

ВЫСШИЙ КУРС



ГЕННАДИЙ  
СТАРШЕНБАУМ

ПСИХОЛОГИЯ  
ОБЩЕНИЯ  
С КЛИЕНТАМИ:  
УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

---

ТРЕНИНГИ, УПРАЖНЕНИЯ И ТЕСТЫ  
ДЛЯ УСПЕШНОЙ ТЕРАПИИ

---

Разработано в соответствии с требованиями ФГОС



Издательство  
АСТ  
Москва

УДК 159.9  
ББК 88.5  
С77

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

**Старшенбаум, Геннадий Владимирович.**

С77 Психология общения с клиентами: учебное пособие. Тренинги, упражнения и тесты для успешной терапии / Геннадий Старшенбаум — Москва : Издательство АСТ, 2026. — 480 с. : ил. — (Высший курс).

ISBN 978-5-17-182688-8

Владение навыком профессионального общения — залог успешной терапии. Именно правильная коммуникация помогает выстроить доверительные отношения с клиентом и оказать ему необходимую помощь.

Это руководство — результат многолетней практики известного психотерапевта Геннадия Старшенбаума, созданное на основе авторского курса по психологии общения с клиентами. В тексте подробно рассматриваются ключевые аспекты взаимодействия с клиентами: от вербальной и невербальной коммуникации до семейного консультирования. Отдельное внимание уделяется разбору ошибок специалиста при проведении терапии и способам их преодоления. Текст снабжен тренингами, кейсами и опросниками, помогающими отработать теорию и закрепить полученные знания на практике.

Пособие основано на учебной программе дисциплины «Психология общения с клиентами» и разработано в соответствии с требованиями Федерального Государственного Образовательного Стандарта.

**УДК 159.9**  
**ББК 88.5**

*Не является учебником по медицине.  
Все рекомендации должны быть согласованы с лечащим врачом.*

Макет подготовлен редакцией «Прайм»

ISBN 978-5-17-182688-8

© Старшенбаум Г. В., 2025  
© ООО «Издательство АСТ», 2026

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Глава 1. Пространство общения</b> .....	5
Уровни общения .....	5
Язык тела .....	19
Присоединение .....	30
Первая беседа .....	43
Процесс консультирования .....	58
<b>Глава 2. Обучение</b> .....	71
Альянс .....	71
Слушание .....	80
Обсуждение .....	96
Тренинг .....	109
<b>Глава 3. Анализ</b> .....	125
Перенос .....	125
Контрперенос .....	138
Проекция и проективная идентификация .....	146
Аналитическое пространство .....	156
<b>Глава 4. Разговор по душам</b> .....	175
Гуманизм .....	175
Экзистенциализм .....	194
Гештальт .....	206
Кризис .....	217

<b>Глава 5. Семейное консультирование</b> .....	235
Работа с детьми и подростками .....	235
Работа с родителями .....	245
Работа с семьей .....	255
<b>Глава 6. Трудности и ошибки</b> .....	275
Сопротивление .....	275
Эротизация отношений .....	291
Неэффективное общение .....	299
Совместимость с клиентом .....	313
Мой стиль .....	319
<b>Приложения</b> .....	337
Рабочая программа дисциплины .....	337
Практикум .....	372
Опросники .....	402



# Глава 1.

# ПРОСТРАНСТВО

# ОБЩЕНИЯ

*Есть только одна подлинная ценность –  
это связь человека с человеком.*

А. де Сент-Экзюпери

## Уровни общения

В современном консультировании ведущее значение придается качеству отношений между клиентом и консультантом. От консультанта требуется в первую очередь владеть навыками профессионального общения. Вмешательства консультанта в порядке возрастания их потенциального воздействия на клиента располагаются следующим образом (Вайнер, 2002).

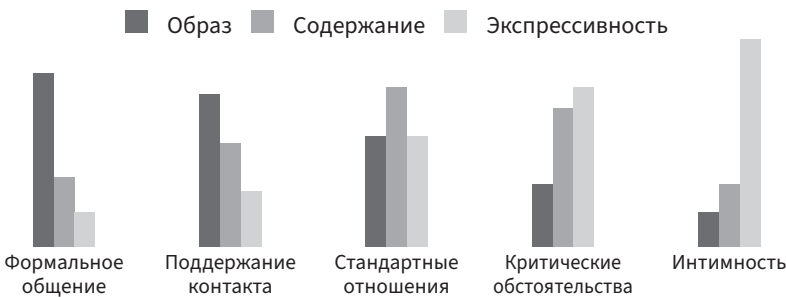
1. Вопросы о клиенте и о его опыте позволяют получить самую поверхностную информацию.
2. Прояснения обращают внимание на что-то из сказанного клиентом: «Вы не могли бы рассказать об этом поподробнее?»
3. Восклицания дают понять клиенту, что его слушают, и побуждают к продолжению разговора, даже тогда, когда они представляют собой лишь невнятное «М-м».
4. Конфронтации указывают на плохо осознаваемую клиентом очевидность, в которой он может незамедлительно удостовериться.
5. Интерпретации направлены на объяснение поведения клиента и заключают в себе выводы, предположения и альтернативные гипотезы.

**Таблица 1.**  
Методы воздействия  
(Айви и др., 1999)

Метод	Описание	Функции во время беседы
Самораскрытие	Консультант делится личным опытом и переживаниями, либо разделяет нынешние чувства клиента	Тесно связан с приемом обратной связи, построен на «Я-высказываниях» консультанта. Способствует установлению раппорта
Обратная связь	Дает клиенту возможность понять, как его воспринимает психолог, окружающие	Дает конкретные данные, которые помогают клиенту осознать, как другие воспринимают его поведение и стиль мышления, что создает возможность иного самовосприятия
Логическая последовательность	Объясняет клиенту логические следствия его мышления и поведения. «Если... то»	Дает клиенту точку отсчета. Этот метод помогает людям предвидеть результаты действий
Интерпретация	Задаёт новые рамки, в которых клиент может увидеть ситуацию. Может быть получена из теории или собственного опыта. Ее можно рассматривать как сердцевину метода воздействия	Попытка дать возможность клиенту по-новому увидеть ситуацию. Дает клиенту четко очерченное альтернативное восприятие реальности. Это восприятие способствует изменению взглядов, что, в свою очередь, может изменить мысли, настроение, поведение

Совет (информация)	Высказывает пожелания, общие идеи, дает домашнее задание, совет, как действовать, думать, вести себя	Умеренно используемые советы дают клиенту полезную информацию. Например, этот метод всегда используется при консультации по трудоустройству
Директива (указание)	Говорит клиенту, какое действие предпринять. Может быть просто поведением. Может быть хитроумной техникой на основе какой-нибудь теории	Ясно показывает клиенту, какого действия хочет от него консультант. Предполагается, что клиент сделает то, на что ему указывают
Воздействующее резюме	Часто используется в конце беседы, чтобы суммировать суждения консультанта. Чаще всего используется в комбинации с выводами и резюмирующими высказываниями клиента	Проясняет, чего консультант и клиент добились за время беседы. Подводится итог того, что сказал консультант. Призвано помочь клиенту перенести эти обобщения из интервью в реальную жизнь

Джеймс Бьюдженталь (2024) выделяет определенные уровни отношений с клиентом (рис. 1).



**Рис. 1.** Уровни отношений с клиентом

**1-й уровень: формальный контакт.** Клиент определяет, что представляет собою консультант и что дальше делать ему самому. Он старается произвести впечатление на консультанта, ведет себя подчеркнуто вежливо, следит за своей позой. Речь клиента грамматически правильна, но безлична, ее содержание поверхностно и банально.

**2-й уровень: поддержание контакта.** На этом уровне может быть собрана лишь фактическая информация (возраст, адрес, номера телефонов и т. п.).

**3-й уровень: стандартные беседы.** Они предполагают искреннюю, но ограниченную личностную включенность. Консультант спрашивает клиента о его образовании, профессии и месте работы, о составе семьи и характеристике ее членов, об опыте консультирования.

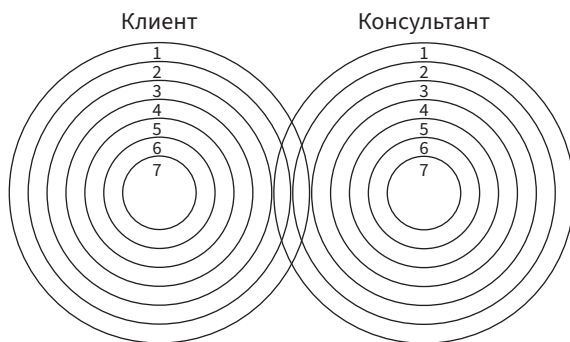
**4-й уровень: критические обстоятельства.** Клиент выражает свои внутренние переживания. В его речи возникают запинки, он использует больше прилагательных и наречий, пытаясь передать качество и оттенки переживания. Часто используются восклицания, сленг и ругательства. Поза отражает эмоции. Иногда клиент вздрагивает, как от окрика внутреннего голоса.

**5-й уровень: интимность.** Клиент говорит от первого лица и в настоящем времени, очень конкретно, почти без вводных слов и определений. Он открыто выражает свои чувства и мысли, с готовностью воспринимает слова консультанта. Последний позволяет своей человеческой отзывчивости попасть под влияние переживаний клиента и допускает, чтобы клиент заметил это. Интуиция консультанта настолько обострена, что иногда он кажется экстрасенсом. Консультант функционирует на том же уровне интимности, что и клиент, т. е. является искренним и адекватно экспрессивным (рис. 2). Напротив, рис. 3 показывает ситуацию, которая бывает при краткосрочных и манипулятивных подходах.

Психологическое консультирование отличается от формального общения более личностным контактом (рис. 4, 5).

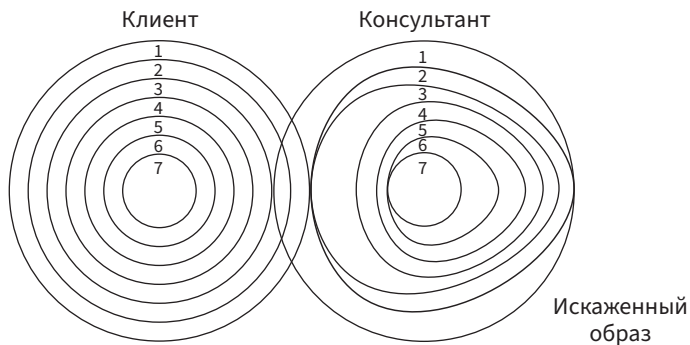
**Рис. 2.** Уровень интимности  
клиента и консультанта

- Формальный уровень
- Уровень поддержания контакта
- Уровень стандартной беседы
- Уровень критических обстоятельств
- Уровень интимности



**Рис. 3.** Контакт при краткосрочном  
и манипулятивном подходе

- Формальный уровень
- Уровень поддержания контакта
- Уровень стандартной беседы
- Уровень критических обстоятельств
- Уровень интимности



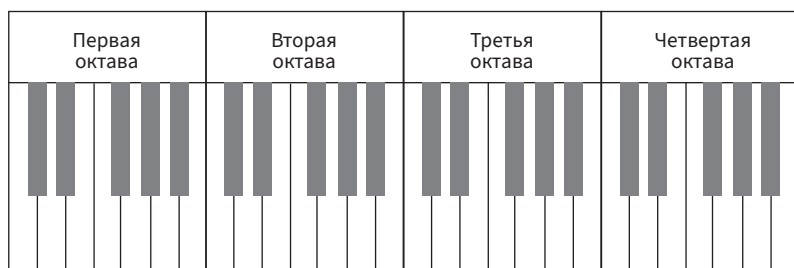
**Рис. 4.**  
Обычное общение



**Рис. 5.**  
Консультирование



Для описания ступеней влияния консультанта на клиента Дж. Бьюдженталь использует метафору фортепианной клавиатуры (рис. 6). Указывая клиенту, что ему делать, басовитый консультант (слева) увеличивает зависимость и инфантилизм клиента. Нежноголосый консультант (справа) приучает клиента научиться думать и действовать самостоятельно.



**Рис. 6.** Фортепианная клавиатура

## 1-я октава: требование

1. **Команды:** консультант отдает распоряжения, однозначно воздействующие на клиента. В них не должно быть ни единого намека на возможности дискутировать или жаловаться.
2. **Подстановка:** консультант использует авторитет, чтобы в целом или частично принять на себя ответственность. От ограниченной ответственности – сказать клиенту, чтобы он не настаивал на продолжении бессмысленных или опасных расспросов или действий, до всеобъемлющей – обязать клиента обратиться к психиатру, чтобы обезопасить себя или окружающих.

3. **Подкрепление или неодобрение:** консультант использует авторитет, ценностные суждения или другие сильные средства поддержки в защиту или против взглядов клиента, его действий, намерений и т. п.
4. **Вызов:** консультант вступает в конфронтацию с клиентом, высказывая взгляды, противоречащие взглядам клиента или опровергающие их. Материалом для конфронтации может служить то, что сам клиент говорил до этого; или такой материал привлекается из других источников.
5. **Одобрение:** консультант хвалит высказывания или действия клиента. Главное здесь — личностный характер высказывания консультанта.
6. **Настоятельная просьба:** для того чтобы побудить клиента сделать так, как указывает консультант, используются эмоциональные личностные призывы. Они могут быть дополнены объективными и рациональными материалами, типичными для указания.
7. **Узкие вопросы** имеют отчетливый элемент требования. Он становится более явным, когда вопрос задается резко и вне контекста; менее явным, когда он связан по содержанию с тем, что говорит клиент: «Я вижу, как это болезненно для вас, и я очень хотел бы знать, думали ли вы о том, как выйти из этой ситуации?»

## 2-я октава: инструктирование

1. **Указания:** дает клиенту рекомендации, назначения или информацию, которая призывает к некоторым действиям. Указания поддерживаются авторитетом роли консультанта и его профессиональной позиции.
2. **Неравноценные альтернативы:** у клиента есть разные возможности, но консультант показывает, что отдает предпочтение одной из них. Он может менять степень давления от намека до требования.

3. **Обучение:** консультант помогает клиенту освоить информацию, умения, понять новые перспективы или еще какой-то материал, который окажется полезным в дальнейшем. Это может быть прямая передача материала или в форме косвенного обучения.
4. **Разубеждение** может помочь клиенту, когда тот готов принять его. Оно особенно полезно, когда опирается на продемонстрированную клиентом силу.
5. **Поддержка:** консультант ясно выражает свое суждение по некоторому вопросу. Однако эта поддержка объективная и рациональная, а не личностная и эмоциональная.
6. **Рациональные советы:** консультант обращается к здравому смыслу, профессиональной информации или специальным знаниям клиента, чтобы усилить некоторые предложения или указания.
7. **Мягко сфокусированные вопросы** совпадают с высшей ступенью октавы руководства: «Расскажите мне, пожалуйста, о своем решении развестись».

### 3-я октава: руководство

1. **Предложение тем:** консультант предлагает тему, которую клиент, может быть, хочет обсудить, но может не согласиться или выбрать себе какую-нибудь другую задачу, если захочет.
2. **Общее структурирование:** этот тип структурирования определяет всю сессию или даже более длительную фазу работы.
3. **Равноценные альтернативы:** консультант приглашает рассмотреть открытые для клиента возможности, не выдвигая аргументы в пользу какой-либо из них.
4. **Непосредственное структурирование:** консультант предлагает способ использования текущего момента разговора.

5. **Фактическое информирование:** консультант дает клиенту информацию, которая имеет отношение к тому, что он сказал, но не говорит прямо о том, что клиент должен делать с этой информацией.
6. **Выбор части:** консультант выбирает из того, что говорит клиент, один из аспектов, требующий дальнейшей проработки.
7. **Открытые вопросы:** это вопросы, которые почти не ограничивают ответ клиента: «Как вы считаете, что мне важно понять о вас?», «Скажите, о чем вы думали с тех пор, как мы с вами разговаривали последний раз?»

#### 4-я октава: слушание

1. **Предложение расширить высказывание:** консультант обращается к тому, что клиент уже затронул в разговоре, и побуждает его больше сказать по этой теме или об этом чувстве.
2. **Отражение очевидного:** консультант понятными словами выражает чувства или отношения клиента, которые были видны в его поведении, но до этого момента лишь подразумевались, а не выражались явно.
3. **Побуждение говорить:** консультант дает общие подбадривающие комментарии, которые не ведут в каком-то определенном направлении, а побуждают клиента продолжать процесс: «Вы очень понятно излагаете свои мысли, продолжайте...»
4. **Подведение итога:** консультант сводит воедино несколько связанных положений из того, что рассказал клиент, и возвращает их ему, чтобы продемонстрировать понимание.
5. **Перефразирование:** консультант повторяет за клиентом его высказывания, иногда дословно. Это особенно полезно, когда клиента захлестывают эмоции.
6. **Наведение мостов:** это звуки, которые произносят, когда внимательно слушают, и которые мягко дают гово-