ОЛЕГ ХААК

КАК СТАТЬ ПСИХОЛОГОМ В ГЕРМАНИИ ЗА 12 МЕСЯЦЕВ И БЕЗ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

СЕКРЕТНО!

Олег Хаак

Как стать психологом в Германии за 12 месяцев и без высшего образования!

Все права на эту книгу защищены. Запрещается копировать, переводить, размещать в интернете, или как-то ещё использовать содержание этой книги. Нарушение авторских прав будет преследоваться по законам Германии и России.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Autors Oleg Haak reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

IMPRESSUM:
Entwicklung und Gestaltung: Oleg Haak.
Charlottenstr.75, 40210 Düsseldorf
mail: info@psychologie-seminar.com

Если вы найдёте в книге ошибки или захотите
высказать ваше мнение, пишите, пожалуйста, на e-mail:
info@psychologie-seminar.com

От автора

Пожалуйста, осознайте, дорогие психологи, что на вас лежит серьёзная ответственность за жизнь и благополучие людей. К сожалению, количество психологов-самозванцев стремительно растёт, что приводит к обесцениванию профессии и ставит психическое и физическое здоровье населения в опасность. Друзья, отнеситесь серьёзно к вашей работе, продолжайте заниматься самообразованием, повышайте квалификацию через супервизию и, конечно, продолжайте читать профессиональные книги по психологии, а не всякий мусор, которым наполнены книжные полки магазинов и интернета.

Пожалуйста, забудьте высказывания типа «думайте положительно», «другим намного хуже бывает», «возьмите себя в руки» и т. д. Этими словами вы сильно навредите вашим клиентам и самим себе. Если вы сомневаетесь, что можно стать психологом всего за 12 месяцев и устроиться на работу или открыть собственный психологический кабинет в Германии[1] или другой стране, то смотрите информацию в этой книге и на сайте www.psychologie-seminar.com.

В этой книге вы найдёте ответы на вопросы, с кото-рыми сталкиваются начинающие и опытные профес-сиональные психологи-консультанты.

Вы можете читать книгу начиная с любой главы и в любой последовательности.

Если вам понравится эта книга, рекомендуйте её вашим знакомым, я буду вам за это очень благодарен.

Приятного вам чтения!

[1] Книга написана в первую очередь для жителей Германии, но информация в ней в основном универсальна и подходит для любой страны. Слово «праксис» (Praxis) понятно для немецкоязычного населения и подразумевает в нашем случае психологический кабинет. Техническая информация, стоимость продуктов и услуг в основном для жителей Германии.

Содержание

1 Вы психолог! 6
2 Выслушать клиента – первый шаг к решению его проблемы 9
***2.1** Что мешает слушать?* 12
***2.2** Зачем слушать?* 15
***2.3** Как слушать?* 17
3 Вопросы, помогающие решить проблему клиента 19
***3.1** Почему необходимо задавать вопросы?* 20
***3.2** Как задавать вопросы?* *21*
***3.3** Что мешает задавать вопросы?* 24
4 Безусловное принятие клиента – важный инструмент психолога 26
***4.1** Как принимать клиента?* 28
***4.2** Что мешает принимать клиента?* 30
5 Продолжительность консультации – больше, чем просто технический вопрос! 32
6 Позитивное мышление 35
7 Пассивно-зависимый клиент 42
8 Конфликт с клиентом 46
9 Идеализация/Обесценивание 50
10 Записи на консультации 56
11 Субъективность клиента 57
12 Распределение психической энергии 64
13 Супервизия 69
14 Внутреннее выгорание 72
15 Психологические привычки 75
16 Частное предпринимательство 83
17 Помещение для праксиса 87
18 Реклама психологических услуг 93
19 Медицинское страхование 101
20 Страхование предпринимательства 103
21 Стоимость консультации 105
Заключение 110

КАК СТАТЬ ПСИХОЛОГОМ В ГЕРМАНИИ ЗА 12 МЕСЯЦЕВ И БЕЗ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ!

1. Вы психолог!

Вы сомневаетесь, что всего за 12 месяцев можно стать психологом-консультантом? Совершенно напрасно! Более того, шокирую вас ещё больше: вы уже психолог! Дело в том, что психолог – это не профессия. Это призвание. Психологами становятся не случайно. Как и при выборе других социальных профессий, здесь играют роль наше воспитание и наша семья. У будущих психологов уже с рождения присутствуют необходимые черты характера, такие как сочувствие, желание помогать другим и способность выслушивать других. Чем это обусловлено? Здесь есть разные варианты. Например, если один из родителей или оба больны. Как известно, дети уже с самого раннего детства очень тонко всё чувствуют, даже если о чём-то не говорится вслух. Таким образом, если родитель болен, у ребёнка возникает желание как-то помочь. Понятно, что он никак помочь не может, что вызывает ещё и чувства вины и беспомощности. То же самое происходит, если один родитель или оба алкоголики. Ребёнок чувствует себя виноватым и беспомощным. И конечно, если родители ругаются или разводятся, то дети тоже могут чувствовать себя виноватыми, беспомощными, из-за того, что не смогли помочь родителям.

Также желание помогать родителям возникает, если, например, мать, как это нередко бывает, недовольна своим браком и делится своими чувствами с ребёнком. Ребёнок превращается в „партнёра-заменителя“ и пытается компенсировать то, чего не делает другой родитель.

Именно в таких ситуациях и рождаются психологи, которыми движет желание помогать другим, чтобы компенсировать «упущение» этого в детстве. Кроме родителей, это могли бы быть и другие члены семьи или родственники, нуждавшиеся в помощи. Это одна категория людей, становящихся психологами. Вторая категория тесно связана с первой: это люди, которые уже с детства пытаются разобраться в себе. Это могут быть дети, которые, как уже говорилось выше, в какой-то степени жили для других уже с детства и забыли о самих себе. Так или иначе, если у ребёнка есть какая-то проблема или психологический конфликт, который он не может разрешить или поговорить об этом с другими, он, как и взрослые, начинает «ремонтировать» сам себя. Результатом такой работы являются ранее взросление и интерес к тому, как работает человеческая психика. То есть нередко психологи – это те, кто хотят разобраться сами в себе. Это нисколько не должно заставлять вас стесняться этого, ведь вы не уходите от проблем, как остальные, а хотите в них разобраться и помочь не только себе, но и другим. Есть, конечно, и другие причины, почему люди становятся психологами, но в основном это действительно желание помогать другим и разобраться в себе. Понимание этого должно побудить психолога заботиться о собственном психическом здоровье и проходить регулярную супервизию.

Многие из тех, кто проходят обучение в Privatakademie für praktische Psychologie (www.psychologie-seminar.com), являются, так сказать, «психологами по жизни». Первый и явный признак этого – к вам обращаются люди чтобы вы их выслушали и помогли им.

Многие наши клиенты рассказывают, как они постоянно вынуждены выслушивать других. Например, парикмахеры, косметологи, продавцы, медсёстры, массажисты и т. д. То есть, выполняя свою основную работу, они параллельно оказывают психологическую помощь, выслушивая других, проявляя сочувствие и, возможно, давая совет. Более того, вы, скорее всего, прочитали не одну книгу по психологии, читаете информацию в интернете и смотрите ролики на эту тему. Итак, всё это показывает, что вы уже находитесь очень глубоко в этой теме. Остаётся приобрести дополнительные профессиональные знания с помощью программы обучения «Автодидакт», посетить наш семинар – и вы можете смело приступать официально к работе психолога. Конечно, после обучения мы не бросаем вас на произвол судьбы! Вы всегда можете обратиться за супервизией, в рамках которой можно поговорить о психологических проблемах самого психолога, а также о работе с клиентами.

Поверьте в свои силы, друзья!

2. Выслушать клиента – первый шаг к решению его проблемы

С кем у вас ассоциируется хороший психолог? С тем, кто может быстро дать совет, или с тем, кто может внимательно слушать? Распространённое представление о хорошем психологе, к сожалению, неправильное. Хороший психолог не спешит говорить, не спешит советовать. Хороший психолог – это тот, кто умеет прежде всего выслушивать своих клиентов. Конечно, не всем это нравится. Многие люди, обращающиеся к психологу, бывают разочарованы. Разочарованы именно тем, что их ожидания не оправдались: психолог не дал им сразу же желаемое решение проблемы.

Однако это проблема не психолога, а этих людей. Конечно, если психолог буквально спит на консультации, что, поверьте, бывает (особенно среди пожилых психологов), то понятно, что это непрофессионально и у того психолога не стоит искать помощи. Но повторюсь ещё раз: хороший психолог не спешит с советами. Какую функцию вообще выполняет выслушивание в психологическом консультировании или психотерапии? Во-первых, клиент наконец-то находит человека, который его выслушает, не перебивая и не осуждая, что обычно делают другие. Человек, имеющий психологическую проблему, как правило, ни с кем не может об этом пого-

ворить и остаётся один на один с этой проблемой. Это очень сильно напрягает эмоционально, отдаляет человека от его окружения. А если кто-то всё-таки рискнёт и расскажет о том, что его беспокоит, то, скорее всего, будет разочарован, найдя лишь непонимание и осуждение, а в лучшем случае – кучу советов от тех, кто ни малейшего представления не имеет о профессиональной психологии.

Итак, психолог – это последняя инстанции, последняя надежда человека с психологическим конфликтом или находящегося в тупике из-за внешних обстоятельств, таких как, например, семейные проблемы. Итак, если и психолог не будет выслушивать клиентов, то они станут благодаря этому ещё ближе к самоубийству. Один опытный психолог как-то заметил, что даже если посадить в кресло психолога куклу, то это всё равно поможет клиенту, потому что он сможет выговориться. Почему потребность высказать свои мысли приносит облегчение? Дело в том, что быть один на один со своими беспокойными мыслями очень тягостно. Это содействует развитию одиночества. Поэтому уже то, что человек выскажет свои беспокойства, является возможным методом в психологическом консультировании и психотерапии. Так клиент ощущает, что его понимают, им интересуются, его ценят, он не безразличен другим, он интересен, заслуживает внимания, уважения и т. д. Само по себе это уже приносит большое облегчение.

С другой стороны, высказываясь, клиент облекает свои мысли в слова, что помогает ему понять самого себя. И это немаловажно, так как часто человек, находящийся в тупике из-за внутренних или

внешних факторов, не понимает до конца, что с ним происходит и как найти выход. Высказываясь же, клиент начинает понимать самого себя и свои чувства, которые он, возможно, отрицает или не хочет принять, что происходит по большому счёту подсознательно. Поэтому зачастую в процессе разговора, даже если психолог вообще ничего не говорил, а только слушал и задавал вопросы, клиент может сам найти решение своей проблемы. Это происходит именно потому, что он высказал свои мысли вслух, понял, что с ним происходит и что нужно делать.

Итак, выслушивание – это, без сомнения, один из основных методов психолога-консультанта и особенно психотерапевта, который нельзя недооценивать, хотя это и делают некоторые клиенты, жалуясь, что психолог «всего лишь» выслушал. Секрет ещё и в том, как слушать. Конечно, если психолог будет просто делать вид, что слушает, а сам будет думать о своём или о том, что скажет в следующий момент, то это не принесёт никакой пользы. Клиент обязательно почувствует, если психолог всего лишь делает вид, что слушает, и он или больше не придёт, или не будет активно принимать участие в процессе консультирования.

2.1 Что мешает слушать?

Что может мешать психологу выслушивать своих клиентов? Здесь есть разные варианты. Один из них – это желание помогать. Конечно, желание помочь вполне естественно и неотъемлемо для социальных профессий. Если бы у психолога не было этого желания, то он вряд ли был бы хорошим психологом. Но во всём нужно чувство меры. Если психолог не контролирует своё желание помогать, то ему трудно слушать, ведь он как можно быстрее хочет помочь и поэтому начинает направо и налево раздавать советы и рекомендации. Вместо того чтобы выслушать клиента до конца и понять его, такой психолог обдумывает, что сказать клиенту, чтобы разрешить его проблему. В таком случае психологу необходимо подробно ознакомиться с темой Helfersyndrom («синдром Золушки») и помнить, что представители социальных профессий, подразумевающих помощь другим, подвержены этому синдрому. Конечно, не стоит забывать и о супервизии с опытным психотерапевтом, которая является зачастую единственным и наилучшим средством для того, чтобы психолог знал свои сильные и слабые стороны и мог с ними правильно обращаться.

С другой стороны, если психолог не уверен в себе, то он хочет продемонстрировать свою компетентность клиенту, показывая свои знания и перебивая клиента. В таком случае стоит помнить, что компетентность психолога будет доказана именно тем, что он в состоянии слушать, не перебивая и интересуясь при этом клиентом, не думая о своём.

Психолог вряд ли приобретёт доверие клиента, если не будет его слушать. Поэтому не ищите возможности при консультации впечатлить клиента своими знаниями, это лишь оттолкнёт клиента от вас: он или больше не придёт на консультацию, или не будет сотрудничать с вами во время консультации. И уж конечно, не станет вас рекомендовать дальше.

Поэтому старайтесь быть уравновешенными и повышайте вашу самооценку, но только не за счёт ваших клиентов.

Психологу может быть также тяжело слушать клиента, если ему кажется, что клиент недостаточно интеллигентен по сравнению с ним. В таком случае психолог испытывает чувство превосходства, и ему становится скучно слушать. Скучно становится психологу также, когда клиент долго и подробно рассказывает о проблеме, при этом часто повторяясь и ходя по кругу. В таком случае, вместо того чтобы перестать слушать и думать о своём, психолог может тактично направлять беседу в правильное русло, продолжая внимательно слушать.

Если психологу не хватает терпения, ему тоже тяжело слушать. Психолог, как правило, достаточно быстро видит, как нужно решить проблему клиента, и раздражается из-за того, что клиент сам до этого ещё не догадался или не может это сделать. В таком случае возникает сильное желание дать клиенту прямой совет, как поступить, но такие советы редко принимаются клиентом. Клиент должен сам решить свою проблему с помощью психолога, а советы сильно мешают этому процессу.

Есть ещё много причин, по которым психологу тяжело выслушивать клиента. Эти причины индивидуальны и должны быть обязательно выявлены. Сделать это можно при помощи самоанализа и супервизии.

Если психолог не может выслушивать своих клиентов, то это не психолог, а такой же знакомый, как и все остальные, и он не в состоянии будет эффективно помочь. Поэтому проведите честный самоанализ и поработайте с супервизором, чтобы не навредить клиентам, а, напротив, помочь им.

Если психолог не умеет выслушивать своих клиентов, он наносит им психологический вред и ещё сильнее усугубляет их психологические конфликты. Если не психолог будет выслушивать нуждающихся в психологической помощи, тогда кто? Психолог – это последняя инстанция для человека, находящегося в тупике. Можно без преувеличения сказать, что жизнь клиента зависит от качества работы психолога. Количество самоубийств, психических и физических болезней могло бы быть намного меньше, если бы этим людям оказали профессиональную помощь. К сожалению, психологи, не умеющие выслушивать, могут подтолкнуть клиентов к последнему отчаянному шагу – самоубийству.

2.2 Зачем слушать?

Во-первых, когда клиент высказывается, ему уже от этого становится легче. Дело в том, что человек с психическими проблемами или находящийся в тупике чувствует себя очень одиноко. Члены семьи, друзья, коллеги и, к сожалению, всё чаще и те, кто считают себя специалистами, не понимают проблему человека, находящегося в психологическом конфликте. Таким людям советуют «взять себя в руки», напоминают, что «другим намного хуже», или намекают, что человек сам во всём виноват. Оставшись, таким образом, без понимания, а нередко и столкнувшись с осуждением, человек перестаёт кому-либо доверять, уходит в себя, что, естественно, усугубляет проблему. Чтобы решить психологический конфликт, человеку нужны контакт и обмен мыслями, чего не происходит, если замкнуться в себе.

Не стоит также забывать, что клиент – наилучший эксперт в своей ситуации. Мнение, что клиент беспомощен и не в состоянии решить свои проблемы, неверно и непрофессионально. Клиент, несмотря на все свои дефициты, намного лучше других разбирается в своей проблеме, более того, он и только он способен разрешить свои психологические проблемы. Некоторые клиенты, особенно интеллектуалы, в процессе разговора сами решают свою проблему. Таким клиентам достаточно выговориться вслух и в процессе разговора определить проблему.

Часто дело в том, что клиент сам не понимает, что с ним происходит. Не понимает, потому что, как было упомянуто, просто не с кем

поговорить о том, что его беспокоит. Такие люди, произнося мысли вслух, в процессе разговора сами решают свои проблему. То есть существует как минимум одна категория клиентов, которая в состоянии сама решить свои проблемы, а психологу достаточно просто выслушивать таких клиентов. Конечно, есть люди, которые недовольны тем, что психолог «только выслушал и не помог». Однако такие люди, скорее всего, также остались бы недовольными, если бы психолог что-то посоветовал. Это категория клиентов, которым нельзя помочь, потому что они считают себя умнее других (в частности и психолога) и всегда найдут, к чему придраться. Не концентрируйтесь на них, а думайте о большинстве клиентов, о том, что хорошо для большинства, а не отдельных недовольных клиентов.

Ещё одна немаловажная функция выслушивания – это то, что клиент чувствует его воспринимают всерьёз и относится к нему с уважением. Именно этого недостаёт человеку с психологической проблемой. Всем уже надоело «нянчиться» с таким человеком и слушать его жалобы. Таким образом, человек теряет чувство собственного достоинства и не считает, что заслуживает внимания и уважения других. Поэтому если вы как психолог выслушиваете клиента, даже если вам кажется, что он говорит что-то неважное, клиент будет чувствовать ваше положительное отношение, сможет доверять вам и будет охотно сотрудничать. Итак, выслушивание – важная часть работы психолога. Если вам по каким-либо причинам тяжело выслушивать ваших клиентов, не оставляйте это без внимания. Читайте на эту тему, анализируйте себя и посоветуйтесь с супервизором.

2.3 Как слушать?

Поговорим теперь о практической стороне вопроса.

Во-первых, слушать надо, что называется, сердцем. Недостаточно делать вид, что мы слушаем. Клиент это обязательно почувствует и потеряет доверие к психологу. Слушать психологу-консультанту нужно, особенно во время первой беседы. Нередко вся первая консультация уходит на то, чтобы выслушать клиента. Это хорошо и правильно. Также и во время всех последующих консультаций выслушивание должно играть ключевую роль. Чтобы внимательно слушать, не думайте о своём. Конечно, если вы поссорились с партнёром, или у вас проблемы с детьми или родителями, или вы только и думаете о том, как развить ваш праксис, то слушать будет трудно. Весь секрет в том, чтобы делать вещи в своё время, как заметил мудрый царь Соломон. Конечно, нужно заниматься повседневными делами и решать конфликты с близкими, но делать это нужно не во время консультации. На время консультации – вы психолог, который имеет задачу помочь клиенту, и ваши мысли должны быть заняты только этим. Конечно, финансовые и другие проблемы могут беспокоить вас и во время консультации, но нельзя позволять им завладеть вашим вниманием и отвлечь от работы с клиентом.

Клиент должен чувствовать, что вы его внимательно слушаете. Этого можно добиться только одним-единственным способом – слушать на самом деле.

Не осуждайте клиента мысленно и не давайте ему оценку, иначе это отразится на том, как вы слушаете. Также если считаете, что уже определили, в чём проблема клиента, вам может стать скучно его выслушивать дальше, и клиент это почувствует. Поэтому даже если вы как опытный психолог уже тысячу раз слышали что-либо от клиентов, вам необходимо продолжать внимательно выслушивать их, а не показывать, что вы уже всё знаете до того, как клиент открыл рот.

Продолжайте совершенствоваться в выслушивании и не считайте, что вы делаете это отлично. Проводите анализ того, как вы слушали, после каждой консультации и работайте с супервизором.

3. Вопросы, помогающие решить проблему клиента

Очень простая, но в то же самое время эффективная техника психологического консультирования – это постановка ряда хорошо подобранных вопросов. Конечно, не все клиенты будут довольны, если вы будете задавать им вопросы. Кому-то будет казаться, что вы задаёте глупые или неуместные вопросы, а кому-то – что вы сами должны как психолог знать ответ. Также многие заблуждаются, думая, что психолог должен не задавать вопросы, а давать готовые конкретные ответы. Поэтому уже при первой беседе объясните клиенту процесс консультирования: что вы не даёте готовых решений, а помогаете клиенту с помощью вопросов самому найти ответы. Конечно, не все будут согласны так работать, но это, как правило, те клиенты, которые останутся недовольными в любом случае: будете ли вы задавать вопросы или давать конкретные советы.

Итак, не концентрируйтесь на тех клиентах, которые не готовы к вопросам. Кроме того, со временем вы научитесь умело и непринуждённо убеждать клиента, что с помощью вопросов можно решить его проблему. Таким образом, даже те, кто вначале разочаровались, из-за того что вы не даёте конкретных советов, впоследствии будут удивлены результатами техники постановки вопросов. Главное – чтобы вы как психолог верили, что это на самом деле эффективный метод, хотя и очень простой.

3.1 Почему необходимо задавать вопросы?

Как уже упоминалось, многие люди думают, что психолог должен давать конкретные советы. Более того, многие начинающие психологи сами убеждены в этом. Но факт остаётся фактом: профессиональный психолог должен не давать советы, а задавать вопросы, помогая клиентам самим приходить к правильным решениям. В состоянии ли клиент сам с помощью вопросов психолога решить свои проблемы? Однозначно да! Вопреки мнению клиента, а иногда и самого психолога! Как психологу, так и клиенту важно принять важную мысль: клиент сам – наилучший эксперт в своей ситуации. Как такое может быть? Ведь клиент, казалось бы, беспомощный, поэтому и обратился за помощью к психологу. Дело в том, что клиент, возможно, ходит по кругу, и его нужно просто направить в нужное русло, что делается как раз с помощью вопросов, а не конкретных советов. Преимущество вопросов перед советами огромное. Если вы даёте совет как психолог, то человек зачастую может быть с ним не согласен, и на этом консультация окажется в тупике.

Клиенты намного охотнее следуют рекомендациям, которые исходят от них самих. В таком случае укрепляется их самооценка, приходит понимание, что они сами решили свою проблему, а также возрастает их уверенность в себе, что они и в будущем смогут решать другие психологические конфликты.

Итак, забудьте, пожалуйста, что психолог должен давать советы, и освойте технику постановки вопросов!

3.2 Как задавать вопросы?

Задавать вопросы несложно, и чем чаще вы будете это делать, тем лучше у вас будет получаться. Какие вопросы и как можно задавать клиенту? Во-первых, стоит сказать, что очень важен тон, которым задаются вопросы. В ваших вопросах не должны чувствоваться сарказм, нетерпение, осуждение и тому подобное. То есть всё то, что оттолкнёт клиента от вас и сделает консультации неэффективными. Вопросы, которыми пользуется психолог, можно разделить на три категории. Это вопросы для выяснения корня проблемы, уточняющие вопросы и вопросы, содействующие решению проблемы.

В первую категорию входят вопросы типа «Что привело вас ко мне?», «Чем я могу вам помочь?», «На что жалуетесь?», «Как вы думаете, в чём корень вашей проблемы?», «Как долго существует ваша проблема?» и т. д. То есть здесь вы задаёте те вопросы, которые помогут точно определить, в чём проблема клиента.

Вторая категория – это вопросы типа «Могли бы вы подробнее описать то, что вы сейчас сказали?», «Я не совсем понял ход ваших мыслей, могли бы вы объяснить это ещё раз?», «Я вас правильно понял, что...?», «Могли бы вы подробно описать ваши отношения с ваши мужем/отцом/шефом

и т. д.?», «Опишите, пожалуйста, что вы чувствуете, когда ваш супруг критикует вас?», «Могли бы вы более подробно описать чувство разочарования, которое вы испытываете?», «Какие именно

чувства вы испытываете?», «Вы сказали, что вам всё надоело. Что именно вы имеете в виду?» и т. д.

И наконец, третья категория – это вопросы для решения проблемы клиента. Они могут звучать так: «Вы сильно расстраиваетесь, когда ваши дети редко посещают вас. Что бы вы могли сделать, чтобы избавиться от негативных эмоций?», «Ваш муж часто выпивает. Что бы вы могли сделать, чтобы помочь ему?», «Вы чувствуете уныние, когда ваши коллеги сплетничают о вас. Что бы вы могли сделать, чтобы избавиться от этого чувства?», «Вы сильно беспокоитесь о том, сможете ли вы сохранить работу и выплачивать кредит за дом. Что могло бы вам помочь избавиться от этих беспокойств?», «Вы чувствуете себя одинокой. Что вы могли бы сделать, чтобы уменьшить это чувство?», «Какие конкретные действия вы могли бы предпринять, чтобы решить вашу проблему?», «Что вам обычно помогает справляться с такой ситуацией?», «Давайте подумаем вместе. Что бы помогло вам решить вашу проблему?» и т. д.

Невозможно описать все вопросы, которыми вы как психолог можете пользоваться при консультировании. Но смысл прост. Нужно задавать вопросы целым потоком, один за другим, а не предлагать конкретное решение, хотя вам, возможно, трудно сдерживать себя. Хорошая консультация состоит только из ряда хорошо продуманных вопросов, чтобы определить проблему, углубиться в понимание проблемы и найти решение проблемы. У вас как у психолога-консультанта немного времени, чтобы клиент почувствовал, что консультирование помогает ему решить его про-

блему. В отличие от психотерапевта-психоаналитика с доступом к больничной кассе, который может десять сеансов подряд только слушать и в конце сеанса сказать только «Хм...», в вашем распоряжении всего несколько встреч с клиентом, и желательно, чтобы при первой же встрече клиент почувствовал, что это ему что-то даёт. Если вы будете умело пользоваться вопросами, то большинство клиентов останутся довольными. Конечно, вопросы нужно комбинировать с выслушиванием, чтобы клиент чувствовал, что вы на самом деле интересуетесь его мнением, а не просто манипулируете им с помощью вопросов.

После того как клиент сам сказал, что ему могло бы помочь, вы как психолог говорите что-то типа: «Отличная идея! Я полностью с вами согласен! Попробуйте применить это до нашей следующей встречи, и я буду рад услышать о результатах!» Технику постановки вопросов освоить несложно. Нужно лишь сдерживать желание давать советы и заменить советы на вопросы.

3.3 Что мешает задавать вопросы?

Что может мешать вам задавать вопросы? Например, мнение, что клиент не поймет, что делать, если ему не сказать об этом прямо. Также это предубеждение начинающего психолога, что клиент беспомощен и поэтому не в состоянии сам найти решение своей проблемы. Конечно, это и привычка давать советы. Но вы, наверное, замечали, что не все, кто спрашивает совет, радуются, когда его получают. Поэтому нужно противостоять желанию давать совет, даже если другие его спрашивают, по крайней мере в кабинете психолога.

Представители социальных профессий, к которым относятся и психологи, часто имеют типичные черты характера, кроме прочего, это желание помогать другим. Причём помогать как против своей воли, так и против воли других. Желание помогать другим – предпосылка успешной работы психолога, но если его не контролировать, оно может скорее навредить, особенно если психолог начинает нянчиться с клиентом и хочет за него решать его проблемы. Можно упомянуть и гордость психолога, который считает, что он лучше клиента разбирается в его ситуации и поэтому может дать совет, вместо того чтобы задавать вопросы.

Есть наверняка и другие индивидуальные причины, мешающие психологу задавать вопросы. Их необходимо определить и иметь под контролем. Не недооценивайте вопросы в вашей работе! Попробуйте это на практике и убедитесь в эффективности этого простого метода. Конечно, бывает, что вначале клиент может немного

сопротивляться вопросам и считать, что не знает на них ответа и это дело самого психолога – знать ответы. Но не сдавайтесь! Объясните клиенту, почему вы задаёте вопросы, а не даёте конкретных советов, и укрепите уверенность клиента в том, что он в состоянии с вашей помощью найти выход из своей ситуации, что он эксперт в своей ситуации, несмотря ни на что. Помогите клиенту увидеть это. Он должен почувствовать, что в состоянии сам найти выход из сложившейся ситуации, и сделать это вы можете с помощью вопросов.

4. Безусловное принятие клиента – важный инструмент психолога

Принятие клиента – это понятие, в некоторой степени уже существовавшее в психоанализе, которое расширил и внедрил в свой метод психотерапии Карл Роджерс.

Принятие клиента должно быть безусловным. Это значит, что ни характер, ни поведение клиента не должны создавать барьер между психологом и клиентом. Психолог должен безусловно принимать клиента таким, какой он есть, не ожидая, что он будет изменяться и подстраиваться под самого психолога. Каждый человек нуждается в таком принятии другими, но это не всегда возможно. Особенно если у человека есть психологическая или другая проблема, это отделяет его от других и вызывает чувство, что с ним что-то не в порядке. Более того, мы склонны давать оценки другим, если не сказать, что склонны осуждать других.

Если кто-то думает, выглядит и ведёт себя иначе, чем мы, это уже вызывает у нас неприязнь и осуждение. Мы хотим, чтобы другие с нами соглашались и изменяли своё мнение и поведение по нашим требованиям.

Таким образом, если у человека есть психологическая или другая проблема, это автоматически делает его в некоторой степени отшельником и вызывает одиночество и чувство непонимания со стороны других. Единственная надежда таких людей – это зачастую психолог, поэтому психолог не должен вести себя, как все остальные люди, давая оценку клиенту или осуждая его. Это оттолкнёт клиента от вас и, возможно, будет последней каплей и шагом в сторону самоубийства или других опасных и необдуманных действий.

4.1 Как принимать клиента?

Принимать клиента таким, какой он есть, не давая ему оценок, не осуждая и не принуждая его изменяться, не так-то просто. Конечно, многое зависит и от самого клиента. У некоторых клиентов ярко выраженный характер с резко бросающимися в глаза недостатками. Поэтому неудивительно, что психологу с некоторыми клиентами работать труднее. Но поверьте, дело не только в клиентах, но и в психологе.

Во-первых, вы не можете изменить или выбрать ваших клиентов. Как психолог вы должны уметь управлять своими мыслями и эмоциями, которые вызывают у вас ваши клиенты. Вы не имеете права вести себя, как все остальные люди, давая волю своим эмоциям, ведь это непрофессионально. Конечно, психолог – обыкновенный человек, но он обязан руководствоваться профессиональными методами, а не просто своими эмоциями, как мы делаем в повседневной жизни в общении с другими. Поэтому контролируйте ваши мысли и эмоции, которые вызывает у вас клиент, даже если это нелегко и клиент ведёт себя, с вашей точки зрения, неприемлемо или даже шокирующе.

Также к профессионализму психолога относится понимание того, что клиент просто отличается от вас как человек, что не делает его автоматически плохим. Однако неважно, кажется ли вам, что клиент ведёт себя неприемлемо, или это так и есть на самом деле, вы должны безусловно принимать клиента, не давая ему оценок, не осуждая и не ожидая, что он будет подстраиваться под

ваше мнение. Но принятие клиента – это не просто поверхностная техника. Как и выслушивание, и постановка вопросов, принятие клиента должно исходить из вашего сердца. То есть вы не просто делает вид, что принимаете клиента, а на самом деле раздражаетесь на него. Нет, вы на самом деле искренне принимаете клиента таким, какой он есть, безусловно ценя его за положительные качества. Таким безусловным принятием вы располагаете клиента к себе и выстраиваете прочный фундамент для последующих консультаций. Более того, принимая клиента, вы помогаете ему принять себя, что само по себе уже большой шаг для разрешения психологического конфликта клиента.

Проблема многих клиентов именно в том, что они осуждают сами себя и не могут принять себя такими, какие они есть, со своими ошибками и недостатками. Отсюда образуется внутренний психологический конфликт, который человек может решить зачастую только с помощью психолога. Таким людям нужно, чтобы их приняли другие, для того чтобы они могли принять самих себя. Но окружение, как правило, этого или не делают, или, что более распространено, осуждают прямо или косвенно, давая советы и ожидая, что они будут меняться. Поэтому, как правило, только хороший, опытный психолог может прервать этот замкнутый круг, состоящий из осуждения и непонимания другими и непринятием себя. Можно с уверенностью сказать, что, принимая клиента таким, какой он есть, вы наполовину уже решаете проблему клиента, независимо от того, какая она.

4.2 Что мешает принимать клиента?

Мешает принятию клиента человеческая склонность давать другим оценки и осуждать других. Психологи здесь не исключение. Однако от психолога ожидается больше, чем от просто человека. Психолог зачастую – последняя надежда для человека в тупике или с психологическим конфликтом. Поэтому психолог ещё во время обучения должен проработать (по крайней мере в уме) то, как он будет относиться к тем или иным клиентам. Вам необходимо проанализировать, как вы относитесь к людям, и убедиться, что вы не руководствуетесь предрассудками и образцами стандартного мышления большинства. Определите, какие люди особенно вызывают у вас неприязнь, и постарайтесь разобраться почему. Такую работу можно и желательно провести с опытным психотерапевтом-супервизором. Но если вы любите анализировать, то сможете и сами добиться хороших успехов. Поймите ваш механизм оценки других, который есть у каждого из нас. Многое, конечно же, заложено с детства, как, например, неприязнь к евреям или представителям других национальностей. Также в зависимости от вашего воспитания у вас может быть неприязнь к образованным или, наоборот, необразованным людям. То же самое распространяется и на материальное состояние ваших клиентов. Но прежде всего начинающим психологам необходимо понять, что если клиенты отличаются от них самих мнением, поведением и т. д., это не значит, что психолог должен подстраивать этих людей под себя. Если у клиента другое мнение, то он, безусловно, как и всякий другой человек, имеет на это право. Даже если клиент в тупике и не может сам найти выход, это не значит,

что он должен по всем вопросам изменить своё мнение и делать то, что говорите вы. Распределение людей на хороших и плохих – очень упрощённый тип мышления, которым, впрочем, все мы время от времени пользуемся. Если кто-то нам не нравится или тем более сказал нам что-то обидное, то этот человек для нас автоматически плохой, хотя это не так. Необходимо видеть все цвета, а не только черный и белый. Люди редко бывают однозначно плохими или хорошими. В основном каждый человек имеет в себе и хорошие, и плохие качества одновременно. Это важно помнить, если нам кто-либо не нравится. Итак, первостепенная задача психолога (как начинающего, так и опытного) – осознанно и целенаправленно бороться с врождённой склонностью осуждать других и делить людей на плохих и хороших, впадая в крайности и не замечая оттенков.

Будьте открытым для нового и принимайте ваших клиентов такими, какие они есть. Так благодаря вам клиенты научатся принимать самих себя, а это уже само по себе может решить их психологические конфликты. Если вас интересует эта тема, вы можете узнать об этом больше в книгах Карла Роджерса, которые можно скачать в интернете.

5. Продолжительность консультации – больше, чем просто технический вопрос!

Консультация для одного клиента длится, как правило, 55–60 минут, для пары – 90 минут. Это время желательно не превышать, и этому есть ряд серьёзных причин. Если вы консультируете, то у вас есть как минимум несколько клиентов, которым вы назначаете встречу, возможно, в один и тот же день, друг за другом, чтобы не ездить в ваш кабинет лишний раз. В таком случае если вы назначили сеанс клиенту на 10 часов, то в 11, возможно, вас ждёт уже следующий клиент, это будни психолога. Поэтому вы не можете затягивать время консультаций, иначе нарушится весь ваш график. Возможно, вы думаете, что у вас вначале не будет столько клиентов, и поэтому вы сможете заниматься с одним клиентом, сколько хотите.

Дело, однако, в том, что вы с самого начала должны приучать клиентов к дисциплине в смысле того, что консультации вовремя начинаются и заканчиваются. И рано или поздно вы вынуждены будете это делать, когда у вас появятся несколько клиентов. Но эта причина не самая важная, а скорее техническая. Другая причина – это то, что вы устанете работать с одним и тем же клиентом

больше часа. Стоит также упомянуть, что и сам клиент может сильно устать, особенно если у него серьёзные трудности. Обсуждение личных проблем, психологических конфликтов может сильно утомлять клиента, и если продлить время консультации, клиент может сильно устать, и работа будет неэффективной. Более того, клиент может решить, что такая напряжённая и длительная работа ему не по силам, и перестанет посещать консультации. Но каковы причины, почему многие начинающие психологи-консультанты затягивают время консультации?

Разумеется, это опять связано с психологией – психологией самого психолога. Нередко время затягивается (иногда сеансы длятся до 3 часов!!!), если вы хотите быстро решить проблему клиента. Но почему? Вам жалко клиента. Почему? Это, как правило, пассивно-зависимый клиент, который жалуется на свои обстоятельства, но «не знает», как найти выход. Вначале вы, возможно, действуете профессионально и задаёте клиенту вопросы типа «Что вы могли бы сделать, чтобы решить вашу проблему?»

На что клиент очень мило отвечает: «Не знаю». Вы опять задаёте наводящие вопросы и опять слышите всё то же «Не знаю». Ваши действия? Вам жалко клиента, и вы начинаетесь нянчиться с ним. Вы начинаете подробно объяснять (точнее – «разжёвывать») клиенту, что он должен делать. Чем беспомощнее клиент, тем больше шансы, что вы будете с ним не только возиться во время консультации, но и превышать время сеанса в два, а то и в три раза. Итак, что вас к этому побуждает? Ваше желание помогать другим, жа-

лость и т. д. Значит, именно над этим вам стоит поработать, чтобы уравновесить такие качества и желания. Конечно, важно проявлять сочувствие и иметь желание помочь, но это не должно выходить за рамки разумного, что, однако, и происходит, когда вы затягиваете время консультации. Конечно, если под конец консультации клиент расплачется и вы из-за этого продлите время на пять минут, это нестрашно, но всё, что сверх этого, вредит как вам, так и вашим клиентам. Можно также добавить, что если вы затягиваете время сеанса, то теряете профессиональный авторитет в глазах клиента, и консультация превращается в дружеское общение.

Причиной превышения времени консультации может быть также и скрытая попытка клиента манипулировать вами.

Если вы затягиваете время консультации, проанализируйте (благо что психологу анализ даётся легко) это и постарайтесь понять, почему это происходит. Обратитесь за помощью к супервизору, так как это часто единственная возможность исправить ситуацию.

6. Позитивное мышление

Про позитивное мышление написано много книг, и все кому не лень, от психолога до домохозяйки, активно пользуются этим термином. Как психологу вам, возможно, тоже хочется поскорее порекомендовать вашим клиентам думать положительно. Однако профессиональный психолог не будет призывать клиента думать положительно, а научит его делать это.

Давайте поставим себя ненадолго на место клиента. У него есть проблема, которую он не может разрешить сам и поэтому пришёл к вам. Призыв «Думайте положительно!» вряд ли поможет такому человеку. Скорее наоборот! Клиент будет воспринимать это как критику и нежелание понять его ситуацию. Только лишь небольшое количество ваших клиентов воспримут такой совет. Это те, кто чрезмерно послушен и страдает от чувства вины. Но даже этой группе людей вы не поможете призывом «Думайте положительно!» Большинство же клиентов, как уже было сказано, воспримут это отрицательно.

Нужно не призывать клиента думать положительно, а научить его это делать. Как? Конечно, вам как психологу после пяти минут общения с клиентом может быть понятно, что у него негативное мышление. Но просто сказать ему об этом, потирая руки от радости, что вы определили, в чём проблема, не поможет. Помогите клиенту самому понять, что у него негативное мышление и ему нужно думать положительно. Тогда клиент это воспримет не как

критику, а как открытие, которое сделал он сам, и поэтому он более охотно станет менять тип мышления. Можно попросить клиента рассказать о его опасениях, что могло бы случиться в его жизни, и предложить проанализировать вероятность, что это произойдёт на самом деле. Можно также спросить, какие опасения клиент имел раньше и насколько они сбылись. Вы можете воспользоваться и другими методами, но важно, чтобы клиент не чувствовал, что вы давите на него и хотите переубедить. Клиент сам должен увидеть себя со стороны и при этом не расстроиться, а просто увидеть, что он может изменить.

Итак, одна из десяти заповедей психолога – это не говорить клиенту: «Думайте положительно»! Запомните это, пожалуйста, и вы будете хорошим психологом. В тот момент, когда вы призываете клиента думать положительно, между вами и ним вырастает стена непонимания, которую вы одним этим выражением делаете неприступной. Как бы вы ни старались впоследствии, вы не сможете завоевать доверие клиента или это удастся лишь нечеловеческими усилиями. Вы можете рекомендовать клиенту читать книги и информацию в интернете о позитивном мышлении, но делать это нужно мягко и ненавязчиво, объясняя это тем, что у всех нас есть склонность к негативному мышлению и информация на эту тему может быть полезной.

Конечно, психолог сам должен быть хорошо знаком с темой позитивного мышления, причём эта информация должна быть из надёжного источника. В интернете очень много несерьёзной и даже вредной информации, поэтому пользуйтесь интернетом благора-

зумно. К сожалению, даже многие книги о положительном мышлении написаны непрофессионалами, любителями эзотерики и всякого рода экзотики и являются не только бесполезными, но и опасными. Поэтому приобретайте книги профессиональных психологов и не верьте всему, что пишут в книгах и тем более интернете.

К сожалению, в интернете много того, что говорят люди в повседневной жизни, и такая информация даже проникла в многие книги.

«Думай положительно!», «Возьми себя в руки!», «Другим намного хуже бывает!» – такие девизы очень популярны среди людей и даже некоторых психологов, но вы можете убедиться на практике, что они мало помогают людям. Вы можете провести эксперимент. Посоветуйте человеку думать положительно и посмотрите на его реакцию. В противовес к этому помогите человеку осознать важность положительного мышления, не говоря об этом прямо, и вы увидите огромную разницу. Как психологу вам самому необходимо ежедневно тренировать себя в позитивном мышлении. Позитивное мышление вам необходимо, как воздух, чтобы развить ваш праксис или устроиться на работу. Для этого нужны время и усилия, особенно если вы хотите развить собственный праксис. Если вы будете уверены что у вас ничего не получится, то так оно и будет. Читайте книги про успех и про то, какую роль играет в этом положительное мышление. Вы можете скачивать электронные книги безопасно на Amazon.de, в том числе на русском языке.

С другой стороны, нужно оставаться уравновешенным человеком и не впадать в крайности. Неуравновешенное позитивное мышление хранит в себе большие опасности. Например, вы могли бы взять большой кредит на развитие своего праксиса и потерять все деньги. Поэтому положительное мышление не должно вредить вам. Особенно если речь идёт о том, чтобы взять кредит или бросить работу, которая у вас есть, ради работы психолога. Мыслить положительно не значит закрывать глаза на опасности и реальность жизни. Будьте осторожны! Иначе вы превратитесь из оптимиста в пессимиста и будете проклинать тот день, когда решили открыть свой праксис по консультированию.

Также если вы отчаянный оптимист, будьте осторожны, чтобы ваш оптимизм не раздражал других и не отдалял вас от них. Особенно мы говорим о клиентах, которые имеют негативное мышление. Ваш чрезмерный оптимизм может их оттолкнуть. Поэтому вам нужно быть в состоянии проявлять сочувствие к клиенту и пытаться войти в его положение, каким бы бессмысленным вам это ни казалось.

Что же касается самого негативного мышления, то, как правило, мы ему учимся с детства. Особенно легко негативное мышление перенимается от родителей или старших братьев и сестёр. Негативное мышление выражается в субъективной оценке происходящего в настоящем, прошлом или будущем. Человек видит во всём недостатки, опасности, что-то неприятное. Такие люди убеждены, что быть счастливым в этой жизни невозможно, и они обращают внимание на «реальность жизни». Однако эта реальность, или их жизненный опыт, субъективна и не отражает истины.

Те, кто идут по жизни, не ожидая от неё ничего хорошего, от жизни ничего хорошего и не получают. Но не потому что «жизнь такая», как они утверждают, а потому что мы получаем от жизни то, что «заказали». Это как в каталоге: заказали диван – приедет диван, а не кресло. Мы не можем ожидать, что, заказывая одно, мы получим другое. Так же и от жизни мы получаем то, что «заказали». Если мы видим всё в негативном свете, то ничего хорошего не получим. Многие негативные события можно трансформировать в позитивные.

Например, если нас уволили с работы, то это возможность дать нашей жизни новое направление и попробовать себя в другой интересной сфере. Если у нас положительное мышление, то мы видим не проблемы, а шансы, которые кроются за ними. Конечно, на практике это сделать не всегда легко, по крайней мере вначале. Но наш мозг – это мускул, который развивается, если его регулярно тренировать. Так же и с позитивным мышлением: оно становится привычкой, если его часто осознанно использовать. Вначале это стоит больших усилий, но со временем становится все легче и легче. Позитивному мышлению можно научиться, это дело привычки.

Важно, однако, не ругать себя, если мы замечаем, что опять стали мыслить негативно. Иначе это и будет проявлением негативного мышления: что мы чувствуем себя виноватыми за то, что не мыслим положительно. Положительное мышление помогает решать проблемы и не заходить в тупик. Стресс, страх, беспокойства и другие негативные эмоции делают нас слепыми для решения про-

блемы. Мы начинаем ходить по кругу и не видим выхода. Немаловажно дать себе обещание научиться мыслить положительно. В нашем подсознании будет зафиксировано, что мы хотим мыслить положительно, и психологическое сопротивление этой новой привычке будет этим снижено. Другими словами, нужно осознанно настроиться научиться думать положительно и не предоставлять это случаю. Чтобы научиться думать положительно, нужны время, терпение и усилия.

Можно, например, анализировать своё отношение к какому-либо событию дня и определить, мыслили ли мы в этой ситуации положительно. Такая привычка быстро приживётся и принесёт огромную пользу. В книгах про положительное мышление нет недостатка. Хорошо ознакомьтесь с этой темой, приобретая время от времени книги разных авторов. Многие книги на русском можно скачать в интернете и тут же приступить к чтению. Хотя позитивное мышление актуально, существует много несерьёзной и вредной информации в интернете и даже в книгах на эту тему. Также важно оставаться уравновешенным и не впадать в крайности. Ни в коем случае не призывайте клиентов «мыслить положительно и взять себя в руки».

Вместо этого проанализируйте их манеру мышления совместно и помогите клиентам понять, как мыслить положительно. Это можно сделать достаточно просто, если предложить клиенту подумать о двух вариантах развития какой-либо ситуации: позитивном или негативном. Например, если клиент потерял работу, можно предложить посмотреть на это с двух сторон, увидев поочерёдно не-

гативные и положительные стороны произошедшего. Конечно, если умер кто-то из близких, то не стоит говорить, что это к лучшему и т. д. Это не позитивное мышление, а отсутствие сочувствия и непонимание ситуации клиента. Конечно, проблемы сами по себе не являются чем-то положительным. Но из наших проблем мы можем создать топливо, чтобы двигаться дальше. Весь секрет успешных людей очень прост: нужно просто двигаться вперёд, несмотря на неудачи. Не судьба и не случай решают, добьётесь вы успеха в чём-либо или нет. Это наш настрой, наша способность найти каждой проблеме решение, и не просто решить проблему, а приобрести большую выгоду из того, что, возможно, проблема дала новое направление нашей жизни.

Жизнь дарит нам подарки в некрасивой упаковке, но если их распаковать и не обижаться из-за некрасивой упаковки, то мы получим драгоценные подарки, о которых мечтали всю жизнь!

7. Пассивно-зависимый клиент

Пассивно-зависимые клиенты встречаются на консультациях довольно часто. Как уже говорит название само за себя, такой клиент не имеет в себе стержня, зависим от мнения других и боится взять ответственность за свою жизнь на себя. Если вы задаёте вопросы, то он часто отвечает: «Я не знаю». Если вы рекомендуете что-либо, то клиент говорит: «Я не смогу» и т. д. Такие клиенты постоянно хотят знать ваше мнение и не имеют своего. Вернее, они имеют своё мнение, но боятся жить в согласии с ним. Они не уверены в себе, у них заниженная самооценка, они зависимы буквально и эмоционально от других и нередко чувствуют себя без особого повода виноватыми. Это далеко не все признаки пассивно-зависимого клиента, но вышеупомянутого вполне достаточно, чтобы приобрести представление о такого рода клиентах.

Что приводит к развитию такого типа характера? Это, как правило, несколько разных факторов. Например, нередко у таких клиентов доминантные родители, один или оба. Или же, наоборот, один или оба родителя слабохарактерные. Симбиотические (слишком тесные) отношения с одним или обоими родителями – тоже распространённая причина возникновения пассивно-зависимого характера.

Нередко это старшие дети, которые должны были уже в детстве стать взрослыми и были перегружены проблемами взрослых. После 30–40 лет такие люди больше не могут ни физически, ни

психически, и наступает переломный момент. Некоторые спиваются, кто-то заканчивает жизнь самоубийством, другие продолжают мучиться, пока не доходят до того, что живут только на таблетках, которые призваны поддерживать стремительно дряхлеющие тело и психику. К счастью, небольшое число ищет помощи у психолога, и некоторым из них становится значительно лучше. Как должны протекать и на чем фокусироваться консультации в таких случаях?

Во-первых, важно принять и ценить клиента независимо от его ситуации и действий. Это не так уж легко, потому что перед вами сидит больной, забитый, уставший человек, который не достиг в своей жизни того, чего хотел. Так вы можете смотреть на клиента. Однако ваша задача как психолога – поднять самооценку клиента и подчёркивать его сильные стороны, которые, безусловно, есть. Итак, первый шаг – этот повышение самооценки с помощью выявления сильных сторон клиента, которые вы как психолог должны видеть в клиенте. Если вы не видите в клиенте никаких достоинств, то вряд ли сможете ему помочь. Цель – укрепить самооценку клиента так, чтобы он почувствовал в себе силы действовать. Это нелегкое, а подчас и неблагодарное занятие – искать сильные стороны «слабого» клиента. Но работу нужно начать именно с этого. Нужно много терпения, чтобы продолжать задавать вопросы и ждать, пока клиент выскажется, даже если он часто отвечает: «Не знаю» и т. д.

Клиент должен научиться быть самостоятельным, иметь и при необходимости отстаивать своё мнение, любить и ценить себя в ра-

зумной мере, иметь любимое занятие и заботиться о себе. Но мало просто сказать клиенту это. Вам необходимо помочь клиенту самому увидеть, что ему нужно делать, и затем мягко и ненавязчиво сопровождать на этом пути. Есть типичные ошибки при работе с пассивно-зависимыми клиентами. Вот некоторые из них. Поскольку клиент постоянно спрашивает, что ему делать, вы начинаете давать кучу советов, нарушая этим профессиональный кодекс психолога, который исключает роль психолога как активного советчика. Поскольку клиент пассивный и не отвечает на ваши вопросы, вы начинаете объяснять (лучше подойдёт – «разжёвывать») материал. Вы подробно объясняете клиенту, что ему нужно делать и почему, вы делаете это на каждой консультации, причём такие консультации нередко длятся в 2-3 раза дольше обычного, что вредит как вам, так и клиенту.

Итак, вы нянчитесь с клиентом, даёте ему номер мобильного телефона, чтобы он звонил в любое время (что предусмотрено только в исключительных случаях), подробно всё объясняете, но без особых результатов. Клиент, возможно, охотно приходит на консультацию, но в реальной жизни не может ничего изменить. И виной этому нередко сами психологи, которые, вместо того чтобы сделать клиента самостоятельным, делают его зависимым от себя и своих бесконечных советов. Итак, вот основные моменты для работы с такими клиентами.

Укрепляйте самооценку клиента до тех пор, пока он сам не почувствует себя уверенно и будет побуждён действовать. Не затягивайте время консультации (55–60 минут с одним клиентом и 90

минут – с парой), цените и принимайте клиента, видя в нём сильные стороны. Не давайте много советов, не растолковывайте, что ему делать. Клиент должен сам это понять с помощью ваших наводящих вопросов. Дайте клиенту время обдумывать ваши вопросы и не сдавайтесь, даже если клиент, как кажется, не знает на них ответа. Будьте уверены, он знает ответ, вы должны лишь дать ему время и, если необходимо, какое-то время сидеть молча или выйти из кабинета и ждать, пока клиент не даст ответ.

Бывает так, что начинающий психолог уже сделал все вышеперечисленные ошибки, и теперь построить консультацию по-новому будет очень сложно. Единственный выход в таких ситуациях – это супервизия. В рамках супервизии вы можете понять, почему вы нянчитесь с такими клиентами и как им на самом деле эффективно помочь. Это в любом случае связано с характером самого психолога и заслуживает пристального внимания.

8. Конфликт с клиентом

Возможно, вы удивитесь, но конфликт с клиентом – это достаточно распространённое явление в консультировании и психотерапии. Казалось бы, если клиент обратился к вам за помощью, он готов с открытым ртом выслушивать ваши рекомендации и спешить реализовать их на практике. К сожалению, на самом деле всё выглядит несколько иначе.

Конечно, большинство клиентов, к счастью, готовы к сотрудничеству, но даже в таких случаях возможны конфликты. Начнём с того, что некоторые клиенты – сами по себе люди, которые любят вступать в конфликт. Понятно, что то же самое они будут делать и во время консультации. И они всегда найдут для этого повод. Например, они могут сказать, что вы их невнимательно слушаете, несерьёзно воспринимаете, даёте им неприменимые советы и т. д. В таких случаях вам потребуется много терпения, чтобы сохранить контроль над ситуацией. Конечно, в таких случаях хочется поставить клиента на своё место, но это в любом случае проигрышный для вас вариант.

Во-первых, вы с финансовой точки зрения не можете позволить себе отказаться от клиентов, которые вам не нравятся. Конечно, есть исключения, и если работа с клиентом просто невыносима по его вине, то лучше отказаться от такого клиента. Но сложности с клиентами не редкость, и поэтому вам нужна стратегия их преодоления. В любом случае сохраняйте спокойствие и самообла-

дание. Не поддавайтесь на провокации и не давайте вывести себя из равновесия. Отвечайте клиенту по существу и не переходите на личности. Если клиент говорит, что ваша рекомендация неприменима, то спокойно поинтересуйтесь, почему он так считает. Возможно, клиент успокоится и изменит своё мнение. Ясно установите границы ваших профессиональных отношений. Например, если клиент с сарказмом спросит, применяете ли вы сами такие советы, можно мягко напомнить ему, что речь идёт не о вас, а о нём. Во многих случаях стоит тематизировать поведение клиента, особенно если он приходит на консультацию не раз. Можно достаточно прямо сказать: «Господин Майер, по моему мнению, вы склонны быстро идти на конфликт. Может быть, это как раз и усложняет вашу жизнь? Почему вы это делаете? Хотите об этом поговорить?»

С другой стороны, можно действовать косвенно, например так: «Господин Майер, мне показалось, что вы скептически отнеслись к моей рекомендации по поводу... Почему вы так отреагировали? Давайте поговорим об этом».

Вы должны интуитивно определить, какой подход лучше. Со временем вы сможете это делать более умело. Вначале, если сомневаетесь, можно начать с более мягкого подхода и потом, если это не сработает, применять прямые методы. Недопонимание также может возникнуть и с вполне покладистым клиентом. Например, клиент, который хорошо с вами сотрудничал, может, как вам кажется, ни с того ни с сего обидеться на вас и высказать вам своё мнение. Будьте к этому готовы и не реагируйте эмоционально.

Нужно исходить из того, что многие клиенты не показывают свои настоящие чувства. Также важно помнить, что клиенты часто в тупике и испытывают сильное эмоциональное напряжение. В таких условиях даже самые сильные проявляют слабости. Конечно, вы не обязаны мириться со всем, что делает клиент, но профессиональное консультирование подразумевает, что вы должны быть способны правильно обходиться с агрессией клиента. Агрессия в том смысле, что если клиент с вами не согласен и высказывает своё мнение или критикует вас. Бывает так, что клиент просто привык, что все его отношения с другими людьми протекают с конфликтами. Возможно, он и сам от этого страдает, но не может ничего изменить.

Такие люди кажутся агрессивными, склонными к обидам, но сами о себе они думают иначе. Они считают, что другие обращаются с ними несправедливо, обижают и не понимают их. Поэтому кабинет психолога – это подходящее, а зачастую и единственно место, где клиент может научиться строить отношения с другими по-новому. И вы как психолог играете в этом ключевую роль. Вы тот, на ком клиент должен, грубо говоря, «тренироваться», строить отношения более продуктивно. Этого можно достичь, если не реагировать эмоционально на поведение клиента, а спокойно продолжать с ним работать.

Поэтому настройтесь на то, что в вашей работе с клиентами будут неизбежно возникать конфликтные ситуации, недопонимания, обиды и т. д. Постарайтесь относиться к этому не просто как обычный человек в повседневной жизни, а как профессиональный пси-

холог, контролируя свои эмоции.
Стоит, конечно, упомянуть, что и сам психолог может быть любителем настаивать на своём, доминировать и таким образом портить весь процесс консультирования. Один из распространённых случаев – это когда психолог сам не уверен в себе и поэтому воспринимает высказывания и действия клиента как критику. В таких случаях психолог может считать, что дело во «вредном» клиенте, хотя это может быть и наоборот!

Поэтому не пренебрегайте супервизией, особенно в первые пять лет свой работы в качестве психолога. Супервизия – единственный инструмент, который поможет вам объективно относиться к себе и клиентам.

9. Идеализация / Обесценивание

Вам наверняка знаком механизм идеализации и обесценивания. Давайте поговорим о том, как этот механизм действует в рамках психологического консультирования. Как вам реагировать, если клиент чуть ли не с порога, увидев вас впервые, нахваливает вас как отличного специалиста. Конечно, вы можете обрадоваться такому отношению, но лучше будьте осторожны. Дело в том, что клиент, который охотно нахваливает психолога (особенно вначале), обычно идеализирует его. Идеализация подразумевает завышенное мнение о ком-либо, чёрно-белое мышление, когда в другом видят только хорошие качества.

Некоторые клиенты склонны к идеализации. Они делают это в повседневной жизни, и вы как психолог тоже это заметите. Ваша задача – освободить клиента от этого чёрно-белого детского мышления. Но пред этим вам самим предстоит испытать это на себе. Итак, если клиент идеализирует вас, сразу же начните работу над этой идеализаций. Делать это надо очень аккуратно, поскольку такие клиенты очень чувствительны, но ни в коем случае нельзя закрывать на это глаза. Можно сказать клиенту, что вы, конечно, польщены его похвалой, но обладаете также и качествами, которые ему, возможно, не понравятся.

Не нужно спорить с клиентом и убеждать его, достаточно просто упомянуть об этом. Иногда, после того как вы упомянете об этом, клиент тут же впадёт во вторую фазу чёрно-белого мышления, а

именно обесценивание. На этом этапе вы превращаетесь в самого плохого не только психолога, но и человека вообще. Вы несправедливый, несочувствующий, непонимающий, жадный и злой. Это лишь некоторые синонимы, которые будут возникать в уме у вашего клиента по отношению к вам. Фазы идеализации и обесценивания могут повторяться, чередуясь друг с другом, но обычно следует идеализация, а потом обесценивание, и происходит это один раз, причём клиент застревает, как правило, в фазе обесценивания.

Не рекомендуется говорить клиенту прямо о его склонности идеализировать и обесценивать. Клиента перед этим нужно приготовить и установить с ним доверительные отношения. Только тогда клиент не обидится на вас, а будет благодарен за помощь. Над идеализацией и обесцениванием стоит поработать не только потому, что клиент идеализирует вас, хотя это и мешает продуктивной работе и напрягает вас как психолога. Речь идёт всего лишь о повторении заученных образцов поведения, по которым живёт клиент. То есть он идеализирует и обесценивает не только вас, но и всех остальных, кто встречается на его пути.

К чему это приводит? Понятно, что к напряжённым отношениям с другими. Например, если клиент был вначале без ума от партнёрши, а через несколько недель после свадьбы или совместной жизни видит в ней только всё плохое. Понятно, что для совместной жизни это будет приносить определённые трудности и даже может сделать ее просто невыносимой. Нередко такие люди постоянно меняют партнёров, но, как правило, проблема этим не ре-

шается. Или, например, если человек устроился на работу и ему там всё и все нравятся, но после нескольких дней начинаются трения с коллегами, и он полностью обесценивает свою ещё вчера любимую работу. Не стоит говорить о том, что такое поведение портит жизнь как самому клиенту, так и его окружению. Поэтому если клиент идеализирует и обесценивает вас, это прекрасная возможность использовать это как материал для консультирования. Однако это требует от вас много терпения и профессионализма. Конечно, вы тоже можете просто выйти из себя и прямо и резко сказать клиенту о его проблеме. Но этим вы навредите и себе, и ему.

Во-первых, вы потеряете клиента, а клиентов (по крайней мере вначале) у вас немного. Во-вторых, клиент останется недовольным и не только не будет рекомендовать вас, но и, возможно, станет ругать, а это может сильно навредить вам. И конечно, сам клиент пострадает от этого, потому что вы не смогли ему помочь. Это понятно, что такие клиенты раздражают, и кажется, что они сами виноваты в своих проблемах, что зачастую правда. Но если бы вы смогли такому клиенту помочь, то он активно стал бы рекомендовать вас дальше, и ваш доход стал бы расти. Нужно видеть за негативными чертами характера что-то положительное.

Такие люди нередко интересны и талантливы. Им только не хватает некоторых социальных навыков и терпения. Вы можете им помочь и чувствовать удовлетворение от того, что вы отличный специалист, ведь справились с очень трудной задачей.

Итак, постарайтесь как можно раньше осветить тенденцию клиента к идеализации и обесцениванию. Например, если клиент вас идеализирует, вы могли бы сказать что-то вроде: «Я, конечно, польщён вашими словами, но хотел бы упомянуть, что у меня, как и у всех остальных людей, есть свои недостатки» или «А что вы будете делать, если заметите мои недостатки?» После таких слов во многих случаях клиент уже сразу впадёт в фазу обесценивания. Но самое позднее, это произойдёт, когда вы будете что-либо рекомендовать.

Чтобы поработать над этим, вы можете сказать что-то вроде: «Как вы думаете, есть ли какие-то параллели между тем, как вы относитесь ко мне как к психологу, и вашим отношением к другим людям?» Как правило, такой вопрос может несколько обескуражить клиента, и он будет склонен обидеться на вас за такой непонятный и странный вопрос. В таком случае вы можете немного помочь и продолжить: «Дело в том, что в наших отношениях с другими людьми всегда присутствует что-то общее, и мы относимся к людям по одному и тому же доминирующему принципу. Например, мы можем быть недоверчивыми, скептически настроенными, открытыми, доброжелательными и т. д. Итак, в нашем отношении к другим всегда присутствуют одни и те же образцы поведения. Я предлагаю вам разобраться в этом».

Если клиент всё ещё не понимает, что вы от него хотите, можно прямо сказать, о чём идёт речь: «Мне показалось, что вы склонны к идеализации с последующей фазой обесценивания. То есть вы видите во мне всё только хорошее, а впоследствии, скорее всего,

сильно разочаруетесь. Этот механизм, возможно, осложняет вам жизнь, хотя, вероятно, вы этого не замечаете. Хотите поговорить об этом?»

Работать с механизмом идеализации и обесценивания нужно начать как можно раньше, но делать это очень мягко и дружелюбно, иначе клиент не будет готов к такой работе, замкнётся или больше не придёт на консультацию.

С другой стороны, вы как психолог тоже можете быть склонны к идеализации и обесцениванию. В какой-то мере это присуще всем людям, но у некоторых эти механизмы развиты очень сильно, поскольку находятся в постоянном употреблении. Как вы могли бы идеализировать и обесценивать? Например, вы, возможно, впали в фазу идеализации, когда начали обучение на психолога (в университете или Privatakademie für Psychotherapie). Но, возможно, уже скоро разочаровались, потому что это оказалось не тем, чего вы ожидали. Это уже фаза обесценивания.

Или вы прошли обучение и получили диплом или сертификат психолога, но не смогли устроиться на работу. В этом случае вы тоже проходите фазу идеализации (получили сертификат) и фазу обесценивания (не можете устроиться на работу, либо мало клиентов в праксисе).

Эти механизмы могут также проявляться и по отношению к клиентам. Например, вначале вам клиент симпатичен, а впоследствии он вас уже раздражает. Вначале вы готовы на всё ради

клиента и нянчитесь с ним, а потом не знаете, как от него избавиться.

Можно ещё много было сказать на эту тему, но вы наверняка поняли в общих чертах, о чём идёт речь.

Тема идеализации и обесценивания очень обширная, и если вам это интересно, вы можете в неё углубиться с помощью дополнительной информации. Эта тема также тесно связана с нарциссизмом и, по сути, является одним из механизмов нарциссизма.

Чтобы психологу заметить у себя этот механизм и взять его под контроль, рекомендуются самоанализ и регулярная супервизия.

10. Записи на консультации

Если вы хотите вести записи во время консультации, тогда вам нужно спросить согласия клиента. Клиенты, как правило, не против, но нужно объяснить им, что эти записи необходимы вам для работы, и никто, кроме вас, их читать не будет. Это успокоит клиентов, и они, скорее всего, не будут против. Записи необходимы вам для работы. Вы не сможете держать всё в памяти об одном клиенте, тем более если у вас много клиентов. Что можно записывать? Вы можете делать записи в любой форме и последовательности. Можно, например, для каждой консультации брать отдельный лист бумаги, чтобы пользоваться информацией было более удобно.

Отдельные листы можно подшивать в папку, где будут храниться записи о консультациях. На каждом листе вверху желательно указать имя и фамилию клиента, дату консультации, предполагаемую основную проблему клиента, цель каждой консультации и т. д., то есть всё, что вы посчитаете нужным для работы.

Помните, однако, что вы должны внимательно слушать клиента и поддерживать с ним диалог, и записи не должны этому препятствовать.

Видео- и аудиозаписи допустимы с разрешения клиента.

11 Субъективность клиента

Чтобы не разочароваться, не устать от работы, психолог должен принять субъективность клиента как данность и не реагировать эмоционально, если клиент не видит себя со стороны. В большинстве случаев уже во время первой консультации вы ясно видите ситуацию клиента и что ему нужно делать, чтобы выйти из неё. Вы радуетесь этому и с нетерпением ожидаете, когда сможете предложить клиенту решение его проблемы. Но, увы, вы быстро разочаруетесь, увидев, что клиент не относится к вашим рекомендациям, как вам кажется, с вниманием и не спешит что-то из этого применить. Психологу необходимо принять одну простую истину: клиент субъективен в своём восприятии и склонен ходить по кругу, вместо того чтобы решать проблему с помощью разума. Это нужно принять как факт и не спешить обижаться на клиента, что он не реагирует на ваши усилия ему помочь.

Поставьте себя на место клиента. Всем нам тяжело посмотреть на себя и свои проблемы со стороны. Мы склонны расстраиваться и сотрясать воздух, вместо того чтобы искать конструктивное решение проблемы. Поэтому заранее настройтесь на то, что лишь немногие клиенты будут тут же улавливать налету, что им нужно делать, чтобы выйти из положения. Вам понадобится изрядная порция терпения, чтобы не опустить руки, не злиться на клиента, не чувствовать себя виноватым и продолжать консультирование. Не пытайтесь изменить восприятие клиента, желая сделать его

более восприимчивым к вашей работе. Это даст в большинстве случаев обратный эффект: клиент почувствует, что вы давите на него, и будет этим ещё меньше мотивирован. Итак, правило номер один в работе психолога – не давите на клиента, пытаясь заставить его применять ваши рекомендации. Смиритесь с тем, что клиент очень медленно понимает, что ему нужно делать, чтобы изменить ситуацию, и не всегда готов что-то менять, хотя и пришёл за помощью к психологу.

Если вы признаете за клиентом право на медлительность и субъективность, тогда сможете сэкономить много вашей энергии и пустить её в правильное русло – продолжать поиск решения проблемы клиента. Конечно, это не означает, что нужно оставить всё как есть и подыгрывать клиенту в его субъективности. Несомненно, можно и нужно приложить усилия, чтобы клиент стал более объективным по отношению к своей проблеме и, таким образом, увидел новые способы её решения. Для этого вы можете очень аккуратно и мягко обратить внимание клиента на феномен субъективности вообще.

Например, вопросом типа: «Марина, вы можете себе представить, что все мы иногда субъективны?» Подождите ответа и дайте клиенту не спеша и подробно высказаться на эту тему. Чем больше аргументов и примеров приведет клиент, тем меньше нужно будет делать вам, и клиенту будет легче согласиться с собственным мнением. Затем задайте следующий вопрос типа: «Марина, я полностью согласен с тем, что вы сказали. А вы можете представить себе, что вы тоже в чём-то субъективны в отношении вашей про-

блемы?» (или назвать конкретные составные части проблемы, например «что вы одиноки», «что ваша ситуация безвыходная», «что ваш муж не любит вас» и т. д.). Задавать такие вопросы нужно очень мягко, дружелюбно, без давления и сарказма. Тогда есть шанс, что ваш клиент задумается и, возможно, увидит свою субъективность. Многое зависит от вас как от психолога! Даже если вы отчётливо видите, что клиент субъективен и поэтому заблуждается, выводите его из этого состояния очень мягко и без резких движений. Иначе клиент воспримет ваши действия как грубую критику и либо больше не придёт на консультацию, либо у него пропадёт мотивация к совместной работе. Более того, такие клиенты не только не будут рекомендовать вас дальше, но и станут ругать вас в разговоре с другими, а это, как вы понимаете, навредит вашей профессиональной деятельности. Вы не можете себе позволить, чтобы большинство ваших клиентов осталось недовольными. Вам необходимо бороться за каждого отдельного клиента, потому что их у вас (особенно вначале) будет немного, и финансовый успех вашей работы будет зависеть от того, будут ли ваши клиенты рекомендовать вас дальше. Рекомендация – это всё ещё самый эффективный способ рекламы. Конечно, у вас будут и недовольные клиенты, и это не ваша вина, но их число не должно быть большим, и во многом это зависит от вас.

Конечно, тема субъективности – это отдельная большая тема, и вам желательно с ней ознакомиться. По большому счёту, можно сказать, что субъективность возникает в результате воспитания и собственного жизненного опыта. Многое перенимается от родителей. Например, если в семье не любят евреев, то это, скорее

всего, передастся детям, и они будут идти с этим субъективным мнением по жизни. Также и личный опыт зачастую очень субъективен. Другими словами, мы видим только то, что хотим видеть, что согласуется с нашим представлением о жизни. В результате мы попадаем в тупик именно из-за субъективности. Большинство проблем, из-за которых обращаются к психологу, – плод субъективного восприятия клиентов.

Например, если мать чрезмерно переживает за своего единственного сына, всюду опекая его и страдая из-за его несамостоятельности, то это субъективное восприятие вещей, так как ей нужно было бы понять, что причина в основном не в сыне, а в ней самой, что она находится в симбиотических отношениях со своим сыном, делая его тем самым зависимым и неуверенным в себе. Это, несомненно, классический пример субъективности. Вы как психолог быстро будете замечать, что клиенты очень субъективны, и будет ясно видно, что нужно изменить. Но не радуйтесь слишком рано вашему пониманию и умению определить, в чём проблема. Это делается в большинстве случаев довольно просто и быстро. Дело в другом. Самое главное – помочь клиенту увидеть ситуацию со стороны и действовать по-новому, чтобы решить проблему. Для этого вам нужно много терпения! Если вы, поняв в чём проблема клиента, будете тут же давать советы, как её решить, либо раздражаться, что клиент не видит решения и не согласен с вами, то этим вы испортите процесс консультирования, и клиент останется недовольным с нерешённой проблемой. Помогите клиенту самому увидеть его субъективность. Лучше всего это сделать в процессе нескольких консультаций. Проблема, однако, в том, что как

консультант вы не имеете столько времени, сколько психотерапевт. Психотерапия длится в среднем от 25 до 40 сеансов, то есть у психотерапевта есть достаточно времени, чтобы постепенно помочь клиенту увидеть самому выход из его ситуации. К тому же психотерапию, как правило, оплачивает больничная касса, поэтому клиент никуда не торопится. В консультировании, к сожалению, всё иначе. Хотя число консультаций не ограничено, оно составляет обычно от 1 до 5, и за это время вы должны успеть если не решить проблему клиента, то хотя бы сделать так, чтобы он почувствовал пользу от консультирования. В основном же, если клиент сам оплачивает консультацию и она стоит около 60 евро (в Германии), то клиент будет ожидать быстрого результата. Вам придётся с этим считаться и сделать так, чтобы уже после первой консультации клиент не пожалел, что к вам пришёл.

Однако это не должно побуждать вас действовать чрезмерно быстро, желая добиться результата. Если, понимая субъективность клиента и видя, что ему нужно изменить, вы не проявите терпе-ния, помогая клиенту самому постепенно понять, что ему делать, вы потеряете клиента, оттолкнув его от себя. Чтобы помочь кли-енту быть более объективным по отношению к своей проблеме, вам необходимо сначала установить доверительные отношения с клиентом. Сделать это за одну консультацию трудно, но можно. Эти шаги описаны в главе о принятии клиента. Ели вы принимаете клиента таким, какой он есть, не осуждая его, это вызывает у него доверие к вам, и он не будет воспринимать вас как критика или соперника. Начинайте мягко прощупывать клиента вопросами, косвенно затрагивая его субъективность. Если вы видите, что кли-

ент открыт и готов сотрудничать, продолжайте двигаться в этом направлении. Если же клиент оправдывает себя или защищает свою субъективность, то нет смысла давить на него – он не готов к работе, нужно подойти к проблеме с другой стороны. Помните, что субъективность клиента имеет мощные психологические защитные механизмы. То есть для клиента может быть очень болезненно освободиться от субъективности, потому что это ставит его под вопрос как личность. Это удар по самооценке и поэтому воспринимается большинством как что-то неприятное, как критика, особенно если исходит извне. Поэтому не спешите прямо обращать внимание на субъективность клиента. Запаситесь терпением, делайте выводы для себя и тщательно продумывайте, как можно было бы помочь клиенту обрести больше объективности.

Конечно, помните и о своей субъективности! Да, увы, даже самому психологу невозможно освободиться полностью от этого. Например, психологи склонны быть субъективными в оценке проблемы клиента и способов её решения. Некоторые психологи, чтобы доказать самим себе и другим, что они отличные специалисты, стараются как можно быстрее определить, в чём проблема клиента, чтобы поскорее её решить. В процессе этого страдает качество консультации. Например, если психолог «уже с порога», как он считает, знает, в чём проблема клиента и как ему помочь, то он вряд ли будет искать альтернативные причины проблемы клиента и способы её решения. Другими словами, психологу может мешать субъективность, которая поддерживается самомнением и убеждённостью в своей правоте. В таком случае, если психолог определил на первый взгляд проблему клиента, его гордость и

субъективность могут мешать ему пересмотреть своё мнение. Конечно, такого не должно быть в профессиональной психологии, но всё же бывает, причём не только среди начинающих, но и даже среди опытных психологов, причём последние склонны к этому на основании своего богатого опыта даже ещё больше. Субъективность психолога может также проявляться в искажённом восприятии клиента. Например, вы можете считать клиента гордым, упрямым, беспомощным и т. д., хотя он таковым не является. Здесь бывает задействован и механизм проекции, когда психолог проецирует собственные качества и ощущения на клиента. Например, психолог может видеть в клиенте упрямство, нежелание изменить своё мнение, хотя самому психологу эти качества могут быть присущи в ещё большей мере, и то, что он этого не замечает, говорит о силе проекции. Поэтому если вы хотите освободить клиента от субъективности, ежедневно уделяйте время самоанализу и тренировке объективности. Не ожидайте от клиентов того, чего вы не делаете сами.

Да, можно смело сказать, что у всех нас было бы намного меньше проблем, если бы мы были более объективными. Это серьёзная тема, которой необходимо заниматься каждому психологу. Психолог должен быть в состоянии анализировать себя и обращаться к супервизору. Супервизия – часто единственный инструмент, который поможет психологу быть более объективным. Конечно, супервизия стоит денег, но это окупится с лихвой. Вы станете хорошим психологом и сможете более успешно решать собственные проблемы. Вперёд, навстречу объективности, друзья!

12. Распределение психической энергии

Конечно, естественно уставать, если мы что-то делали: расходовалась наша энергия – и мы устали. Но вы, наверное, согласитесь, что иногда мы неэффективно расходуем нашу энергию. Это одинаково применимо как к физической, так и к психической энергии. Например, если работать не тем инструментом, работа либо затрудняется, либо становится и вовсе невозможной. Если, скажем, есть суп вилкой, то это неэффективно. Это увеличивает затраченное время, силы и вызывает негативные эмоции, такие как раздражение, гнев и т. д.

То же самое происходит и при неправильном расходе психической энергии. Конечно, мы не замечаем, что происходит утечка и энергия растрачивается впустую. Вернее, мы замечаем, что сильно устали и нам всё надоело, но мы часто не понимаем, почему мы устали. Мы списываем усталость на ненавистную работу, семейные обязательства, отсутствие денег, времени для отдыха и т. д. Однако поверьте, дело не в этом. Дело в нас самих! Конечно, любая работа утомляет, но мы устанем намного быстрее, если будем при этом беспокоиться, раздражаться, чувствовать себя неуверенно и желать сделать всё на сто процентов. К примеру, ваш клиент жалуется на усталость от работы, причём ему на редкость повезло, и он может реализовать себя на любимой работе. Он музыкант и преподаватель музыки в музыкальной школе. Ему 40 лет,

женат и имеет двух детей. Работа преподавателем, по его словам, его призвание, но он сильно устаёт от преподавания и хотел бы вместо этого играть в оркестре. Что бы вы как психолог сделали в такой ситуации? Конечно, можно завуалированно упрекнуть музыканта, сказав, что у него хорошая работа и он должен быть этим доволен. Но это вряд ли что-то даст. Вам необходимо подробно проанализировать ситуацию вашего клиента. От чего именно он устаёт? Как долго это длится? Было ли так всегда? Что помогает ему уменьшить стресс? Как можно изменить ситуацию к лучшему? Так, задавая подобные вопросы, вы выясните, в чём настоящая причина его усталости. Конечно, клиент, хотя и пришёл за помощью, хочет сохранить своё мнение и не спешит что-то менять. Он не видит истинной проблемы и сконцентрирован на другом, расходуя психическую энергию.

Можно иметь в виду, что большинство людей с высшим образованием склонны к перфекционизму, тем более музыканты. Однако ваш клиент не считает, что у него склонность к перфекционизму, а называет это желанием делать качественную работу. Вам же необходимо установить, где происходит утечка психической энергии. В процессе консультирования вы выясняете, что музыкант сильно устаёт от того, что ученики очень медленно прогрессируют. Более того, он сам винит себя в отсутствии быстрых успехов у учеников. Затем чувство вины тяготит его, и он перекладывает вину на учеников. Этот процесс постоянно повторяется и лишает клиента пси-хической энергии. Таким образом, вы сделали первый шаг – выяснили, куда уходит энергия. Второй шаг – добиться того, чтобы клиент это понял сам. Это зачастую неблагодарная работа, осо-

бенно с клиентами с нарциссическим складом характера. Они склонны оправдывать себя, критиковать вас и ходить по кругу. Конечно, бывают сказочные клиенты, которые консультируют сами себя, и вам как психологу практически ничего делать не нужно. Но это скорее исключение. Если вернуться к нашему музыканту, то он считает, что должен выдавать сто процентов, иначе, по его сло-вам, «можно работать дворником», в том смысле, что если что-то делать, то нужно делать это отлично или не делать вообще. Налицо идеализация его работы, преувеличение важности этой работы и абсолютный перфекционизм.

Да, перфекционизм – это огромная дыра, поглощающая психическую энергию. Перфекционист хочет добиться невозможного, считая это, однако, вполне достижимым. Он пытается сделать это вновь и вновь и неизбежно теряет энергию. Есть и много других поглотителей энергии, как, например, чувство вины. Чувство вины, кстати, тоже идёт рука об руку с перфекционизмом. Когда мы не достигаем желаемого, то склоны чувствовать себя неудачниками и виноватыми. Это заколдованный круг, поглощающий массу энергии. Мы ставим нереальные, недостижимые цели, конечно же, не достигаем их и чувствуем себя неудачниками и виноватыми. Это, в свою очередь, побуждает нас ещё раз попробовать достичь поставленной цели, и всё повторяется по вышеупомянутой схеме.

Итак, существует много паразитов, поглощающих нашу энергию: перфекционизм, чувства вины, безысходности, беспомощности, неуверенность в себе, обиды, разочарования и т. д. Все эти вещи сильно тормозят нас, пожирая неимоверное количество энергии,

необходимой нам для успешной реализации своих целей. Необходимо определить и нейтрализовать эти источники утечки нашей ценной энергии. Если этого не сделать, мы будем разочарованы, потому что не достигнем желаемого или сильно при этом устанем. Итак, мобилизуйте свою энергию и расходуйте её разумно! Помогите также и вашим клиентам делать это. Помогите клиентам понять, куда уходит их энергия.

Сделать это несложно. Если вернуться к вышеупомянутому примеру с музыкантом, то вы могли бы помочь ему понять, от чего именно он устаёт. От самой работы или же от своего отношения к ней. Помогите клиенту понять, что в некоторых случаях большую часть нашей энергии пожирает не сама работа, а сопровождающие её эмоции. Если клиент ненавидит свою работу и раздражается на шефа и коллег, то он теряет очень много психической энергии. Он не уставал бы так сильно, если бы не раздражался. Если бы креативные люди, как правило, с высшим образованием, не тратили всю свою энергию на собственный перфекционизм, чувство вины и т. д., то они бы уставали намного меньше.

Итак, помогите клиенту увидеть, куда уходит его драгоценная энергия, хотя заранее предупреждаю вас, что это очень неблагодарное занятие. Мало кто из клиентов будет вам тут же благодарен, если вы попытаетесь донести до него, что он расходует энергию напрасно. Обычно клиенты недоумевают и не могут понять, что вы от них хотите. Они не могут понять, что теряют энергию впустую и что могли бы меньше уставать от работы, если бы правильно использовали энергию. Наберитесь терпения и не сда-

вайтесь, если клиент не сразу понимает, о чём идёт речь. Дело ещё в том, что принято считать, что от работы обязательно нужно уставать, иначе это говорило бы о плохом качестве ее выполнения. Но это абсолютная ерунда! Конечно, мы устаём от любой работы, но то, насколько мы устаём, решаем мы сами. Важно осознать, что, помимо энергии, которая уходит непосредственно на работу, много энергии может уходить на побочные, сопровождающие её эмоции.

Поэтому решение проблемы не в том, чтобы поменять работу, хотя в некоторых случаях это даже желательно, а в том, чтобы проанализировать, сколько энергии уходит непосредственно на саму работу, а сколько на сопровождающие её мысли и эмоции. Не спеша задавайте клиенту вопросы, для того чтобы он понял, от чего именно он устаёт. В большинстве случаев станет ясно, что это сопровождающие работу эмоции. То же самое можно сказать и о работе самого психолога! Конечно, эта работа напряжённая и от неё можно сильно устать. Но если вы раздражаетесь, злитесь или обижаетесь на клиента, то это только усилит вашу усталость. Если вы будете чувствовать себя виноватым за отсутствие позитивных изменений в жизни вашего клиента, то вы сильно устанете. Если вы склонны быстро и эффективно решать любую проблему клиента, вы сильно устанете. Итак, помогите клиенту определить источник утечки психической энергии и с этой же целью анализируйте собственную работу.

При необходимости обратитесь за помощью к супервизору.

13. Супервизия

Супервизия подразумевает, что психолог сам посещает другого опытного психолога или психотерапевта. Супервизия рекомендуется в начале деятельности, но и, по сути, на протяжении всей жизни работающего психолога. Частота супервизии бывает разной: от одного раза в неделю до нескольких раз в году. Если у вас несколько клиентов, то супервизия понадобится хотя бы раз в месяц. Для чего нужна супервизия? В рамках супервизии можно поговорить о самом психологе и о его методах работы.

Не секрет, что многие становятся психологами, чтобы разобраться в собственных конфликтах, а если они не были явными до сих пор, то проявятся, самое позднее, после работы с клиентами. Поэтому психолог не должен пускать на самотёк собственное психическое состояние. Не нужно стесняться супервизии, это стандарт в мире психологии. Главный инструмент психолога – это он сам, точнее его уравновешенная психика. Если психолог не будет заботиться о своём психическом состоянии через регулярную супервизию, это может закончиться внутренним выгоранием или другим психическим расстройством.

Студенты университетов должны во время своего обучения на психолога сами пройти своего рода психотерапию, чтобы знать, что это такое, и чтобы решить собственные психологические конфликты. Поэтому если вы хотите серьёзно работать, без помощи

супервизора вам не обойтись. Особенно после краткосрочного шестимесячного обучения многие чувствуют себя неуверенно и хотели бы продолжить обучение. Но поверьте, вы будете чувствовать себя всё так же неуверенно, даже если получите диплом психолога после пятилетнего обучения в университете.

Потому что дело не в приобретении теоретических знаний, а в практике. Вы сможете чувствовать себя уверенно только после того, как совместно с супервизором обсудите ваши собственные психологические конфликты и ваши методы работы. Что касается методов работы, то это отдельная злободневная тема. Начинающие психологи, как и начинающие любой другой профессии, делают много ошибок. Например, затягивается время консультации, развиваются дружеские отношения с клиентом, психолог даёт кучу советов и рекомендаций, командует клиентом, вызывает у клиента чувство вины, вместо того чтобы освободить его от этого.

Этот список очень длинный. Всё это приводит к тому, что консультации становятся неэффективными и вредят как вам, так и вашим клиентам. В результате вы разочаровываетесь в работе психолога и возвращаетесь к нелюбимой работе, которая была у вас прежде. Всего этого можно избежать с помощью регулярной супервизии. Сеанс супервизии длится около часа и стоит в среднем 120 евро за сеанс.

В Privatakademie für Psychotherapie для тех, кто прошёл обучение, сеанс стоит на данный момент 60 евро и проводится по телефону, видеосвязи или письменно.

Где бы вы ни проходили супервизию, вы увидите её пользу уже после первого сеанса. Конечно, ваши средства вначале могут быть ограничены, но поверьте, супервизия – это последнее, на чём стоит экономить.

Ваша работа станет более эффективной и профессиональной, будет приносить вам больше радости, а также, что вполне закономерно, и денег. Вы будете чувствовать себя уверенно, ведь на вашей стороне будет опытный супервизор и вы сможете полностью раскрыть свои способности!

14. Внутреннее выгорание

Внутреннее выгорание – это очень распространённое в наше время явление.

Внутреннее выгорание идёт нога в ногу с психосоматикой и часто неправильно лечится, потому что врачи обращают внимание лишь на телесные симптомы. За внутренним выгоранием кроются эмоциональные проблемы. При выгорании клиент ничего не хочет делать, у него нет сил, он хочет быть один, испытывает чувство вины, иногда склонен к цинизму.

Нередко это состояние приводит к частичной либо полной потере работоспособности. Каковы причины выгорания? Уже давно было замечено, что к выгоранию склонны люди с определённым скла-дом характера. Эти люди отличаются сочувствием, склонностью чувствовать себя виноватыми, желанием помогать другим и делать всё правильно. Неудивительно поэтому, что у них возникают проблемы. Это нередко представители социальных профессий – медсёстры, врачи, психологи, сиделки, учителя, адвокаты и т. д.

Как и при других эмоциональных проблемах, такие люди довольно долго терпят это невыносимое состояние и пытаются выйти из него самостоятельно, но это редко удаётся. Бывает, что после короткого отдыха они чувствуют неимоверный прилив сил и, как одержимые, принимаются за работу, но, увы, очень быстро понимают, что это чувство прилива сил было обманчиво, и им стано-

вится ещё хуже. Выгорание нередко связано с профессиональной деформацией, когда человек не может ни о чём больше думать, кроме своей работы. Поэтому, хотя интересно делать, что хочешь, и реализовать свои мечты, важно оставаться уравновешенным и не уходить надолго с головой в работу.

Если перед вами клиент с внутренним выгоранием, то ваша задача – помочь ему понять, в чём корень его проблемы. После нескольких поставленных вами вопросов клиент должен понять, какие его черты характера привели к выгоранию. Это, как правило, склонность к перфекционизму, чрезмерное сочувствие по отношению к другим и чувство вины. Более того, такие люди не заботятся о себе, мало отдыхают и думают только о других. Они не хотят быть эгоистами, но как раз именно ими в конце концов и становятся, потому что болезнь заставляет их думать только о себе. Итак, ваша цель – развить у клиента понимание, почему у него выгорание. Сделать это не всегда просто. Часто поведение клиента считается для него чем-то благородным. Например, если женщина воспитывает ребёнка одна, при этом работает и ещё заботится о престарелых родителях, то будет очень трудно помочь ей понять, что она должна заботиться о себе, а не только о других. Многим мешает чувство вины.

Они думают, что если будут заботиться о себе, то перестанут заботиться о других, а это для них неэтично. Помогите клиенту понять, что, заботясь о себе, он сможет сделать намного больше. Более того, если он не будет заботиться о себе, в конце концов придётся заботиться о нём самом, а это вряд ли кому-то поможет.

Клиент должен научиться регулярно отводить время на отдых, любимые занятия, не стараться сделать всё на сто процентов и перестать чувствовать себя без причины виноватым.

То же самое касается самого психолога! Будьте уравновешенными, заботьтесь о себе и избавляйтесь от перфекционизма. Конечно, если вы будете работать на основной работе и параллельно к этому развивать свой праксис, то это может закончиться внутренним выгоранием. Но всё зависит от вас! Вы сами решаете, в каком состоянии будет находиться ваше психическое здоровье. Заботьтесь о себе – и вы сможете сделать намного больше и быть психически здоровыми!

15. Психологические привычки

Негативное мышление и отрицательные эмоции – это привычки, которые трудно преодолеть. Уместно говорить о привычках в этих случаях, поскольку это отражает результаты современных научных открытий.

Наш мозг устроен так, чтобы всякое действие, мысль или эмоция превращались в привычку. Это облегчает работу мозга и делает нас жизнеспособными. Например, если бы нам нужно было каждый раз, когда мы ведём машину, искать, где тормоз, газ или поворотник, то мы были бы просто не в состоянии вести машину или сильно уставали бы. Поэтому мозг старается сделать привычку из всего, что мы часто делаем, чтобы облегчить себе работу. Но, как известно, во всём есть плюсы и минусы. Так, привычки могут тормозить нас, заставляя повторять одни и те же действия, мысли и чувства, которые малоэффективны или даже вредны для нас. Например, если мы часто чувствуем страх, то мозг делает из этого привычку, и мы привыкаем постоянно испытывать страх. Мы сильно от этого устаём, но изменить ничего не можем. Почему?

Это стало привычкой! Привычку можно сравнить с протоптанной дорожкой. Чем чаще мы используем эту дорожку, тем более протоптанной она становится. И наконец, из маленькой дорожки можно сделать трёхполосную магистраль! Нейроны (клетки мозга) постоянно образуют соединения, их количество баснословно, и их цель, кроме прочего, – вырабатывать у человека привычки. Чем

чаше используется то или иное соединение, тем сильнее оно становится, и сигналы передаются по нему намного быстрее. Так образуются символические дороги, которые и ответственны за выработку привычек. Таким образом, действия, мысли и чувства, которые мы часто используем, превращаются в привычку. Поэтому от них так тяжело избавиться! Итак, негативное мышление, страх, обиды, гнев, раздражительность, уныние – это всё привычки, от которых трудно избавиться. Это привычки мышления, которые мы со временем выработали. Нередко эти привычки уходят корнями в детство, где и берут своё начало. Поэтому если нам советуют «Думай положительно!», «Не обращай внимания!» и т. д., это редко помогает.

Чтобы изменить негативное мышление на позитивное, нужно поменять привычку думать негативно. Специалисты говорят, что если повторять что-либо на протяжении месяца, это превратится в привычку. Это успокаивает, ведь значит, менять и приобретать новые привычки возможно, хотя и очень трудно. Отказаться от негативного мышления (вредной привычки) – всё равно что бросить курить или употреблять наркотики. Это очень сложно. Но мало просто избавиться от плохих привычек, их нужно заменить хорошими. Итак, необходимо не просто перестать думать негативно, а научиться думать положительно, заменив одну привычку другой. Какой первый шаг в этой непростой борьбе?

Необходимо осознать деструктивность какой-либо привычки. Помогите клиенту увидеть, сколько неудобств и вреда приносит та или иная привычка. Клиент должен сам увидеть и понять, что, из-

бавившись от негативной привычки, он будет более свободным. Например, если клиент видит себя и своё будущее в негативном свете, помогите ему это заметить и понять, что это привычка, избавится от которой непросто, но стоит. Помогите клиенту шаг за шагом приобрести новую привычку, видеть себя и его будущее в положительном свете.

Для этого задавайте вопросы типа: «Как бы вы сказали: у вас негативное или положительное мышление?», «Какого мнения вы о самом себе?», «Каким вы представляете себе ваше будущее?», «Как, по-вашему, ваше мнение о себе отражает действительность?» Конечно, учтите, что для клиента его мнение единственно правильное и отказываться от него он быстро не будет. Не забываем – это привычка! А одно из свойств привычки – то, что человек делает это автоматически и не задумываясь. К тому же привычки из-за своей автоматизации воспринимаются человеком как что-то положительное и единственно правильное. Например, если в семье родители тяжело трудились физически на работе и говорили ребёнку, что только так можно выжить, а

всё остальное нечестно, то такой ребёнок, даже если выберет интеллектуальный труд, будет неуютно себя чувствовать из-за таких высказываний, потому что он какое-то время имел привычку соглашаться с мнением родителей. Итак, привычки тесно связаны с убеждениями. Если я убеждён, что все вокруг несправедливы ко мне, то это мнение, которое превратилось в привычку и которое я поддерживаю своими мышлением и поведением. Если клиент убеждён, что у него отсутствуют соответствующее образование,

деньги, связи и т. д., чтобы добиться успеха, то это привычка мышления, из-за которой он никогда не сможет добиться успеха. Помогите клиенту переоценить свои привычки, перепроверить их на предмет правдивости. Конечно, он будет защищать свои убеждения (привычки), считая, что иначе и быть не может. Например, клиент может быть убеждён, что если он не может добиться успеха, то дело не в нём, а в отсутствии поддержки со стороны окружения. Всё списывать на других – это тоже распространённая привычка.

Поэтому если вы будете пытаться помочь клиенту понять, что он должен перенять ответственность за свою жизнь на себя, он будет, скорее всего, защищать свою точку зрения и не понимать, чего вы от него хотите. Запаситесь терпением и не сдавайтесь. Не давите на клиента и не раздражайтесь. Помогите клиенту поставить под вопрос истинность своих мыслей и ощущений. Клиент должен со стороны взглянуть на себя и свою жизнь. На самом ли деле его мнение единственно правильное? На самом ли деле его мысли и чувства уместны в той или иной ситуации? Помогите клиенту несколько дистанцироваться от своих ощущений и искать им альтернативу. Клиенту необходимо увидеть деструктивность своих мыслей, эмоций и действий. Например, мать, которая беспокоится, что её сын несамостоятельный, должна понять, что, возможно, она сама этому содействует, чрезмерно его оберегая и комментируя каждый шаг.

Конечно, она вряд ли с этим сразу согласится, и ваша задача как психолога – помочь ей это понять. Если вам это удастся, то она поймёт, что сама содействовала возникшей проблеме и сама же

ответственна за ее решение. Ей необходимо будет выработать новые привычки. Например, не бояться чрезмерно за сына и дать ему больше свободы. Проявлять уверенность, что он сам справится со своей жизнью. Вместо постоянных напоминаний и упрёков говорить о положительном и хвалить его. Все это – новые привычки, которые не так легко освоить. Но если действовать целенаправленно, результат не заставит себя ждать.

Если клиент привык думать отрицательно о себе и о своём будущем, покажите ему, что это привычка и что ей есть альтернативы. Конечно, это не означает призывать клиента «думать положительно», ведь это даст лишь обратный эффект. Вместо этого предложите клиенту представить себе, какие альтернативы его мышлению существуют. Если он убеждён, что не может найти подходящую работу, спросите его, какие варианты есть ещё. Задавайте вопросы типа: «Как вы думаете, могли бы вы иначе посмотреть на себя?», «Как вы думаете, на самом ли деле ваше будущее не принесёт вам ничего хорошего?» Побудите клиента хотя бы на миг представить его будущее в ином свете. Пусть он хотя бы в его воображении представит другой, более позитивный исход ситуации. Если он не уверен в себе, пусть представит себя в ином свете, пусть найдёт и перечислит свои сильные стороны. Мы не можем добиться того, что не можем или не хотим представить. Конечно, у всех техник есть свои границы и у визуализации тоже.

И здесь дело не в том, чтобы с утра до вечера погружаться в фантазии, уходя от реальной жизни. Но, представляя себя и своё будущее в позитивном свете, клиент может достаточно быстро

понять, что у него есть привычка мыслить негативно и что этому есть альтернативы. Есть очень много ситуаций, где определённый образ мышления и действий, вошедший в привычку, приносит вред. Классический пример – взаимоотношения в браке.

Женщина может на консультации жаловаться, что муж её не любит, не уделяет ей внимания, ничего не делает дома и т. д. Но если вы углубитесь в тематику, вы заметите, что она сама этому содействует, постоянно к нему придираясь и комментируя каждое его действие. Это вошло у нее в привычку, и поэтому она этого уже не замечает. Решение проблемы – обрести новую привычку, перестать придираться и видеть в муже положительные качества. Здесь стоит упомянуть, что обычно клиенты хотят, чтобы вы помогли им изменить их окружение, семью, работодателя, коллег, родственников, соседей и т. д.

Но необходимо уже в процессе первой консультации упомянуть, что вы можете помочь только самому клиенту, а не его окружению. Это нелегко. Например, если женщина жалуется на своего мужа, а психолог – тоже женщина, тогда есть реальная опасность что психолог присоединится к мнению клиентки и ополчится вместе с ней против её мужа. То же самое, если ваша клиентка – мать, которая одна воспитывает сына-подростка и жалуется на его непослушание. Если у вас тоже есть дети-подростки, то вполне возможно, что вы присоединитесь к маме и будете совместно искать инструменты воздействия на её сына. Но важно помнить, что психолог должен работать только непосредственно с сами клиентом, а не с его окружением. Цель любой консультации – помочь

клиенту изменить свой взгляд на ситуацию и вооружиться новыми, эффективными инструментами. Цель – оставить старые, деструктивные привычки и приобрести новые, полезные.

Как уже упоминалось, помочь клиенту развить новый образ мышления, который является, по сути, новой привычкой, – это часто неблагодарное занятие. Психологу нужно быть очень терпеливым, чтобы помочь клиенту в этом. Но усилия стоят того! Если клиент научится новому, позитивному мышлению, он останется очень доволен и будет рекомендовать вас дальше, а это лучшая реклама!

Конечно, психологу самому нужно избавляться от психологических привычек, которые выражаются в определённом образе мышления и действий. Возьмём всего лишь один пример. Вы хотите открыть свой кабинет по консультированию. Что вам для этого необходимо? Прежде всего, вера в себя и положительный взгляд на успех. Если вы не верите, что сможете добиться успеха и у вас будет достаточно клиентов, то лучше даже не начинать, ведь с таким настроем вы ничего не добьётесь.

Конечно, это не значит, что нужно неоправданно рисковать и залезать в долги! Наоборот! Вы должны уметь открыть свой кабинет, затратив на рекламу всего лишь сотню евро либо делая рекламу абсолютно бесплатно: через рекомендации, социальные сети и т. д. Но если у вас привычка не верить в себя и не верить в успех, то это самое время, чтобы её исправить! Конечно, чтобы развить праксис или устроиться на работу, нужны время и усилия. Но в целом здесь речь идёт о привычке думать положительно или от-

рицательно. Если у вас привычка думать положительно, вы не будете считать, что жизнь несправедлива к вам и чтобы добиться успеха, вам нужны связи и деньги. Успех приходит к тем, кто в него верит! И это привычка!

Чтобы достичь успеха, нужно «всего лишь» идти вперёд и не сдаваться!

Многие люди верят в судьбу и ждут счастливого случая. Кажется, что у них положительное мышление. Но это не так. Положительное мышление у тех, кто берёт ответственность за свою жизнь на себя и сам создаёт себе судьбу. Итак, друзья, приобретите привычку думать положительно – и вы обязательно добьётесь успеха!

16. Частное предпринимательство

Конечно, если у вас есть достаточно денег и вы ни от кого не зависите, то это самый оптимальный вариант. Но в большинстве случаев это не так. Возможно, вы имеете работу, но не по специальности и которая вам не нравится. Во-первых, не спешите бросать нелюбимую работу в надежде, что через пару месяцев станете богатым психологом-предпринимателем. Конечно, всегда есть исключения, но в большинстве случаев вам придётся развивать праксис параллельно с вашей основной работой. Конечно, это не очень приятно, и вам может быть неловко от того, что ваши клиенты могут узнать, что ваша основная работа далека от психологии. Но эта работа позволяет вам зарабатывать на жизнь, и уже поэтому стоит её сохранить, если только это не чрезмерная нагрузка для вас. Итак, вы можете в свободное время принимать клиентов.

Если ваш праксис развивается, вы могли бы попросить работодателя дать вам неполный рабочий день либо найти такую работу в другом месте. Затем, если праксис дальше развивается, можно перейти на подработку (Minijob). И наконец, когда-то жить только за счёт праксиса. Конечно, стоит пытаться устроиться на работу психологом. Даже если это лишь неполный рабочий день либо даже несколько часов в неделю. Так вы приобретёте опыт и будете уже работать по специальности. То есть вы можете, скажем, работать неполный рабочий день на работе, которая вам нужна только ради денег, одновременно работать несколько часов в не-

делю как психолог и параллельно со всем этим развивать и свой праксис. Конечно, это много работы, и если у вас семья, то это не так уж просто. Но если вы будете хорошо планировать, это возможно. Если вы получаете деньги от государства (пособие по безработице, социальная помощь и т. д.), то это не так плохо, как может показаться. В таком случае у вас есть время, а время для предпринимателя – очень важный фактор. Вы можете инвестировать время в развитие своего праксиса.

Иногда инвестиция времени даже более эффективна, чем инвестиция денег. Если вы получаете деньги от государства, то всё равно имеете право быть предпринимателем. В таком случае ваш заработок будет вычтен из тех денег, которые вы получаете от государства. Если у вас есть затраты на рекламу, страховки, телефон, помещение и всё остальное, что связано с вашим предпринимательством, то государство может перенять эти расходы по своему усмотрению, если они в пределах разумного и необходимого. Итак, этот вариант не так уж плох, а зачастую даже очень выгоден. Вам только нужно будет убедить государство дать вам время на развитие вашего бизнеса. Здесь есть два варианта. В одном случае государство даёт вам время, например год, на развитие вашего праксиса.

Если за это время не происходит каких-то изменений и нет видимых причин надеяться, что ваше дело разовьётся, то государство потребует от вас искать работу, за счёт которой вы сможете финансировать себя. В другом случае вы вынуждены параллельно с развитием праксиса искать работу. В обоих случаях вы имеете

право на предпринимательство как психолог, но в одном случае вы обязаны продолжать поиски работы, а в другом вам дают временную отсрочку. Конечно, если вы на пенсии и вам не нужно больше работать, вы имеете право вести свой праксис и, таким образом, пополнить ваш доход.

Не рекомендую вам брать деньги в кредит. Конечно, это дело лично каждого. Но опасность в том, что вы быстро потратите деньги, а это не принесёт никакого результата. Например, можно инвестировать деньги в ежемесячную аренду помещения, но это очень рискованно, и лучше снимать помещение по часам. Можно также потратить кучу денег на рекламу, которая ничего не даст. Есть много плюсов в том, что у вас нет лишних денег и вы не берёте кредит. В таких случаях вы будете думать и искать методы эффективной, но недорогой или даже бесплатной рекламы, а помещение возьмёте по часовой аренде. «Голь на выдумки хитра» – в этой поговорке очень много правды, и есть много примеров того, как люди, имея в кармане один доллар, становились успешными предпринимателями.

Также можно узнать, есть ли какая-то безвозмездная финансовая помощь от государства. Читайте книги для начинающих предпринимателей и посещайте семинары на эту тему. Много информации для предпринимателей есть и в интернете, она бесплатная и часто очень полезная. Смелее, друзья! Всё в ваших руках! Конечно, никто не может обещать, что вы обязательно добьётесь успеха, но, с другой стороны, никто не может сказать, что у вас ничего не получится. Хотя в основном ваши знакомые, родствен-

ники и чиновники будут стараться убедить вас, что нужно быть реалистом и заняться чем-то более прибыльным и надёжным. Ко всем этим советам можно прислушаться и извлечь пользу. Но не давайте никому лишить вас вашей мечты и любимого дела! Даже если вы не сможете полностью жить за счёт вашей работы психологом, в любом случае будете иметь несколько клиентов с которыми сможете работать. Пусть даже вы немного заработаете, но что лучше: подзаработать немного на любимой работе или же заработать те же деньги на ненавистной работе? Ответ очевиден! Итак, друзья, не сдавайтесь, идите вперёд – и вы в любом случае добьётесь успеха!

17. Помещение для праксиса

Если вы консультируете по телефону, скайпу или письменно, то можете свободно работать и из дома, если, конечно, дома вам никто и ничто не будет мешать. Во всём есть свои плюсы и минусы, в том числе и в дистанционном, и очном консультировании. Но не об этом речь. Если вы хотите консультировать очно, то для этого вам нужно подходящее помещение. Теоретически можно консультировать и в своём доме или квартире, но это не рекомендуется. Исключение – если у вас дом, в котором есть квартира с отдельным входом, где ваши клиенты не соприкоснутся с вашей личной жизнью. Это может показаться неважным, но на практике вы быстро убедитесь, что это серьёзный вопрос. Дело в том, что ваша работа должна чётко разграничиваться с личной жизнью. Это важно как для вас самих, так и для ваших клиентов. Некоторые клиенты склонны использовать личную информацию о вас как предлог поставить под вопрос вашу компетентность и прямо или скрыто критиковать вас.

Как бы то ни было, помещение вашего праксиса по консультированию или психотерапии (если у вас есть соответствующее разрешение) должно быть профессионально оформлено и соответствовало предназначению. Конечно, приятно иметь собственный праксис, который вы можете оформить, как хотите, использовать по своему усмотрению и в любое время. Также если есть официальная вывеска (Praxis für Psychologische Beratung), это выглядит профессионально и повышает ваш авторитет в гла-

зах клиента, что положительно скажется на процессе консультирования. Если у вас есть возможность иметь такие помещения, то это, конечно же, большой плюс. Но факт остаётся фактом: чтобы развить праксис и иметь достаточно клиентов, как, впрочем, при любой другой предпринимательской деятельности, нужно немало времени.

Специалисты маркетинга говорят обычно о 3–5 годах в зависимости от рода предпринимательства. Поэтому вы как психолог-консультант не только психолог, но и предприниматель, который должен заниматься поиском клиентов. Итак, чтобы найти достаточно клиентов, нужно время. Я не хочу демотивировать вас. Это просто правда. Поэтому вы можете и должны быть в восторге от мысли зарабатывать деньги, работая в своём праксисе, но смотреть правде в глаза: для того чтобы праксис хорошо шёл, нужны клиенты, а на это нужны время и деньги для рекламы. Денег у начинающего предпринимателя совсем немного и, говоря честно, зачастую совсем нет. Многие, кто прошёл курсы психолога, всё ещё безработные и должны начинать абсолютно всё с нуля. Поэтому те немногие средства, которые у вас есть, нужно тратить очень бережно, разумно и с пользой.

В основном самая главная и необходимая затрата – это реклама. Без рекламы у вас не будет клиентов и не будет и денег. Итак, вы вряд ли сможете сразу же позволить себе взять отдельный кабинет для праксиса только для вас. На самый скромный кабинет потребуется от 300 евро каждый месяц. Можно, конечно, снять и однокомнатную квартиру и сделать там праксис. Для этого нужно

разрешение арендодателя, но это, как правило, не проблема. Однако в таком случае вам каждый месяц придётся платить за помещение, и вы сможете уйти оттуда только через три или даже шесть месяцев (Kündigungsfrist), если вы по какой-либо причине будете вынуждены закрыть ваш праксис. Итак, чтобы не рисковать и не залезть в ненужные долги, я рекомендую вам снимать помещение по часам. То есть вы платите за каждый час отдельно, если вы на самом деле использовали помещение.

Итак, вы платите за помещение, только если вы провели там консультацию с клиентом. А если у вас был клиент, то у вас есть деньги платить за это время использования помещения. Но вы платите, только если принимаете клиентов. Таким образом, вы ничего не теряете. Конечно, если у вас есть достаточно клиентов, что обычно происходит со временем, то дешевле и удобнее снимать отдельное помещение только для себя. Вы можете самостоятельно вычислить, начиная с какого количества клиентов сможете снимать собственный кабинет. Сделать это несложно. Что касается самого помещения, то оно должно быть достаточно профессиональным.

О принятии клиентов дома мы уже говорили. Желательно, чтобы помещение использовалось для психологического консультирования или психотерапии. Помещение уже должно быть приспособлено для таких целей, так как иначе вы не сможете каждый раз его для этого приспосабливать. Оптимально подходит помещение психолога или психотерапевта. Возможно, вы можете арендовать по часам помещение у русскоговорящего психолога или психоте-

рапевта, особенно если вы живёте в большом городе. Но с таким же успехом это могут быть праксисы немецких психологов и психотерапевтов. Обычно по выходным эти помещения свободны, и вы можете начать именно с этого. За один день можно принять несколько клиентов, и вначале этого вполне достаточно. Более того, многим клиентам будет удобно посещать вас именно по выходным, в субботу или даже воскресенье, если вы, конечно, хотите работать в воскресенье. Также помещение по часам можно снимать и у Heilpraktiker, так как у них часто есть для этого возможность и желание. Обычная цена за час использования помещения – 10 евро, хотя бывает и дешевле. На цену намного дороже соглашаться не стоит, а лучше искать подходящее помещение у других.

Конечно, вам нужно будет убедить арендодателя, что вы серьёзный, надёжный человек и, возможно, заключить договор о почасовой аренде. Поставьте себя на место арендодателя. Он пускает в своё помещение незнакомого человека. В помещении могут быть ценные вещи, документация и т. д. Поэтому такие помещения не сдадут кому попало. Постарайтесь оставить у арендодателя впечатление серьёзного человека. Договоритесь о встрече и спокойно объясните, чем вы хотите заниматься в помещении. Арендодатель будет задавать много вопросов и будет, возможно, настроен скептически или подозрительно.

Это вполне нормально. Если вы спокойно объясните арендодателю, что хотите делать, и заверите его, что вы порядочный человек, помещение ваше. Если ваш арендодатель дипломированный

психолог, психотерапевт или психиатр, то постарайтесь создать впечатление, что вы профессиональный психолог и хотите использовать в работе научные методы. При этом рекомендуется назвать конкретные методы или техники вашей работы или объяснить в общих чертах, что вы делаете при консультировании. Дипломированные психологи и психотерапевты, как правило, скептически относятся к консультантам, особенно если последние применяют нетрадиционные методы.

Поэтому хотя, конечно, хорошо быть разносторонним человеком, но если вы скажете им, что не только психолог, но и таролог, экстрасенс и т. д., и начнёте убеждать их в эффективности вышесказанного, то, скорее всего, помещения вам не видать. Итак, как уже было сказано, постарайтесь создать имидж профессионального психолога, пользующегося научными методами. Если вас будут спрашивать о вашем образовании, то потренируйтесь заранее, как будете отвечать на этот вопрос, чтобы не было заметно, что вы этого стесняетесь. Не обязательно и не рекомендуется говорить, что вы прошли обучение, которое длилось всего лишь несколько месяцев.

Для специалистов, которые учились в университете 5–10 лет, это может звучать несерьёзно. Поэтому уверенно скажите, что прошли обучение в Privatakademie für Psychotherapie, также не обязательно упоминать, что это было заочное обучение. С другой стороны, если вас прямо спрашивают, как долго вы занимались и в какой форме, то не бойтесь прямо сказать правду. При этом делайте упор на то, что вы уже до этого занимались и продолжаете

заниматься самообразованием, повышать квалификацию. Особенно охотно специалисты слушают, что вы находитесь в супервизии у опытного психотерапевта. Поэтому я рекомендую пройти вам хотя бы час супервизии, чтобы вы могли упомянуть, что сотрудничаете в этом плане со специалистом.

При этом вам не обязательно говорить, что вы делаете это лишь изредка. Главное – что у вас есть супервизор, к которому вы в любое время можете обратиться. Итак, как вы видите, к людям с высшим психологическим образованием нужен особый подход, вы сами в этом убедитесь. К тому же, если вы снимаете помещение у психолога, психотерапевта или тем более психиатра, это повышает ваш авторитет в глазах ваших клиентов. Также рекомендую вам оформить страховку вашей деятельности, особенно если вы арендуете помещение. Такая страховка стоит около 150 евро в год, и её предлагает Versicherung Continentale München Zellerer GmbH.

В эту страховку можно включить и частное страхование (Privathaftpflicht) для вас и вашей семьи.

Итак, подходящее помещение – важная часть успешной деятельности психолога-консультанта, но подойти к выбору помещения нужно разумно, чтобы не влезть в долги и не разочароваться, проклиная тот день, когда вы решили пройти обучение и стать психологом.
Успеха вам, друзья!

18. Реклама психологических услуг

Вы не любите рекламу? Тогда вам придётся менять свой взгляд. Иначе вы никогда не сможете найти достаточно клиентов. Конечно, не все мы рождены предпринимателями, но важно понять, что без рекламы вы не сможете развить никакой бизнес, а работа частного психолога – это не что иное, как малый бизнес. Поэтому если вы не очень предприимчивы, или меняйте свой подход к делу, или найдите кого-то, кто будет делать рекламу для вас. Это могут быть знакомые или члены семьи либо профессионалы этого дела. Но в любом случае вам нужно правильно относиться к рекламе и не считать её чем-то негативным и бесполезным. Конечно, лучшая реклама – это когда вас рекомендуют довольные и благодарные клиенты. Для этого вы должны быть хорошим психологом и быстро и эффективно помогать клиентам. Кроме того, не стесняйтесь просить ваших клиентов рекомендовать вас дальше, это очень эффективно, и довольные клиенты будут делать это, если вы их попросите. Но перед этим вы должны найти тех, кто будет рекомендовать вас дальше, и для этого нужен рекламный материал, например визитные карточки. Допустим, вы случайно в разговоре упомянули, что вы психолог, и человек либо сам заинтересовался, либо он знает кого-то, кому нужен психолог. В таком случае вам нужна визитная карточка, которую вы можете дать заинтересованному человеку. Если вы достаёте клочок бумаги и от руки пишете на нём ваш телефон, то это отпугивает по-

тенциальных клиентов. Это выглядит несерьёзно и непрофессионально. Если же вы даёте визитную карточку, это повышает ваш авторитет, и люди видят, что вы профессиональный психолог. Поэтому не экономьте деньги на визитных карточках. Визитные карточки не должны быть дорогими, и их можно заказать через интернет. Как правило, в интернете есть фирмы, в которых вы можете за 15 евро заказать 100 визитных карточек или больше. Этого вполне достаточно на первое время. Не заказывайте слишком много, потому что ваш адрес, телефон или другая информация могут поменяться, и тогда все карточки станут неактуальными. В таком случае не исправляйте на них информацию от руки ручкой – это также непрофессионально и выглядит несерьёзно. Если вы доплатите несколько евро, на ваших карточках не будет рекламы от фирмы-изготовителя, что сделает их тоже более серьёзными. Помните, что вы психолог и ваши визитные карточки должны выглядеть серьёзно. Для этого выбирайте консервативный дизайн, может быть, просто белый фон без лишней информации и иллюстраций.

Например, вот так:

Praxis für Psychologische Beratung

Psychologischer Berater
Maria Mustermann
Tannenweg 3, 21833 Berlin
Tel. 0176-34730289
www.psychologie-beratung.de

Визитные карточки можно делать через интернет самому, для этого не нужно особых знаний. Либо попросите родственников или знакомых помочь вам. Всегда имейте несколько визиток при себе, чтобы при необходимости дать потенциальным клиентам. Даже если вы просто обмениваетесь контактами с тем, кто, на первый взгляд, вам неинтересен как клиент, давая свою визитную карточку, вы делаете рекламу, и этот человек уже будет знать, что вы психолог, и, возможно, в будущем при случае будет рекомендовать вас или даже обратится сам. Также следите за тем, чтобы визитные карточки были в хорошем состоянии: не мятые, не потёртые. Если они выглядят уже не очень хорошо, лучше выбросите их и не давайте другим. Есть специальные футляры для карточек, они сохраняют ваши визитки в хорошем состоянии и выглядят достойно.

Помните, что каждая мелочь может работать на вас или против вас. Визитные карточки можно оставлять в различных подходящих для этого местах, предварительно спросив разрешения. Оставляйте немного за один раз, чтобы их не выбросили. То же самое справедливо и в отношении флаеров, хотя они более информативные и из них люди могут узнать, что именно вы предлагаете. Флаеры нужно также оставлять там, где могут быть ваши потенциальные клиенты. Если исходить из того, что вы хотите работать с русскоговорящими клиентами, то вам необходимо оставлять ваши флаеры там, где есть русскоговорящие. Это, например, русские магазины, бюро путешествий, русские адвокаты, парикмахеры и особенно врачи. С другой стороны, это могут быть и немецкие организации и фирмы, но которые имеют дело также и

с русскоговорящими. Чтобы оставить флаеры, обязательно спросите разрешения, иначе вы создадите себе плохую репутацию или даже заплатите штраф. Не оставляйте слишком много флаеров в одном месте, а регулярно заходите в эти места и оставляйте новые флаеры если необходимо. Убедитесь также, что ваши флаеры не выбрасывают в мусор. Особенно эффективно оставлять флаеры у врачей, которые имеют русскоговорящих пациентов. Либо врач может рекомендовать вас напрямую, либо вы можете оставлять флаеры в комнате ожидания. У домашних врачей порядка 25 % пациентов, страдающих психосоматическими заболеваниями, вызванными психологическими проблемами.

Эти пациенты жалуются на повышенное давление, боли в желудке, спине, головные боли и т. д., но причина этих проблем – в психологических конфликтах. Как правило, у домашнего врача нет ни времени, ни желания объяснять пациентам истинные причины их страданий, к тому же это дело очень неблагодарное. В любом случае такие пациенты часто раздражают домашнего врача и мешают ему работать. Если бы он мог от них избавиться, то был бы рад. Поэтому если вы убедите врача, что его пациенты будут у вас в надёжных руках, он, вполне вероятно, будет рекомендовать вас как психолога или хотя бы разрешит выложить ваши флаеры в его праксисе.

Флаеры можно также распространять прямо по адресам русскоговорящих. Если вы живёте в большом городе, где есть многоквартирные дома, в которых живут русскоговорящие, то можно оставлять флаеры в почтовых ящиках. Вы можете определить, что

в квартире живут русскоговорящие, по имени и фамилии. Не оставляйте флаеры там, где написано, что запрещено оставлять рекламу.

Что касается рекламы в газетах и журналах на русском языке, то здесь нужно быть очень осторожным. Во-первых, такая реклама может быть очень дорогой. Одна рекламная страница журнала стоит около 1 000 евро. Согласитесь, это немало. Но дело не только в деньгах, но и в том, будет ли такая реклама работать. Если вы хотите принимать пациентов в вашем праксисе, то вряд ли вам подходит реклама в журналах и газетах, потому что они распространяются по всей Германии. Другое дело, если вы живёте в большом городе типа Берлина, где выходят газеты именно для этого города и соседней местности. Однако даже в таком случае будьте осторожны, чтобы не потерять на рекламе, которая не будет эффективной, все ваши деньги.

Владельцы журналов и газет будут наперебой нахваливать свои издания, убеждая вас, что только у них есть то, что вам нужно. Коммерция, ничего не поделаешь. Они могут предлагать вам скидки на рекламу, если вы будете давать рекламу, например, на год. На первый взгляд, вы экономите много денег, но это только в том случае, если реклама будет работать и приносить вам немало клиентов. В противном случае вы подпишете договор, по которому вас обязуют целый год выплачивать от 100 до 1 000 евро каждый месяц, а результата никакого не будет. Согласитесь, можно потерять все свои деньги и залезть в долги. Тогда вы будете проклинать тот день, когда решили работать частным психологом и

открыть свой праксис. Есть, однако, разница между рекламой и объявлениями. Объявления небольшие и стоят, соответственно, недорого, но они тоже должны работать. Для пробы просто дайте несколько таких объявлений и подождите, будет ли резонанс. Как я уже писал выше, это особенно интересно, если вы живёте в большом городе или там, где есть региональные журналы и газеты на русском языке. Также вы можете предложить издательству регулярно или время от времени печатать ваши статьи на психологические темы, где будут указаны ваши контактные данные, по которым вас смогут найти ваши потенциальные клиенты. Но это интересно только для региональных издательств. С другой стороны, если вы работаете дистанционно, по телефону, видеосвязи, электронной почте и т. д., то вам можно давать рекламу в любых СМИ на территории всей Германии, если это ваша целевая группа.

Нельзя недооценивать возможность бесплатной рекламы на досках объявлений в интернете и, конечно же, социальные сети. Единственное, важно помнить, что профессиональный психолог должен быть на здоровой дистанции с клиентами. Поэтому если вы хотите пользоваться социальными сетями, не выкладывайте там всю личную информацию о себе. Также не рассказывайте о психологических проблемах, которые у вас были или есть. Тщательно выбирайте фотографии, которые вы хотите там разместить. Помните также, что ваши клиенты – это именно клиенты, а не друзья. Дружеские отношения с клиентами навредят как вам, так и им.

Есть ещё много других возможностей, как делать рекламу. Будьте креативными и ищите способы недорогой, но эффективной рекламы.

Если вы хотите работать с местными немцами, то, в принципе, можно действовать так же, как выше описано.

Однако в немецких журналах и газетах реклама слишком дорогая и неэффективная. Ищите другие способы поиска клиентов.

Конечно, если мы говорим о рекламе, то невозможно не упомянуть ваш сайт. В наше время быть предпринимателем без сайта непрофессионально. Ваши клиенты будут скептически настроены, если у вас нет своего сайта. Уже только по этой причине нужно об этом позаботиться. На сайте вы можете разместить информацию, в каких случаях вы можете помочь, какими методами работаете, сколько стоят ваши услуги и т. д.

Конечно, ваш сайт клиенты должны найти в интернете, и об этом вам тоже нужно позаботиться. Однако вы можете упоминать адрес вашего сайта на визитных карточках, флаерах и другой рекламе, так что клиенты могут зайти на ваш сайт и узнать больше о вашей работе. Сайт можно заказать у специалистов, но это недёшево. Самый простой сайт стоит от 500 до 2 000 евро. Вы можете также сделать сайт самостоятельно, попросить кого-то из родственников или друзей. В интернете много конструкторов сайтов (платных и бесплатных), с помощью которых можно без особых знаний сделать свой сайт. Конечно, на это уйдёт немного времени, но усилия

стоят того. Вам потребуются хостинг и адрес вашего сайта. Берите только профессиональное название.

Это может быть немного дороже, но оно того стоит. Адрес сайта может звучать так: www.psychologische-beratung.de, или www.beratung-schmidt.de, или www.positiv-psychologie.de, или что-то ещё. Важно, чтобы адрес звучал профессионально, серьёзно и чтобы сразу стало ясно, что вы предлагаете.

То же самое и в отношении электронной почты. Например, natalie267@web.de не подходит, так как сразу видно, что это частный адрес.

Не спешите заказывать сайт, попробуйте сначала сами или с помощью близких и друзей. Так вы сэкономите много денег, которые нужны вам на визитки и флаеры и другие виды недорогой, но эффективной рекламы.

Итак, друзья, будьте уравновешенными в отношении рекламы. Без рекламы вы не добьётесь успеха, но будьте осторожны, чтобы не потерять на этом деньги и не влезть в долги. Используйте только недорогую, но эффективную рекламу и, самое главное, просите ваших клиентов, родственников и друзей рекомендовать вас дальше. Довольный клиент – это лучший и бесплатный способ рекламы!

Удивительно, но даже такие гиганты, как Google, стали известными благодаря рекомендациям людей, а не дорогой рекламе!

19. Медицинское страхование

Психолог, работающий не на кого-то, а как предприниматель, нуждается в страховках. Поговорим вначале о медицинской страховке (Krankenversicherung). Здесь есть разные варианты. Если вы работаете полный или неполный рабочий день, то страховку оплачивает ваш работодатель, и вы можете параллельно со своей работой вести праксис, но максимально примерно до 400 евро в месяц заработка от праксиса. Ваш работодатель должен быть в курсе и согласен с этим. Если вы подрабатываете (Minijob) и получаете до 400 евро в месяц, то медицинскую страховку платит за вас государство.

Если вы получаете пособие по безработице или социальную помощь, то в этих случаях за вас тоже платит государство. Вы имеете право быть предпринимателем, даже если вы одновременно получаете пособие по безработице или социальную помощь. Если же ваш праксис хорошо идёт и вы зарабатывает достаточно денег, вы платите за медицинскую страховку сами и можете выбрать страховку по желанию: частную или государственную. Я рекомендую государственную страховку. Хотя частные страховые компании пытаются делать заманчивые предложения, на самом деле такие страховки почти всегда в конечном счёте намного дороже. К тому же если вы выберете частную страховку, то будет очень трудно вернуться в государственную, даже если захотите.

В государственной страховке есть разные тарифы: примерно от 170 до 850 евро в месяц в зависимости от того, сколько вы зарабатываете. В основном начинающие предприниматели платят на данный момент около 250 евро в месяц. Если вы получаете пособие по безработице или социальную помощь, то вы всё равно имеете право быть предпринимателем, и тогда государство платит страховку за вас. От уплаты медицинской страховки освободиться невозможно, так как это закон. Вопрос только в том кто будет платить – вы сами, ваш работодатель или государство.

20. Страхование предпринимательства

Другой необходимый вид страхования – это страхование вашей деятельности как предпринимателя. Это тоже обязанность, хотя за этим не следят так строго. Многие начинающие предприниматели не имеют такой страховки, потому что не хватает денег на её уплату, но это может обернуться серьёзными трудностями. Например, если вы арендуете помещение для вашего праксиса (неважно, по часам или полностью), то вы отвечаете на это время за помещение. Если случится, например, пожар, потому что произошло короткое замыкание в электрочайнике, то, возможно, вам придётся отвечать за это.

Эти вопросы нужно заранее обсудить с арендодателем. Конечно, если арендодатель говорит, что в таких случаях действует его страховка, то всё в порядке. Страховка для психолога нужна также, если на вас пожалуются клиент или его родственники. Особенно если ваш клиент совершит самоубийство, чего я вам не желаю и что, к счастью, не так часто бывает, его родственники могут подать на вас в суд, считая вас в этом виноватыми. Поэтому рекомендуется иметь страховку вашей деятельности как психолога. Конечно, если у вас на первых порах нет денег, это можно понять, но если вы видите, что ваш праксис медленно развивается, то есть смысл оформить такую страховку. Она стоит 100–150 евро в год. Согласитесь, это не так уж много, если вы имеете

хотя бы нескольких клиентов в неделю. Тем более что если вы получаете деньги от государства, то страховку можно отнять из вашего заработка, так что получается что государство оплатит вам эту страховку. Рекомендую вам именно специальную страховку для психологов (Psychologischer Berater). Такую страховку предлагает, например, Versicherung Continentale München Zellerer GmbH.

Более того, за небольшую доплату в эту же страховку будет включена и частная страховка (Haftpflichtversicherung), которую тоже рекомендую вам иметь. Один мой знакомый заплатил из своего кармана 3 000 евро за оплошность, которая случилась по его вине, а у него не было такой страховки.

Есть также и пенсионная страховка (Rentenversicherung), но от неё можно освободиться. Пожалуйста, сами узнайте, как это сделать в вашем случае, связанном с этой страховкой.

То, что у вас как у начинающего предпринимателя мало или совсем нет денег, понятно, но на самое необходимое нужно выкроить за счёт чего-то маловажного.

Информация в этой главе актуальна на 2018 год. Пожалуйста, удостоверьтесь, не было ли каких-то изменений.

21. Стоимость консультации

Средняя стоимость консультации в Германии – 60 евро за один сеанс, который длится 55–60 минут. Для пары сеанс длится 90 минут и стоит, соответственно, больше. Если вы хотите работать с русскоговорящими людьми, то возникает вопрос, сколько они в состоянии будут заплатить.

С русскоговорящих клиентов можно брать и меньше, 30–60 евро, в зависимости от того, работают они или нет. Но здесь дело даже не в деньгах, а в вашем отношении к ним. То же самое касается и ваших клиентов. Начнём с клиентов. Конечно, если клиент безработный, то его средства ограничены. Однако это не означает, что у него совсем нет денег. Если вы берёте за консультацию, например, 50 евро и клиенту понадобятся пять консультаций, то это 250 евро. Нельзя сказать, что это огромные деньги, так как безработные в Германии могут позволить себе и отпуск, и недешёвые вещи. Поэтому не жалейте чрезмерно тех клиентов, у которых якобы нет денег. Здесь дело совсем в другом.

Клиент сомневается, что ваша консультация ему поможет. Подумайте сами: если бы вам на сто процентов пообещали за 250 евро решить какую-то вашу проблему в семье, на работе, с родственниками или деньгами, неужели бы вы отказались? Мы бы отказались только в том случае, если бы сомневались, что это поможет. Так и клиенты, несмотря на то что мы живём в век неимоверного просвещения, сомневаются, что психолог сможет им помочь. Итак,

ваша задача – преодолеть эти предрассудки. Сделать это можно, предоставляя информацию через флаеры и особенно через свой сайт, на котором вы подробно можете описать, как вы работаете и как это может помочь клиентам. На сайте можно также разместить отзывы довольных клиентов и т. д. То есть исходите их того, что потенциальные клиенты скептически настроены и их мнение о вашей работе нужно изменить.

По большому счёту есть две стратегии выбора цен за консультацию. В интернете вы можете найти дополнительную информацию на эту тему. Это важная тема, и ей стоит заняться. Один вариант – это выбрать низкие цены, если ваши клиенты малоимущие. Это особенно актуально, если вы хотите работать с русскоговорящими. Однако не берите слишком мало, потому что тогда на вас не будут смотреть как на профессионала. Другой вариант – это создать себе имидж дорогого, но отличного специалиста, который быстро поможет. В таком случае берите от 60 до 80 евро за консультацию, и эти консультации будут нацелены на тех, у кого есть деньги. В таком случае клиенты будут считать, что, раз вы берёте столько денег, вы профессионал. Это работает, особенно с теми, у кого есть деньги, и с местными немцами.

Какую бы стратегию вы ни выбрали, желательно её придерживаться постоянно. Конечно, вы можете менять цены, но желательно делать это нечасто. Подумайте хорошо, перед тем как выбрать цену, и меняйте её только в случае необходимости. Не пишите цены на флаерах и визитках. Во-первых, если вы измените цену, они пропадут, а во-вторых, если клиент настроился на

одну цену, а там другая, даже если это на пару евро дороже, они могут передумать. Цена консультации зависит также и от длительности работы. Если вы, например, ориентированы на работу до пяти консультаций, то цена может быть значительно выше, чем если вы рассчитываете на десять консультаций и более.

Теперь что касается вашего отношения к финансовой стороне дела. Во-первых, никогда не работайте бесплатно! Конечно, есть исключения, если вы, например, религиозный человек или хотите заниматься благотворительностью, то это, несомненно, ваше дело. Но есть веские причины, чтобы не работать бесплатно. Во-первых, клиенты не будут относиться к вам серьёзно, если вы работаете бесплатно. Это подкашивает ваш авторитет, а если клиент не будет с уважением к вам относиться, консультации будут неэффективными. Это навредит и вам, и вашему клиенту. Клиент останется недовольным и расскажет всем, что вы непрофессиональный психолог, что сильно навредит вашей деятельности. Вы сами тоже устанете от того, что работаете бесплатно, и ваши клиенты будут вас раздражать. Конечно, можно сделать первую консультацию бесплатной. Это тоже, наверное, наилучший способ, чтобы клиент сам увидел, что делает психолог, и избавился от предубеждений. Но это можно сделать только один раз в рамках первой ознакомительной консультации. Также старайтесь не менять цены для разных клиентов. Это будет путаница для вас и для клиентов. Хотя теоретически можно сделать две разные цены в зависимости от достатка клиента. Испробуйте это сами, если хотите, и найдите для себя наилучший вариант.

Нередко начинающие психологи-консультанты стесняются и даже боятся брать деньги за свою работу. Этому есть несколько типичных причин.

Это, например неуверенность психолога в своих способностях. Особенно если вы прошли краткосрочное шестимесячное обучение, то можете думать, что вы не можете работать достаточно серьёзно, но поверьте, дело не в этом. Дело в том, что вы просто чувствуете себя неуверенно, поскольку это ваша черта характера и вы и в других ситуациях не уверены в себе.

Если вы начнёте работать, то довольно быстро привыкнете к своей роли и будете эффективно помогать клиентам. Конечно, первостепенную роль в приобретении уверенности в своих силах играет супервизия. В рамках супервизии вы убедитесь, что вы делаете правильно, а что можно исправить, и будете уверены, что на вашей стороне опытный специалист, с которым вы в любое время можете проконсультироваться по любым вопросам в связи с вашей работой.

Дело ещё в том, что вы, возможно, не считаете консультирование работой, чем оно, однако, является! Причём консультирование – это очень тяжёлая работа! Если у нас есть природные таланты, то мы, как правило, не ценим и не замечаем их. То же самое и с вашей способностью выслушивать и помогать людям. Скорее всего, вы считаете это самым обычным делом, чем-то само собой разумеющимся. Однако это далеко не так! Хорошего психолога не так уж легко найти, и далеко не все люди в состоянии понимать

других, сочувствовать им и помогать найти решение проблемы.

Итак, вам необходимо принять себя в роли психолога!

Сделать это непросто, потому что вы, возможно, работаете совсем в другой сфере, никак не связанной с психологией. Не стесняйтесь этого. Вы не обязаны рассказывать другим и особенно вашим клиентам, что, кроме консультирования, вы каждый день убираете помещения, работаете продавцом или кем-то ещё. Если в повседневной жизни незнакомые люди будут вас спрашивать о вашей работе, говорите смело, что вы психолог, даже если работаете психологом всего час в неделю. Это не будет обманом, а поможет вам принять самого себя в роли психолога. В конце концов, вы сами можете выбрать, какую профессию упомянуть.

Итак, вы видите, что то, сколько вы будете брать за консультацию, напрямую зависит от того, как вы относитесь к самому себе и своей работе. Цените себя и свою работу – и тогда то же самое будут делать и ваши клиенты!

Заключение

Дорогие будущие психологи-консультанты!

Ваша судьба – в ваших руках! Вы можете реализовать свою мечту и стать востребованным и уважаемым психологом. Конечно, для этого нужно приложить немало усилий, но это не значит, что ваша мечта недостижима.

Некоторые выпускники Privatakademie für Psychotherapie, устроились на работу, а другие открыли собственный кабинет. Конечно, и в том, и в другом есть свои преимущества и недостатки. Если вы найдёте работу, то вам не нужно ломать голову над поиском клиентов, рекламой, страховками, налогами и т. д. и у вас будет стабильный заработок. С другой стороны, работая в своём кабинете, вы ни от кого не зависите и можете работать, с кем хотите, и любыми методами.

Хорошо работающий кабинет – это, кроме того, и хороший заработок. Вы должны сами принять решение, что для вас лучше. В некоторых случаях можно и устроиться на работу психологом, и развивать собственный кабинет. В любом случае вам понадобятся положительный настрой, терпение и усердие. Однако успеха добиваются лишь те, кто не сдаются. По словам одного чемпиона мира по баскетболу, он тысячи раз терпел поражение, но не сдавался и именно благодаря своим поражениям стал чемпионом.

Также и изобретатель Эдисон провёл десятки тысяч экспериментов, пока не изобрёл лампочку. История так и пестрит примерами тех, кто шёл вперёд, несмотря на неудачи, и реализовывал свои мечты.

Друзья, поверьте в себя и в свои способности! Никогда не сдавайтесь – и вы обязательно добьётесь успеха!

Доцент
Олег Хаак