «Мне нужно выговориться...». Субъектом, удовлетворяющим эту потребность, может быть в зависимости от ориентации клиента или обстоятельств друг, мудрый сосед (внесемейный подмиф), либо родители, супруг (супруга) (семейный подмиф), а иногда и случайный вагонный попутчик.



Философский миф

В философском мифе формулировка потребности может звучать так: «Я не понимаю чего-то в жизни...нуждаюсь в объяснении...». При более материалистической, рациональной ориентации клиента субъектом мифа становится ученый (западный подмиф) или объект, приобретающий значение субъекта (книга, журнал), то есть по сути то же философское знание, фиксированное в языке, слове (письменном, печатном). При более идеалистической, эмоциональной ориентации клиента субъектом скорее становится некий гуру, учитель (восточный подмиф).



Религиозный миф

Представляется клиентом в таких конструкциях: «Я нуждаюсь в вере... меня наказал Бог... спасение в Боге». Субъект мифа здесь может быть как индивидуальным (священнослужитель), так и коллективным (община, религиозное общество, секта). Здесь чаще, чем в других мифах, возможно существование ирреального субъекта мифа, «прямой» контакт с субъектом, избавляющим от страдания, но не представленным в реальности.



Психологический миф

Формулировка потребности звучит примерно следующим образом:
«У меня психологическая проблема...»; соответственно, «Нужен психолог, который может в ней разобраться».

Псевдонаучный миф

Псевдонаучный миф сам по себе крайне неоднороден, однако наиболее мощными его ветвями являются парапсихология и астрология. Соответственно, страдание объясняется в биоэнергетических, экстрасенсорных или иных псевдонаучных терминах.



Оккультный миф

В оккультном (мистическом) мифе языковая конструкция может быть следующей: «Меня сглазили... наслали порчу...». Субъектом же, избавляющим от «сглаза», естественно, становится колдун, знахарь, ясновидящий и т.п.



Медицинский миф

Клиент заявляет себе: «Я болен...» и требует врача (врачебный подмиф) или целителя (подмиф народного целительства).



Институт
прикладной психологии
в социальной сфере



Типологии клиентов



Краткосрочная терапия, ориентированная на решение (Инсу Ким Берг и Стив де Шейзер)

- «**Посетитель**» – как правило, такого клиента направляют к психологу-консультанту, он приходит не по своей воле, своих проблем не видит или видит, но как отражение мнения других людей. Он отбывает повинность на консультации.
- «**Жалобщик**» – винит во всех своих неудачах и проблемах окружающих, судьбу, обстоятельства. Он может охотно приходить на консультацию и охотно рассказывать о своих проблемах. Однако изменений он ожидает прежде всего от других людей, в его представлении, если изменятся окружающие, то в его жизни все наладится.
- «**Клиент**» – знает, что у него есть проблемы, имеет представление о том, что ему хотелось бы изменить в себе самом и своей жизни, обладает довольно сильным желанием активно действовать.



Ориентация клиентов



В.В. Столин, 1989

1. Деловая ориентация
2. Рентная ориентация
3. Игровая ориентация



Деловая ориентация

- а.** Адекватная – клиент искренне заинтересован в решении проблемы («Вы сделаете все возможное» и «Я сам готов сделать, что вы мне скажете»)
- б.** Неадекватная – клиент преувеличивает возможности консультанта («Я уверен, что только вы можете мне помочь, «Вы психолог от Бога»)



Рентная ориентация

- а. «Обаятельный рантье»:** клиент считает, что его откровенность, его страдание, его обаяние и доверие к консультанту – тот капитал, с которого он неизбежно получит процент в виде переложения ответственности на плечи консультанта («Ну, теперь вы все знаете и скажете мне, что делать дальше»)
- б. «Требовательный рантье»:** клиент хочет получить процент уже с самой позиции посетителя консультации («Ну вот, теперь вы все знаете, и теперь это наша забота – вам за это деньги платят»)



Игровая ориентация

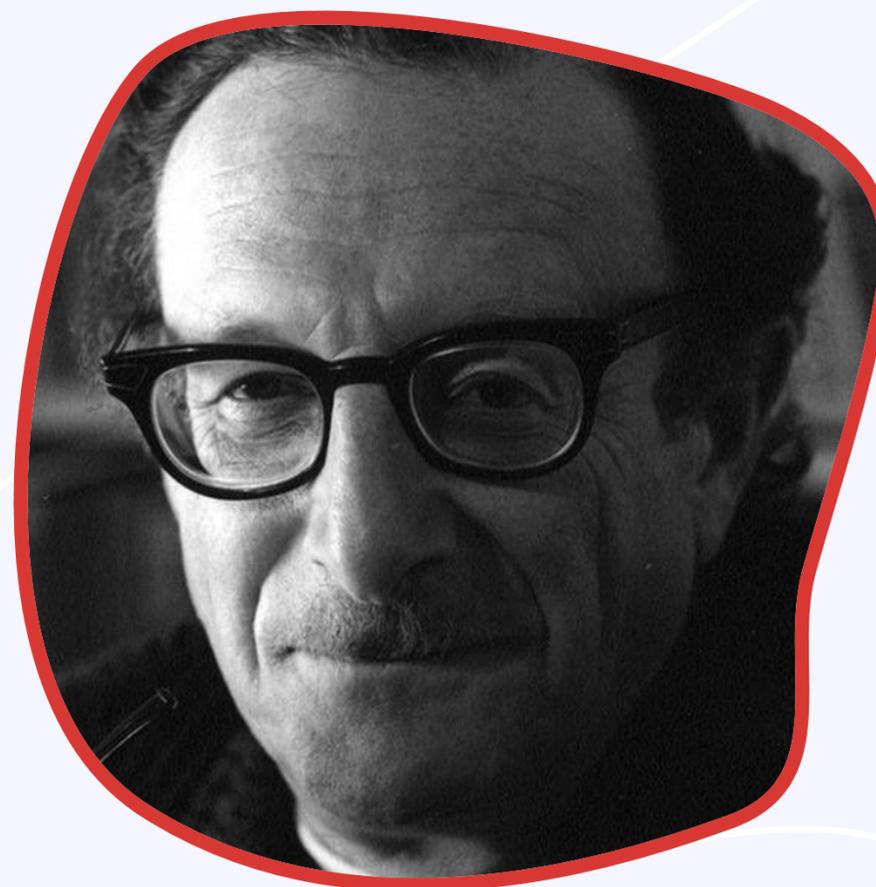
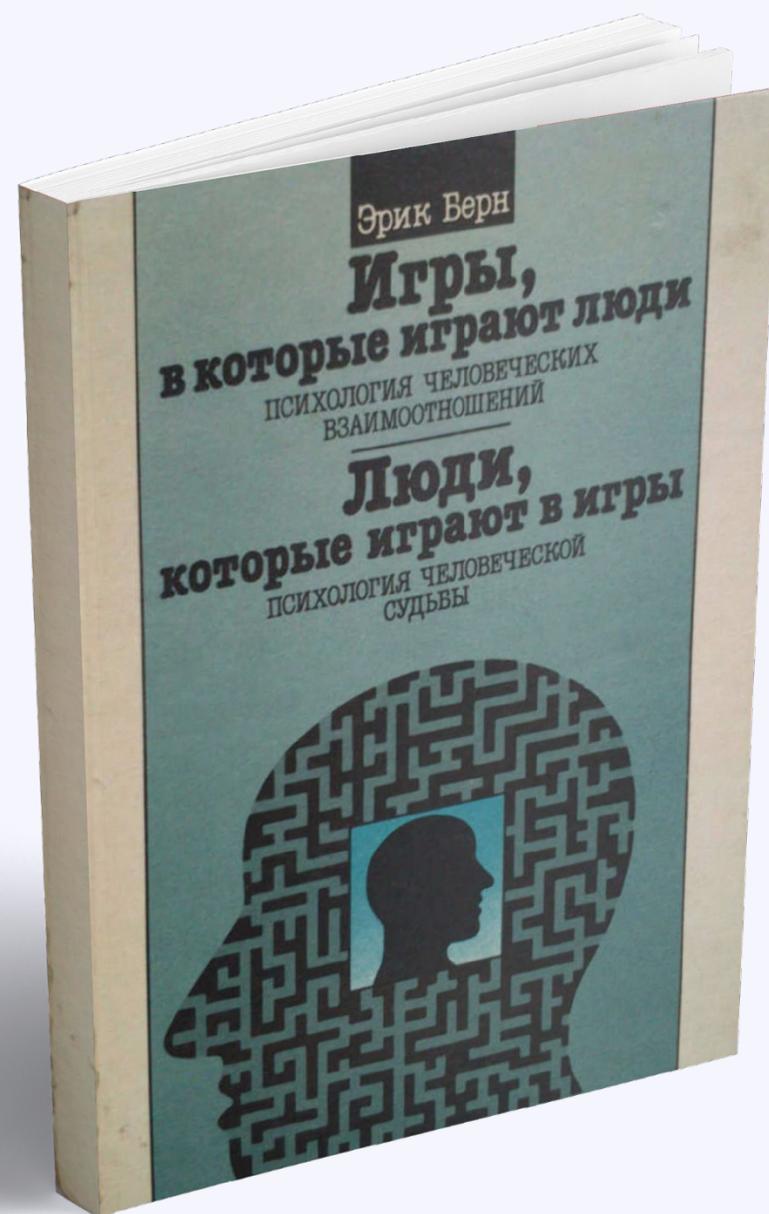
В этом случае возникает впечатление, что клиент обратился лишь для того, чтобы вступить в определенные отношения с консультантом.

Например, клиент дает понять, что он не профан в психологии, как бы предлагая консультанту пройти у него аттестацию. («Посмотрим, такой ли вы специалист...»).

Доказательства компетентности клиент принимает с оживлением и тут же выдвигает новые «экзаменационные вопросы». В другом случае клиент всячески усиливает безнадежность своей проблемы, хотя реально ее не существует. («Вы согласны, что решения нет?»). Если консультант предложит какое-либо решение, клиент тут же его опровергает введением информации, ранее не сообщенной, и добавляет: «Ну разве можно выдвигать столь необдуманные предложения?» Если консультант подтвердит отсутствие решения, клиент тут же его предложит: «Вот видите, и мы не лыком шиты и разбираемся в жизни лучше вас».



Психологические игры



Эрик Берн (1910-1970)



Типы клиентов и особенности взаимоотношений психолог-клиент



- ‹ По характеру запроса на психологическую помощь
- ‹ По особенностям восприятия психических явлений
- ‹ По способу работы со своими проблемами
- ‹ В зависимости от пола клиента
- ‹ В зависимости от особенностей телосложения клиента

Н. Н. Обозов, 1993

Типы клиентов по характеру запроса на психологическую помощь

- 1. Неуверенный в себе клиент.** Много размышляет над ситуацией, много взвешивает, но никак не может принять решение, избавиться от сомнений. Цель обращения к психологу – снять с себя ответственность в принятии необходимого жизненного решения.
- 2. Уверенный в себе клиент.** Обращается для подтверждения правильности своего уже готового понимания затруднительного положения. От психолога ему нужна информация, подтверждающая уже готовую, сложившуюся у него точку зрения.

Игры в транзактном анализе

Играми в транзактном анализе принято называть серии следующих друг за другом дополнительных скрытых транзакций с чётко определённым и предсказуемым результатом, в котором заинтересован тот или иной игрок. Это набор транзакций со скрытой мотивацией, серия ходов, которые содержат ловушку или подвох. В качестве выигрыша выступает определённое эмоциональное состояние, к которому у игрока есть бессознательное стремление – и это далеко не всегда позитивное чувство, удовольствие или радость, а чаще это негативное чувство или неприятное ощущение, являющееся для игрока «любимым».

Психологические игры в консультировании

Игры консультантов:

«Я всего лишь пытаюсь вам помочь»

«Оранжерея» и др.

Игры клиентов:

«Неимущий», «Деревянная нога», «Больница», «Дурачок»,

«Почему вы вам не...-Да, но», «Скажите как мне вот что» и др.

Типы клиентов по особенностям восприятия психических явлений

- « **Рационалистичный, реалистичный, прагматически ориентированный клиент.** Стремится к точному знанию о себе и окружающих, Обратной стороной такого стремления является то, что, он склонен недооценивать, игнорировать все, что касается душевной жизни человека, что трудно поддается объективации, рациональному анализу.
- « **Интуитивно ориентированный, эмоционально-утонченный, эстетизированный клиент.** Считает личность уникальным, таинственным образованием. Привлекают качественные, образные, художественные характеристики личности и ее жизненного пути. Интересуют глубинные механизмы психики, подсознательная природа человека. Обратной стороной личностной ориентации на интуитивное познание является неприятие рационального.



Типы клиентов по способу работы со своими проблемами

- 1. Клиент, который в ситуации затруднения стремится перестроить свое поведение, стиль деятельности, образ жизни, но не знает как,** сталкивается с трудностями в этом плане. Это наиболее желательный для психологов-консультантов тип клиентов.
- 2. Клиент, который в ситуации затруднения стремится создавать многообразные субъективно-личностные версии, призванные сохранить хорошее мнение в своих глазах и в глазах других людей.** Версии неуспешности чаще всего связываются с внешними обстоятельствами либо с низкой личной заинтересованностью в данном виде деятельности.



Типология клиентов на основе диалогической интенции А.Ф. Копьева (1990)

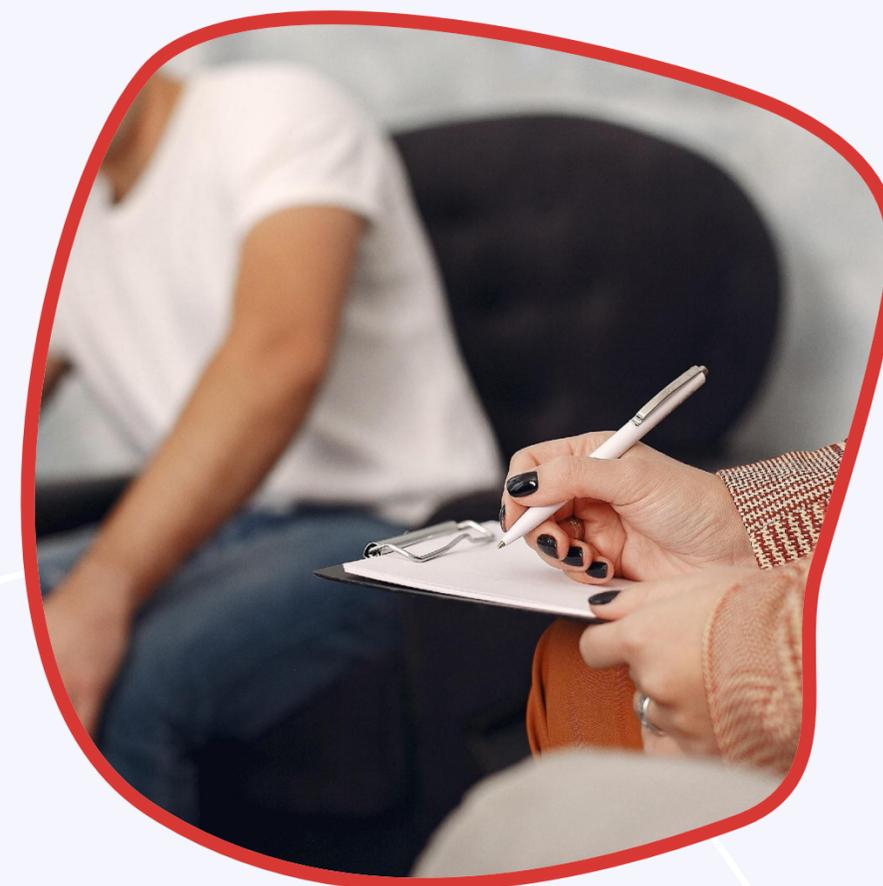


- ‹ Критерий – готовность к диалогу
- ‹ «Закрытые клиенты», «Открытые клиенты»



«Закрытые клиенты»

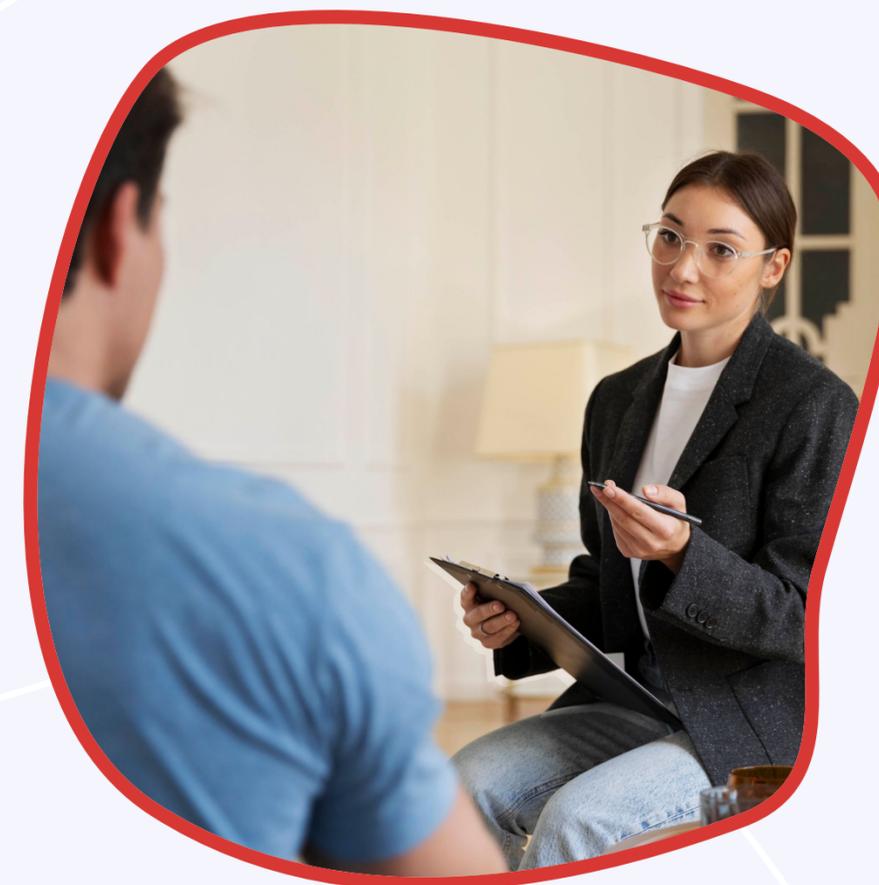
«Закрытые» клиенты блокируют диалог с психологом. Они не настроены на искреннее взаимодействие с консультантом, всячески избегают диалога, контролируя жанр и темы общения, стремясь навязать их консультанту. У клиента практически отсутствуют попытки бороться со своими защитами, и он сохраняет внутреннюю «стабильность» вопреки декларируемому намерению «изменить свою жизнь», «решить проблему», «понять, что со мной происходит».





Закрытый тип: «психологическая интоксикация»

Стремления клиента к самоизменению кажущаяся, серьезная консультативная работа невозможна. Чаще всего клиенты клинически здоровые люди с прагматическим интересом к психологии, которая является эффективным средством оправдания любых их поступков понятиями из тех или иных психологических концепций. Обращение к психологу выполняет важную защитную роль: с одной стороны, отражает неудовлетворенность собственной жизнью, с другой – позволяет ничего в ней не менять.





Закрытый тип: «Эстетизация личностных проблем»

Имеет место сокрытие собственного «Я». Имеет место эстетическое оправдание, невзгоды и проблемы прибавляют личности клиента глубину и значимость. Состояние эстетизации достаточно широко распространено в повседневной жизни и относится к числу наиболее «популярных» психологических механизмов адаптации.



Закрытый тип: «манипуляции-пристрастия»

Название этой подгруппы отражает основной мотив обращения в консультацию: поиск путей для достижения поставленной цели в отношении тех или иных людей. Эти клиенты деятельны, энергичны и ищут у психолога не сочувствия и поддержки, а конкретных знаний, направленных на успешное манипулирование своим окружением.





«Открытые клиенты»

- < Прилагают большие усилия по преодолению собственного сопротивления.
- < Об открытости клиента можно говорить, когда присутствует борьба с внедиалогическими, защитными импульсами, когда клиент, побуждаемый реальным страданием, нуждой или искренним стремлением к установлению истины о самом себе, готов к серьезному, глубокому общению.





Значимость типологии

- ‹ «Открытость» и «закрытость» характеризуют, прежде всего, особенности начального состояния клиента психологической консультации. Они не рассматриваются как некоторое устойчивое личностное качество.
- ‹ В ходе консультирования качество «открытость – закрытость» клиента может претерпевать трансформацию.
- ‹ Консультирование будет строиться по-разному в зависимости от того, «открытый» или «закрытый» клиент пришел к психологу.
- ‹ Чем более открыт клиент, тем более свободным и непредвзятым может быть взаимодействие, тем шире спектр психотерапевтических возможностей.
- ‹ Чем больше «закрыт» клиент, тем больше консультативное общение напоминает игру с учетом установившихся правил, сложившейся позиции, что резко ограничивает возможности консультанта и в профессиональном, и в личностном плане.



Г. И. Малейчук: портрет современного клиента (2012)



- ‹ Тревожный
- ‹ Образованный
- ‹ Нетерпеливый
- ‹ Рациональный
- ‹ Ожидающий чуда



Тревожный клиент

- ‹ В сознании у большинства людей психолог/ психотерапевт пока еще «равен» психиатру, и если человек обращается к психологу, то это вызывает у него чувство собственной неполноценности, стыда и страха.
- ‹ Стыд связан с ожиданием оценки, диагноза. Страх – с необходимостью «обнажаться», раскрывать душу.
- ‹ Соответствующее отношение часто можно увидеть и у окружающих. Мужчины более настороженно относятся к психологам/психотерапевтам, чем женщины. Но вместе с этим у них есть и интерес и любопытство.
- ‹ Больше доверия к психологу/психотерапевту возникает, если обратиться к нему рекомендуют знакомые, врачи, социальные работники.





Образованный клиент

Образованные люди, с высоким уровнем рефлексии охотнее идут к психологу. У них уже имеются определенные знания о душе, представления о психологических проблемах и способах их решения, то есть формируется психологическая картина мира.





Нетерпеливый клиент

Нетерпеливость клиента проявляется в ожидании им быстрого результата от психологической помощи. Это, прежде всего, связано с незнанием им психологических механизмов консультирования и психотерапии. В сознании клиентов часто присутствует представление о психологическом лечении, как о некотором чудодейственном рецепте, спасительном совете, волшебной таблетке, эффективном перепрограммировании, перекодировании... Не обнаружив вышеперечисленных средств в арсенале психолога/терапевта, клиент часто оказывается разочарованным: «Мы будем разговаривать и это все?», «За разговор нужно платить?», «Психотерапия продлится несколько месяцев?», «Может, Вы попробуйте со мной гипноз?» и т.д.





Рациональный клиент

- ‹ Клиент, которому свойственно рациональное объяснение возникающих у него проблем при блокировании чувственной сферы.
- ‹ Часто в качестве запроса клиенты просят консультанта или психотерапевта избавить их от ненужных, мешающих, по их мнению, чувств, надеясь, что чувствами, как и мыслями можно управлять, оставив только приятные, позитивные и «выбросив» чувства неприятные, причиняющие боль.





Клиенты, ожидающие чуда

- ◀ Клиенты часто идут к психологу/психотерапевту с ожиданиями целительской помощи и надеждой на чудесное исцеление. В сознание современного человека образ психолога часто рисуется как образ Целителя, Мага, Волшебника, Гуру...
- ◀ При такой установке неизбежны разочарования либо в психологе/психотерапевте, либо в психологии/психотерапии.
- ◀ В первом случае клиенты не сдаются и продолжают поиски такого кудесника, который «разведет руками их боль», решит волшебным образом все их проблемы.
- ◀ Во втором – обесценивают и психолога/психотерапевта и психологию/психотерапию.





Институт
прикладной психологии
в социальной сфере

Спасибо за внимание!