

# ЗАПРОС НА ТЕРАПИЮ В КПТ

Графов Дмитрий Александрович  
Санкт-Петербург  
2020 г.

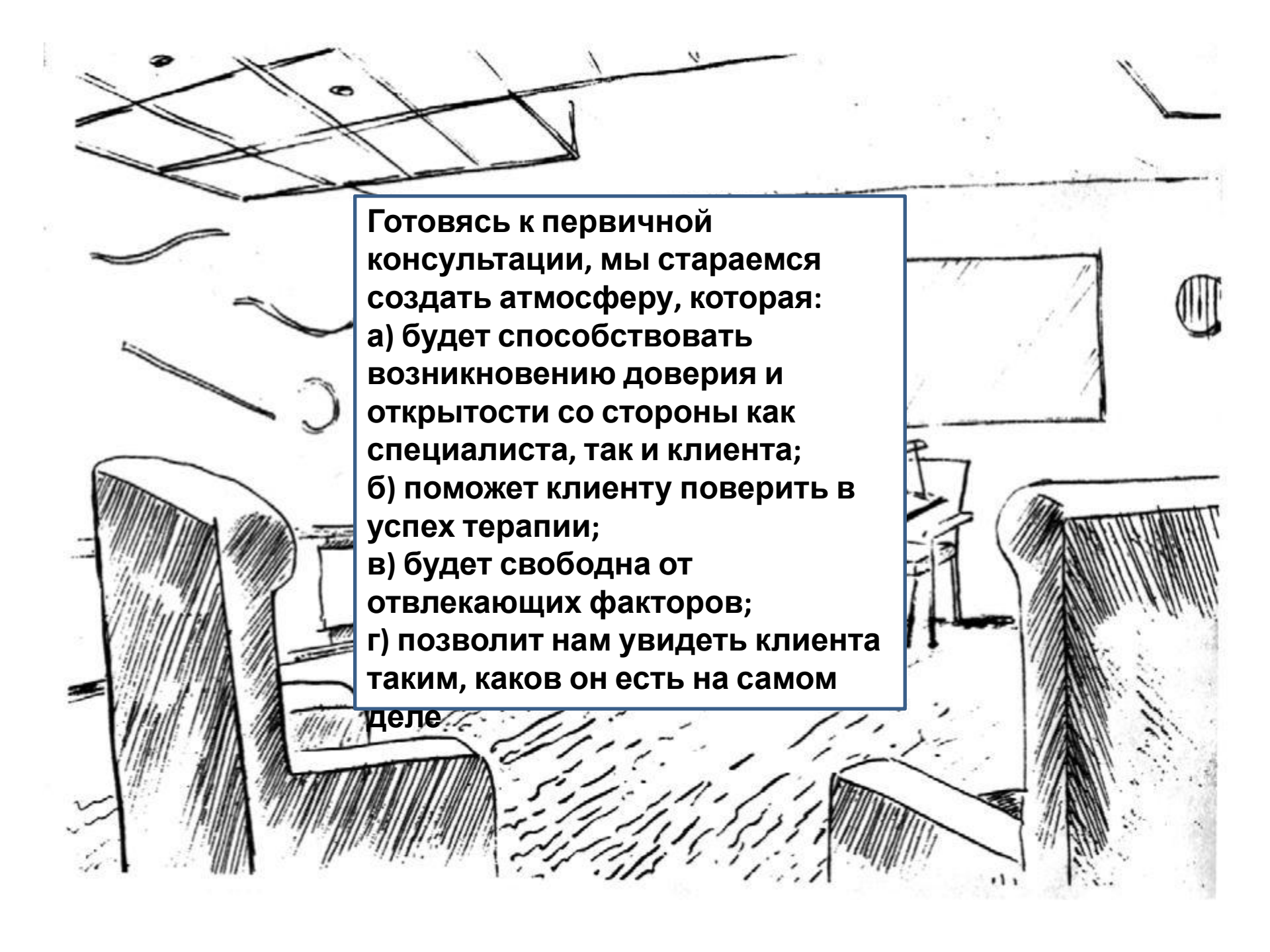


**Первое впечатление нельзя  
произвести дважды**

**Народная мудрость**

**Раппóрт (фр. rapport, от rapporter — возвращать, приносить обратно) —  
установление специфического контакта, включающего  
определенную меру доверия или взаимопонимания с человеком или  
группой людей, а также само состояние такого контакта.**





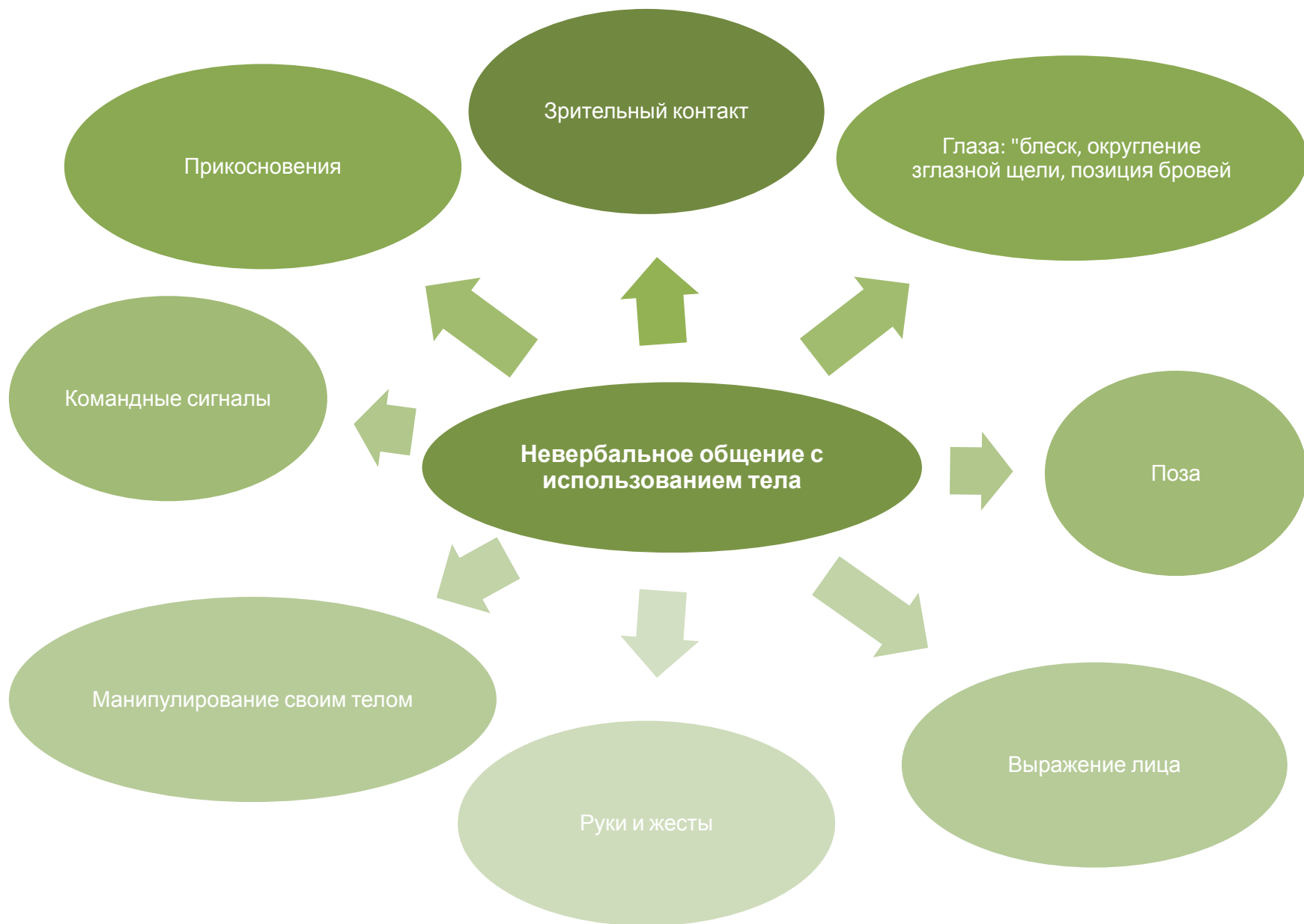
**Готовясь к первичной консультации, мы стараемся создать атмосферу, которая:**

- а) будет способствовать возникновению доверия и открытости со стороны как специалиста, так и клиента;**
- б) поможет клиенту поверить в успех терапии;**
- в) будет свободна от отвлекающих факторов;**
- г) позволит нам увидеть клиента таким, каков он есть на самом деле**

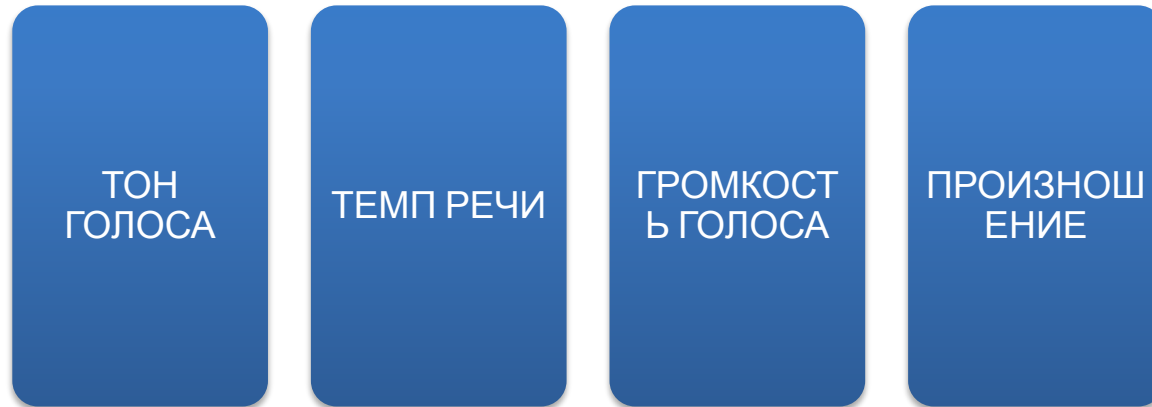
*Уже при первой встрече вы помогаете клиенту понять, что он достоин того, чтобы с ним обращались как с взрослым и разумным человеком, что вы верите в его способность отвечать за себя и принимать самостоятельные решения.*



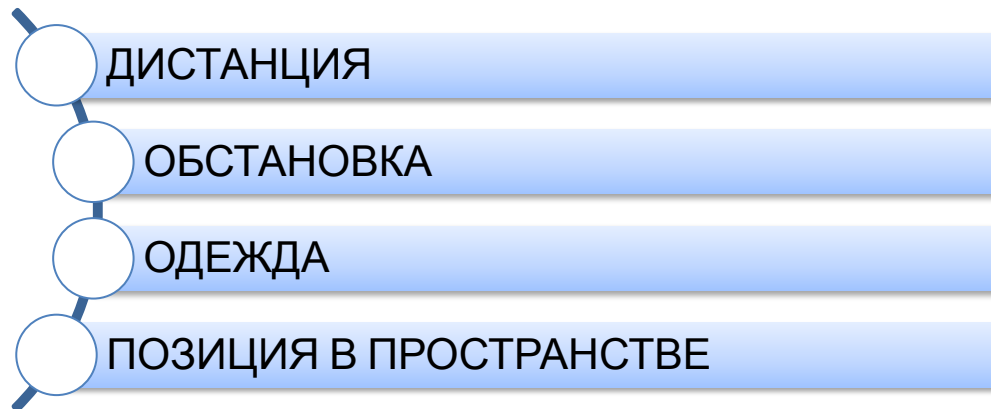




# НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ГОЛОСА



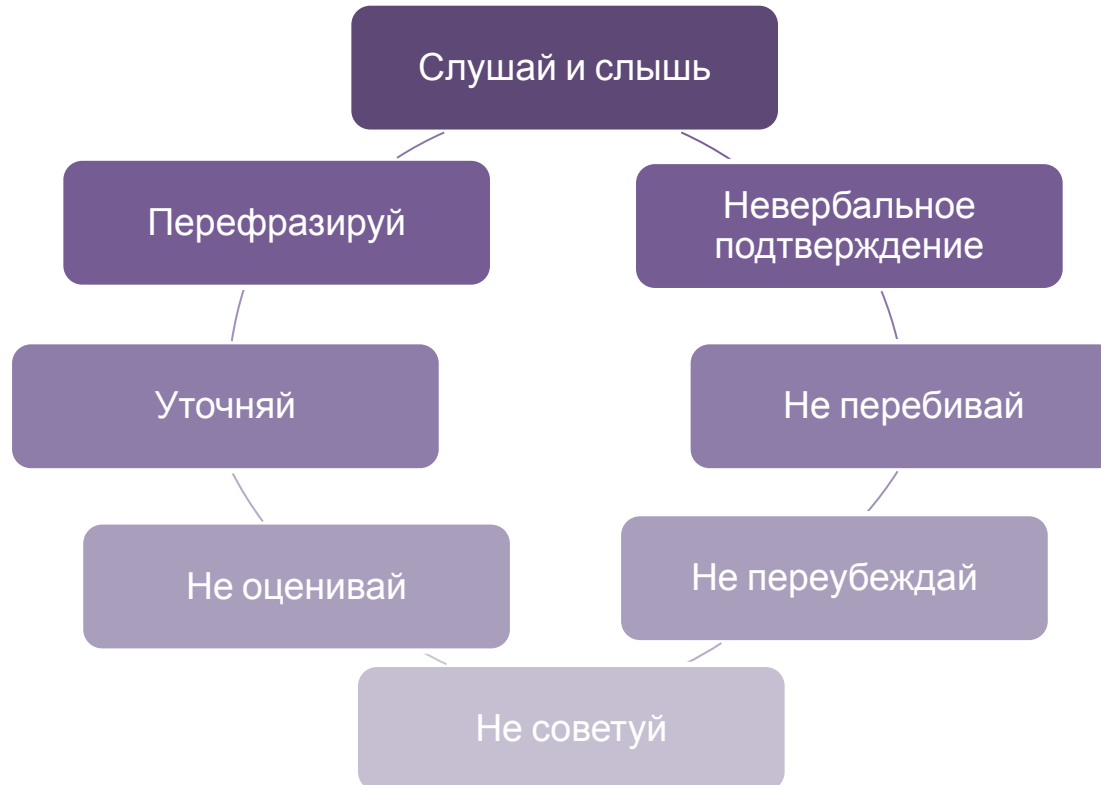
# НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ И СТРУКТУРИРОВАНИЕ ОКРУЖЕНИЯ





## Вербальное присоединение

Не смотря на огромное значение невербального компонента общения в психотерапии, основные события происходят на вербальном уровне. Суть вербального поведения терапевта – это способы его реагирования во время сеанса.



Существуют три нейтральных варианта начала консультации:  
**Неопределенный, открытый вопрос:** *«Что вас сюда привело?»* – или:  
*«С чего начнем?»* Эти слова нейтральны, лингвисты называют замещающими формами. Они легко замещают другие слова и, по большому счету, ни к чему не обязывают.

**Рефлексивные вопросы.** *«Вы выглядите очень несчастным»* – или:  
*«Начинать всегда трудно»*. Такое начало разговора дает клиенту важный урок: мы будем говорить здесь о чувствах; я не боюсь называть ваши чувства вслух; я не буду отказываться выслушивать вас, когда вы будете говорить о своих чувствах; ничто из сказанного вами не будет меня шокировать.

**Использовать** для вступления в разговор тот факт, что клиент пришел сюда против своей воли: *«Я понимаю, что вы здесь потому, что вас послали на консультацию»*, а потом можно добавить: *«Наверное, именно поэтому вы выглядите так сердито (недовольно*



## **На что обращать внимание во время беседы**

- 1. Эмоциональное состояние клиента.* Например, клиент возбужден в той или иной степени или, наоборот, находится в состоянии вялости, апатии или депрессии.
- 2. Одежда клиента.* Какая она – аккуратная или неряшливая, кричащая или скромная, соответствует ли его возрасту и ситуации? Сочетаются ли детали его туалета? Иногда одежда клиента свидетельствует о том, что он придает особое значение встрече с терапевтом, или о том, что он пытается произвести на него впечатление.
- 3. Движения клиента.* Какие они – беспорядочные, резкие, дискоординированные, неуклюжие или изящные?
- 4. Состояние здоровья клиента.* Наблюдаете ли вы болезненные симптомы: бледность, чрезмерный румянец, воспаленная кожа, покрасневшие глаза, дрожание, кашель и другие признаки нездоровья?
- 5. Признаки напряженности клиента.* Совершает ли клиент такие повторяющиеся действия, как глотания, почесывания, тики или какие либо другие?
- 6. Голос клиента.* Каким голосом говорит клиент – твердым и уверенным, ровным или дрожащим, тихим, хнычущим или высоким?
- 7. Как клиент держится.* Может быть, он принимает детские позы и говорит детским голосом? Или юный клиент сутулится и подражает манерам кого то, кто гораздо старше, чем он? Агрессивен ли он или, наоборот, слишком покорен?

## Важное во время беседы

- 1. По возможности избегайте вопросов; лучше отражать чувства клиента или обобщать его суждения.** Вывод: *«Похоже, что вам трудно было бы обсуждать ваши чувства с родителями»* предпочтительнее вопроса: *«Вы пробовали говорить об этом с родителями?»*
- 2. Если вы задаете вопрос, то он должен иметь отношение к тому, о чем говорит вам клиент.** Вопрос: *«Сколько времени вы состоите в браке?»* уместнее в анкете или при устном опросе, чем в ситуации, когда клиент рассказывает о том, как он страдает с тех пор, как от него ушла жена.
- 3. Будет правильно, если вопросы помогут клиенту понять себя и выявить что-то новое:** *«Что вы тогда чувствовали?»* или *«О чем вы в это время думали?»*. Но старайтесь все же поменьше задавать таких вопросов и по больше отражать чувства и мысли клиента.
- 4. Избегайте вопроса «Почему?»** На вопрос: *«Почему у вас такое ощущение?»* нельзя ответить, он никуда не ведет и, возможно, заставит клиента защищаться. Если вопрос «почему» необходим, клиент отнесется к нему лучше, если вы объясните, зачем его задаете: *«Я спрашиваю, почему вы не сообщили о нападении на вас в полицию, чтобы понять вашу логику»*.
- 5. Открытые (не предлагающие однозначного ответа) вопросы** всегда предпочтительнее, чем закрытые. Вопрос: *«Как это случилось?»* лучше, чем: *«Давно это все продолжается?»* Или вопрос: *«Что в это время происходило в вашей жизни?»* правильнее, чем: *«Сколько вам было лет, когда это произошло?»*

## УПРАЖНЕНИЕ

Цели: освоение навыков установления контакта с клиентом

Задание: в тройках (терапевт, клиент, супервизор) с учетом обсужденных ранее особенностей установите контакт с клиентом.

Стараемся отмечать собственные когнитивные, эмоциональные и поведенческие реакции.

Время – 5 минут на каждого участника.

# Конкретизация и постановка



*Человек с ружьем всегда  
найдет цель в жизни  
Народная мудрость*

**Клиенты должны иметь четкое представление о том, над чем они работают в психотерапии, чтобы придерживаться курса лечения и мотивировать себя.**

**\*\*\***

**Список целей – это обратная сторона списка проблем, однако изложенного с точки зрения изменения поведения.**

*Дж. Бек, Когнитивная терапия для сложных случаев, 2020*

# **Стратегии для установления целей:**

**Определение  
стандартных целей посредством опроса**

**Установление  
конкретных целей посредством воображения**

**Установление  
цели для себя вместо целей для других**





# **Расстановка приоритетов**

*(Sundel, Radin, Churchill, 1985, p.124).*

- 1. Проблема, которая больше всего беспокоит клиента.**
- 2. Поведение, которое в отсутствие контроля может повлечь за собой самые тяжелые последствия для клиента, близких ему людей или общества.**
- 3. Тот вопрос, который больше всего волнует ведомство, направившее к вам клиента.**
- 4. Поведение, с которым можно справиться наиболее быстро или наиболее эффективно.**
- 5. Поведение, которое нужно организовать в первую очередь, чтобы затем можно было приступить к решению других проблем.**

# S

Specific  
КОНКРЕТНЫЕ



Вместо обычного «хочу то-то» прописывайте конечный результат цели со всеми деталями.

# M

Measurable  
ИЗМЕРИМЫЕ



Используйте цифры или другие точные данные, чтобы сделать цель измеримой для оценки результата.

# A

Attainable  
ДОСТИЖИМЫЕ



Ставьте задачи, которые вам по силам. Не задирайте планку слишком высоко.

# R

Relevant  
ЗНАЧИМЫЕ



Спросите себя: «Зачем мне это?» Может, цель нужно переформулировать или она вообще лишняя.

# T

Timebound  
С ЧЕТКИМИ СРОКАМИ



Ставьте срок, к которому вы планируете достичь цели. Это стимулирует и не дает расслабиться.

## ***Правила***

**Расставляйте приоритеты.** Надо учитывать, что важнейшим в технике SMART является пункт не S – конкретность, как обычно расставляют приоритеты, а R – важность. В первую очередь мы должны понять не что мы делаем, а зачем.

**Записывайте.** Формулировать цели нужно письменно (хоть в ворде, хоть на листочке расписать). Это позволит вносить корректировки и проработать детальность плана до ясных должностных (или личных) инструкций, шагов по выполнению.

**Будьте гибкими.** Стоит иметь в виду, что со временем появляются новые знания или обстоятельства, которые могут повлиять на цель кардинальным образом, поэтому критерии, определяющие цель, должны быть адаптивными.

**Мотивируйте.** Работникам, руководителям отделов и подразделениям в целом ставятся цели и показатели их эффективного выполнения. За выполнения можно начислять определенный процент к зп.

## *Плюсы*

**Определённость.**  
**Практичность.**  
**Универсальность.**  
**Эргономичность.**  
**Мотивация.**

## *Минусы*

**Неопределённость.**  
**Человеческий фактор.**  
**Ежедневная рутина.**

## УПРАЖНЕНИЕ

Цель: освоение навыков диагностики и установления целей.

Задание: в парах проводим короткую диагностическую беседу, проясняем запрос, выявляем терапевтические цели и конкретизируем их.

Время – 5 минут на одного участника

**Терапевтический контракт** – это рабочее соглашение между клиентом и специалистом о целях терапии и средствах их достижения



## **Что следует оговорить при заключении контракта?**

- Четкое описание цели терапии
- Ответственность сторон в достижении поставленной цели
- Критерии успешности
- Стоимость консультаций, время проведения, их частота и продолжительность, продолжительность терапии.
- Вопросы переноса сессий и ответственность сторон в этом отношении, перерывы в работе и их условия
- Вопросы конфиденциальности

## УПРАЖНЕНИЕ

Цель: отработка навыка заключения терапевтического контракта.

Задание: тройках (терапевт, клиент, супервизор) на основании установленных целей заключаем контракт. Внимательно отслеживаем собственные когнитивные, эмоциональные и поведенческие реакции.

Время – 5 минут на одного участника



## УПРАЖНЕНИЕ

Цель: демонстрация в группе всех отработанных ранее навыков.

Задание: пара добровольцев, терапевт и клиент, проводят демонстрацию установления контакта, короткой диагностики, постановки целей и заключения терапевтического контракта.

Время – 30 минут

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**