



Клиентоориентированные техники эффективного взаимодействия в психологической деятельности

(психологический практикум)

КАЗАНЬ, 2019

Министерство по делам молодежи Республики Татарстан

Государственное бюджетное учреждение «Республиканский центр молодежных,
инновационных и профилактических программ»

Белоусова М.В., Карпов А.М.

Клиентоориентированные техники эффективного взаимодействия в психологической деятельности

(психологический практикум)

Казань, 2019 г.

УДК
ББК

Рецензенты:

Герасимова В.В. – начальник отдела психологического сопровождения Министерства по делам молодежи Республики Татарстан, заместитель руководителя межведомственной рабочей группы по координации мероприятий Концепции по формированию и развитию системы психологической помощи населению в Республике Татарстан до 2022 года при Министерстве по делам молодежи Республики Татарстан, кандидат психологических наук;

Сагеева Е.Р. – начальник отдела сопровождения психологической деятельности Ресурсного центра по координации психологических служб РТ ГБУ «Республиканский центр молодежных, инновационных и профилактических программ», кандидат психологических наук.

Авторы-разработчики:

Белюсова Марина Владимировна, доцент кафедры психотерапии и наркологии Казанской государственной медицинской академии – филиала ФГБОУ ДПО РМАМП Минздрава России, кандидат медицинских наук;

Карпов Анатолий Михайлович, заведующий кафедрой психотерапии и наркологии Казанской государственной медицинской академии – филиала ФГБОУ ДПО РМАМП Минздрава России, доктор медицинских наук, профессор.

ISBN

Психологический практикум «Клиентоориентированные техники эффективного взаимодействия в психологической деятельности» разработан практикующими учеными психиатрами-психотерапевтами для психологов системы психологической помощи населению в Республике Татарстан.

Основанием для создания психологического практикума стала острая потребность психологов в эффективном инструментарии, позволяющем осуществлять персонифицированную психологическую деятельность, с учетом личностных особенностей клиентов, их запросов и ресурсов, использования современных диагностических алгоритмов и коррекционных техник. В психологическом практикуме раскрыты межпоколенные конфликты «отцов и детей», психотерапевтические приемы и техники позитивной психотерапии.

Пособие представляет интерес для психологов, оказывающих психологическую помощь населению на основе принципов системности, гуманизма и субъектности.

Рекомендовано к изданию решением Экспертно-консультативного совета при Антинаркотической комиссии в Республике Татарстан (протокол от 12.12.2019 № 1)

Психологический практикум издается за счет средств п. 5.6 подпрограммы №4 «Профилактика наркомании среди населения Республики Татарстан на 2014-2022 годы» государственной программы «Обеспечение общественного порядка и противодействия преступности в Республике Татарстан на 2014 – 2022 годы»

Содержание

Введение	4
Раздел 1. Теория поколений: ее применение в индивидуальном консультировании и в работе с семьей (Белоусова М.В.)	6
Поколение «Беби-бумеры»	9
Поколение X («Странники»)	10
Поколение Y («Миллениалы»)	12
Поколение Z (IGEN)	18
Список литературы	22
Раздел 2. Индивидуальное консультирование в аспекте биопсихосоциодуховной парадигмы человека и общества. (Карпов А.М.)	23
Психофизиологическая интерпретация состояния клиентов	24
Слагаемые работы консультанта	26
Вариант позитивного начала консультации	29
Определение концепции проблемы и ее коррекция	31
Саногенез – источник ресурсов и оптимизма	33
Биопсихосоциодуховная концепция человека	36
Материализация слов и мыслей клиента и консультанта	40
Список литературы	44
Заключение	45
Сведения об авторах	46

Введение

Термин «клиент-центрированное консультирование» (person-centred counseling) появился в 1950-х годах в связи с работами выдающегося американского психотерапевта, основоположника гуманистической психологии Карла Роджерса (1902 – 1987 гг.). Люди, считал он, по своей природе добры и свободны; и в каждом есть стремление совершать хорошие поступки и развивать свой потенциал, но для этого людям нужны особые – доверительные и принимающие – отношения с другими. Суть клиент-центрированной психотерапии: «Каждый из нас имеет в себе самом обширные ресурсы для понимания собственной сущности, для изменения собственной Я-концепции, установок, отношения к себе и поведения». Но для того, чтобы эти ресурсы лучше высвобождались, необходимо создать условия: безусловное позитивное отношение психотерапевта к клиенту, эмпатическое понимание им системы внутренних смыслов и переживаний клиента, конгруэнтность психотерапевта и хотя бы минимальная способность клиента воспринимать безусловное положительное отношение и эмпатическое понимание терапевта. Эти условия являются основой клиент-центрированной психотерапии.

Антропоцентрическая установка в эпоху цифровой медицины тоже стала меняться в сторону «клиент-центрированности». Современная медицина все больше приближается к четырехкомпонентной модели «4П». Ее основные компоненты:

- П1 (предикция) – выявление предрасположенности к развитию заболеваний;
- П2 (превентивность) – предотвращение появления заболеваний;
- П3 (персонализация) – индивидуальный подход к каждому пациенту;
- П4 (партисипативность) – мотивированное участие пациента в профилактике заболеваний.

Таким образом, запрос общества на персонализированную медицину, индивидуальное консультирование, рекомендации, адресованные конкретному человеку, являются требованием времени и заставляют пересмотреть и

актуализировать навыки работы с клиентом (пациентом) в контексте их клиент-центрированности.

Основной способ сохранить высокую результативность психологической деятельности в условиях интенсивной нагрузки и избежать профессионального выгорания – повышать профессиональную компетентность, адаптируя свои навыки и знания к новым вызовам современности и требованиям времени.

Условия консультирования в современных условиях требуют от специалиста, осуществляющего психологическую деятельность, следующих навыков:

- владение краткосрочными техниками коррекции и психологического воздействия;
- знание и применение диагностических алгоритмов и коррекционных техник;
- умение оперативно составлять план консультации, ориентируясь на запрос клиента, его актуальное состояние и выбранную терапевтическую задачу;
- организация беседы/структурированного интервью с использованием языкового (вербально-семантического) кода клиента (чтобы речь консультанта была понятна клиенту и содержала его речевые обороты и лингвистические «якоря»);
- умение работать в четко простроенном временном промежутке – многочасовые консультации в контексте решения конкретной проблемы клиента имеют спорную эффективность – максимальная вовлеченность клиента и его готовность к работе часто варьируют в пределах 45-50 минут.

Теория поколений: ее применение в индивидуальном консультировании и в работе с семьей

В 1991 году американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус создали теорию поколений («Generations»). В 2003 – 2004 гг. команда под руководством Евгении Шамис адаптировала теорию поколений для России.

Нейл Хоув и Вильям Штраус выделили 4 архетипа поколений («пророки», «странники», «герои» и «художники»), которые циклично сменяют друг друга. Согласно данной теории, каждые 20 – 25 лет рождается новое поколение людей, имеющих сходные черты характера, привычки и особенности.

Теория Хоува – Штрауса утверждает, что формирует и определяет поколение не только и не столько возраст составляющих его людей, сколько их жизненные ценности, а также основные исторические и экономические вехи переживаемой ими эпохи, которые и способствовали кристаллизации жизненных приоритетов. По мнению Жана Кондорсе (1743 – 1794), «поколение – это не только группа ровесников, это общность людей, имеющих сходный склад ума, объем положительных знаний и уровень нравственного совершенства».

Людей одного поколения роднят не только переживаемые его страной в данный момент события, кризисы, победы, достижения, влияющие на жизнь каждой семьи. Их объединяет и «идеология момента», находящая отражение в передовицах газет и новостных программах телевидения, в любимых кинофильмах и популярной музыке. У каждого поколения свои рекламные ролики, свои любимые анекдоты (и их герои) и цитаты из фильмов, свои песни и свои кумиры, своя мода и свой протест, свои книги и свои объекты для подражания («герои нашего времени»). И принадлежность к поколению, подчас, определяется тем, насколько хорошо мы знаем события и людей, его представляющих, его музыкальных исполнителей и киноактеров, шутки и мемы, кредо и героев.

Межпоколенные конфликты – конфликты «отцов и детей» – давно известны и хорошо описаны. Они имеются и в XXI веке, но несколько трансформировались, и острота их стала не столь значительной:

- конфликт мнений/взглядов в отношении ценностей и целей: представитель каждого поколения апеллирует к ценностям, сформированным в процессе жизни, считая их ультрасовременными, а потому – актуальными, насущными, соответствующими моменту («дети») или надежными, достоверными и проверенными опытом («отцы»);

- уход от формирования смыслообразующих ценностных установок в семье: на фоне десакрализации и снятия табу с обсуждения и демонстрирования ранее запретных тем (сексуальность, агрессия, смерть) многие родители посчитали себя освобожденными от сложных разговоров на важнейшие для становления личности ребенка темы (про смерть, любовь, смысл жизни). Дети все меньше спрашивают родителей «Зачем мы живем? Что будет после смерти? Откуда я взялся?», но это не значит, что им не нужны ответы. Они ищут их в интернете, и порой найденные ответы далеки от глубокого смысла вопроса, окрашены пошлостью, цинизмом, ложью и не отражают ценностей, принятых в семье;

- уход от родительской ответственности: перераспределение воспитательных функций (от родителей – к воспитателям, няням, репетиторам), делегирование их гаджетам и интернет-сообществам. В некоторых случаях – нежелание/неспособность родителей ограничивать негативную поведенческую активность детей, отказ от формирования у детей понимания границ дозволенного и социальных правил, попустительство и вседозволенность – как преимущественные воспитательные стратегии – на фоне «энергосберегающего» эмоционального состояния родителя, мечтающего пожить «для себя». Феномен ожидания помощи и одобрения от социума просто по факту становления родителем («мне все должны – я же мать»);

- стирание очевидных, «внешних» границ между возрастными периодами – неприятие собственного возраста и старения, желание быть ребенку/подростку не мамой, а подружкой, желание выглядеть как девушка своего сына, а не как его

мать. Активное следование моде, адресованной другому возрасту и другому поколению.

Цифровизация жизни, активное внедрение в пространство семьи техногенной составляющей сгладило ряд житейских противоречий между представителями различных поколений («каждый сидит в своем гаджете»), но и повлияло на семейную иерархию (внуки, обучая бабушку пользоваться смартфоном, чувствуют себя более «продвинутыми» и знающими, чем она, что отражается на восприятии ее авторитета и игнорировании ее запретов и ограничений).

Сейчас сложилась уникальная ситуация, когда в мире проживает поколение, помнящее «жизнь без гаджетов», и даже без телевизора, и формируется поколение, рожденное в «цифровом мире». Часто представители старшего поколения являются руководителями, учителями, наставниками молодежи «цифровой эры», и всем им надо находить «общий язык» и возможности для успешной коммуникации и понимания друг друга.

В настоящее время в нашей стране проживают и активно взаимодействуют между собой представители 4 поколений:

- «Беби-бумеры» – родившиеся с 1943 до 1963 гг.
- Поколение X («Странники») – родившиеся с 1963 до 1984 гг.
- Поколение Y («Миллениалы») – родившиеся с 1984 до 2004 гг.
- Поколение Z (IGEN) – родившиеся с 2004 и далее.

Рассмотрим подробнее характеристики представителей каждого поколения – они универсальны и содержат общие черты «поколения», которые могут варьировать, проявляясь в большей или меньшей степени у разных его представителей.

Эта информация поможет более продуктивно и быстро выстраивать эффективные коммуникации с клиентами разного возраста. Знания будут полезны специалисту – консультанту для того, чтобы быстро находить и применять для каждого клиента ключевые смысловые понятия, символы, значения, к которым следует апеллировать, как к жизненным ценностям, приоритетам, аксиомам. Их также следует учитывать при вербализации заключений и формулировании

рекомендаций для клиента с целью минимизации его психологического сопротивления и более позитивного восприятия и «принятия» их клиентом.

Поколение «Беби-бумеры»

Люди, родившиеся в период с 1943 до 1963 гг. Возраст: 57 – 75 лет.

Характерные особенности представителей этого поколения:

- ориентация на совместную продуктивную работу, коллективный труд, сплоченность и умение эффективно работать в команде – люди старательны в работе, стремятся сделать ее качественно, понимая, что их результат отразится на успехе общего дела, считают себя частью единого слаженного механизма, не стараясь стать «главным» в ущерб другим;
- их действия регламентированы правилами и указаниями, они законопослушны и предпочитают действовать «как должно»;
- они консервативны и отдают предпочтение тому, что знакомо, известно, общепринято;
- их отличает жизнелюбие, оптимизм, энергичность, активная жизненная позиция и желание «быть в форме»;
- им свойственно не замыкаться на собственных проблемах, переживаниях, делах – они охотно помогают другим, участвуют в общественной жизни, становятся волонтерами «по призванию», стремятся приносить пользу и находят в этом для себя удовольствие, радость и смысл;
- у них много сформированных и успешно реализуемых в жизни навыков, которые они адаптируют под меняющиеся условия жизни;
- они заботятся о собственном здоровье, стремятся к активному долголетию, интересуются оздоровлением и методами традиционной медицины, чтобы сохранять привычный образ жизни и независимость.

Для представителей данного поколения, в контексте проведения консультации, важно:

- подобрать и использовать убедительные аргументы о пользе метода, лекарства, технологии, не назначать что-то без разъяснений, не отсылать к интернету («там все прочтаете»);

- правильно выстраивать фразы: высказывания должны быть простые и понятные, речь – небыстрая, при необходимости – с повторами, разъяснения – доходчивые, без злоупотребления специфической терминологией, но и без утрированного упрощения;

- желательно при обсуждении диагностических результатов или методов коррекции использовать ссылки на общепризнанные авторитеты с мировым именем (врачи, педагоги, психологи, ученые), на уважаемых и заслуженных людей науки, чьи труды и результаты исследований доказали свою востребованность и актуальность, пройдя проверку временем;

- в процессе консультирования уместна и правильна апелляция к традиционным жизненным ценностям (забота о семье, о внуках, забота о здоровье родных, оказание и принятие помощи);

- важно проявление уважения к опыту и накопленной с годами мудрости, демонстрация искреннего внимания, заботы, утверждение непреходящей ценности человеческой жизни и достойного ее качества – как главной ценности гуманистического общества.

Поколение X («Странники»)

Люди, родившиеся в период с 1963 до 1984 гг. Возраст: 35 – 56 лет.

Характерные особенности представителей этого поколения:

- это дети вечно работающих и увлеченных работой родителей, выросшие «с болтающимся на шее ключом от квартиры», рано повзрослевшие и ставшие самостоятельными; они самодостаточны и надеются прежде всего на себя и на свои силы («если хочешь, чтобы что-то было сделано хорошо, сделай это сам»);

- это «одиночки», нацеленные на личный успех ценой упорной и ответственной работы, которой они готовы посвятить значительную часть своей жизни;

- они реалисты и прагматики, готовые платить за собственное удобство и скорость (вместо долгого ожидания в очереди в поликлинике они скорее прибегнут к платным услугам, чтобы сэкономить свое время);

- они придают большое значение полученному образованию, которое помогает им быть адаптивно гибкими и быстро приспосабливаться к вызовам времени;

- для этих людей важны стабильность и постоянство; они могут «начинать с нуля», они готовы к длительному карьерному росту, если видят желаемую цель и знают способ достичь ее ценой своих усилий;

- для них важно равноправие полов, отказ от прежней иерархии семейных ролей («муж – кормилец», «жена – домохозяйка, ответственная за быт»), это поколение, в котором появились успешные бизнес-леди, доказавшие, что в работе они в состоянии конкурировать с мужчинами; поколение, когда супруги стали «партнерами» – по работе (семейные фирмы), бизнесу и финансовым вопросам, адекватному распределению домашних обязанностей (их выполняет «по договоренности» тот, кто меньше занят, меньше устал, меньше работает, или специально нанятый человек и т.д.);

- представители этого поколения расценивают здоровье как высокую работоспособность и не позволяют себе «поболеть», «отлежаться», а при возникновении заболевания снимают проявления симптомов и гасят остроту ситуации (иногда за счет самолечения), не давая себе возможности отдохнуть, пройти полноценный курс терапии и последующей реабилитации.

Для представителей данного поколения, в контексте проведения консультации, важно:

- иметь возможность сделать собственный выбор на основании разъяснений специалиста, имеющихся сведений и собственного опыта. Они обращаются к консультанту за полноценной, емко изложенной ясным языком объективной информацией. Они принимают решения самостоятельно, опираясь на свои знания о мире, на собственное понимание проблемы, и для них неприемлем вариант категоричного требования соблюдать определенные предписания. Они должны

сами выбрать план действий, согласовав детали с консультантом. Поэтому правильной тактикой консультанта будет описание нескольких возможных вариантов выхода из сложившейся кризисной ситуации, с подробным анализом достоинств и недостатков каждого из них и последующим обсуждением оптимального решения;

- иметь возможность «впускать» нечто новое в свою жизнь, пробовать что-то ранее неизведанное, оригинальное, что-то менять;

- высокая потребность в безопасности, защите личного пространства, оберегании личностных границ (как реальных, так и виртуальных);

- ощущение своей миссии, понимание смысла происходящего и своей роли в нем, ощущение ценности и востребованности того, что делают;

- быть профессионалом во всем, достигая высот и признания в выбранной ими профессии.

В работе с ними необходимо продемонстрировать индивидуальный, «персонифицированный» подход, давать конкретные персональные рекомендации, соотносящиеся с их случаем, не использовать пространственные рассуждения («а, знаете, как у других бывает...»), говорить кратко, «без воды» и не настаивать на предлагаемом решении.

Поколение Y («Миллениалы»)

Люди, родившиеся в период с 1984 до 2004 гг. Возраст: 15 – 35 лет.

Характерные особенности представителей этого поколения:

- это поколение, в жизнь которого пришли цифровые технологии, поколение гаджетов и социальных сетей, это люди, органично взаимодействующие с цифровым миром, откликающиеся на его новшества и внедряющие их в свою жизнь;

- гаджеты открыли им доступ к большим объемам разнообразной информации, они получили возможность осваивать новые навыки, изучать иностранные языки, общаться в чатах «по интересам» с людьми из разных стран. Границы мира, границы личного пространства стали для них проницаемы,

что определило их высокую контактность, которая зачастую отличается «легковесностью» и беспечностью, им свойственен широкий круг знакомств «без обязательств» и быстро меняющиеся интересы, хобби, увлечения. Но на смену периода высокой внешней контактности приходит желание изоляции от «всевидящих глаз мира», поэтому миллениалы любят тайны и закрытые сообщества;

- родители (поколение X), вспоминая свое детство, внушили своим детям – «миллениалам» уверенность в их собственной ценности. Нередко они имеют завышенные ожидания и требования, которые зачастую еще не подкреплены реальными навыками и достижениями;

- они ориентированы на быстрое профессиональное развитие своих навыков, но не привязаны ни к профессии, ни к месту работы и могут серьезно поменять свою жизнь, выбрав иное, более интересное на данный момент направление для саморазвития;

- они трудно адаптируются к иерархии и четко простроенной субординации, необходимости соблюдать регламент, график работы, иные условности, которые не функциональны, а являются частью прежней традиции; они пытаются «прогнать под себя» изменчивый мир, меняя правила взаимодействия с ним; они деятельны, независимы и предлагают новые возможности для решения старых проблем;

- во время их детства происходила мощная трансформация жизненных ценностей их родителей: к 1991 году на фоне процессов системной дезинтеграции в экономике, политике, общественной жизни, социальной структуре СССР прекратил свое существование как государство. Рушился привычный образ жизни, исчезала стабильность и уверенность в завтрашнем дне, менялась страна, менялись правила жизни в социуме, вместо дружного труда и взаимопомощи появился и массово внедрился в сознание людей другой лозунг «Это твои проблемы». Миллениалы увидели, как морально-нравственные ценности прежнего поколения были заменены другими, порой совершенно противоположными по содержанию. Они научились работать «на достижение» быстрого результата, они

не строят долговременных планов, успешность в реализации которых зависела бы от ряда причин и условий, а не только от их волевых усилий, профессиональных навыков и усердия;

- для них важен свой комфорт и свое время, им близко кредо «жить здесь и сейчас – значит, жить в удовольствии», они стараются не откладывать «на потом» приятные моменты и милые сердцу подарки и умеют «вознаграждать» себя за работу;

- они склонны искать себя, заниматься саморазвитием, жить «для себя», оттягивая переход во взрослую жизнь, и не торопятся с принятием ответственности за себя, свою семью, своего ребенка;

- любят критиковать; склонны, не имея профильного образования, обсуждать «на равных» с профессионалами достоинства и недостатки в конкретных областях науки, искусства, медицины (так, например, прицельной критике подвергается работа сценаристов, операторов, политиков, журналистов, врачей), и о недостатках говорят охотнее, чем о достоинствах;

- «миллениалы» следят за мировыми тенденциями, знают бренды, для них важен имидж, надежность выбираемой марки и ее престижность;

- у представителей этого поколения, в силу критичного отношения к авторитетам, нет героев, но есть кумиры. И эти кумиры (чаще – кинематографические или игровые персонажи) привлекательны рядом признаков, свойственных социопатам.

Что отличает социопатов?

- ✓ они открыто заявляют и демонстрируют приоритетность собственных желаний над чувствами и потребностями окружающих;
- ✓ они игнорируют социальные устои и правила поведения (их девиз: «правила существуют, чтобы их нарушать»);
- ✓ они уверены во вседозволенности следования своим желаниям, не испытывают стыда, чувства вины, сожаления и угрызений совести, не осознают неправильности своих действий;

- ✓ их отличает отсутствие искреннего сопереживания и проявления чувств, они не способны строить длительные доверительные отношения и сохранять их;
- ✓ им свойственна высокая степень импульсивности, конфликтности, агрессивности, непредсказуемость и коварство;
- ✓ они обаятельны, умны, начитанны, оригинальны, прекрасно имитируют нужное чувство, вдохновенно врут и безупречно владеют манипулятивными техниками управления людьми, получая удовольствие от достижения поставленной цели.

Магнетизм и обаяние этих персонажей, их власть, высокий общественный статус и престиж провоцируют у молодежи желание взять на вооружение их принципы взаимодействия с миром, использовать манипуляции в достижении желаемого – в работе, семье, любви. Окружающие люди (в том числе – самые близкие) становятся ресурсом для тренировки, исчезает понимание ценности человеческой личности, приоритетным становится желание заставить «сделать по-моему» любой ценой. Поэтому психологу полезно поинтересоваться у клиента в процессе консультирования (например, в части интервьюирования, посвященной досугу, хобби) какие персонажи кинофильмов, компьютерных игр, книг произвели на него наиболее сильное впечатление (в последнее время), какие их личностные качества понравились, что хотелось бы перенять.

Для представителей данного поколения, в контексте проведения консультации, важно:

- эмоционально насыщенное, искреннее, оптимистичное взаимодействие с клиентом (при внутреннем четком удержании нейтральности), умение сохранять естественность и непосредственность в общении, не демонстрировать, не подчеркивать разницу в знаниях, статусе, осведомленности по данному вопросу;
- желателен уход от обсуждения идеальных условий, от избыточной теоретизации – они привыкли видеть жизнь «в реале», им важно знать, как в сходных ситуациях ведут себя такие же люди, как и они, какие предпринятые другими попытки решения схожей проблемы оказались успешными;

- они хотят услышать то, что можно сделать здесь и сейчас, «оставаясь при этом собой», то есть имеется запрос на персонализированные рекомендации с учетом личностных особенностей клиента и его желания сохранить «зону комфорта», привычные условия существования, имеющееся качество жизни;

- корректное, деликатное, но твердое пресечение дискутирования «на равных» по вопросам, относящимся к профессиональным компетенциям (например, прочитав несколько статей в интернете по синдрому гиперактивности у ребенка, мама считает себя экспертом по этому вопросу, оспаривая рекомендации и требуя назначения конкретных препаратов или исследований; но у нее отсутствует пласт системных медико-психолого-педагогических знаний по данной теме, что и отличает позицию родителя от позиции специалиста, у которого «за плечами» непрерывный многолетний профессиональный путь и значительно больший объем проанализированной междисциплинарной информации). Клиент вправе спрашивать об эффективности предлагаемой терапии, рассуждать об удобстве предложенных вариантов коррекции, об их применимости и возможности «встроить» их в свою жизнь. Но его позиция открытого сопротивления предлагаемым рекомендациям и игнорирования доказательной базы, клинически обоснованных исследований, авторитетного мнения ученых в сочетании с его желанием заставить консультанта «сделать по-моему» совершенно недопустима. Консультация превращается в игру, описанную Э.Берном: «Почему бы Вам...- «Да, но...» («помогите мне быстро и эффективно, но сделайте все по моим правилам»);

- многим людям данного поколения свойственно клиповое мышление – это приобретенное психическое новообразование, формирующееся вследствие меняющихся условий и ритма жизни. Клиповое мышление характеризует быстрота восприятия и обработки получаемых данных, приоритетность визуального восприятия в сочетании с трудностями усвоения однородной последовательной информации. Этот тип мышления существенно отличается от описанного Л.С.Выготским понятийного мышления, в основе которого – умение находить и выделять существенные признаки предметов и явлений, аналитически

обрабатывать информацию (что является не сиюминутным, а длительным и энергозатратным процессом). Клиповое мышление можно рассматривать как фильтр, как защиту от избыточного информационного потока, которая включается при необходимости усвоения и скоростной обработки большого объема данных. Клиповое мышление помогает запомнить «якоря», «маркеры» – опорные термины, слова, слоганы, вложенный смысл (без критичного к нему отношения), но оно не дает общего понимания проблемы, явления, ситуации, общей целостной картины происходящего, так как информация воспринимается отрывочно, «вне контекста», без сопоставления с накопленными ранее знаниями, без опоры на семантические причинно-следственные связи между событиями, явлениями, фактами. Человек с клиповым мышлением не осознает, не понимает этих связей, потому что привычный ему способ восприятия и обработки информации не позволяет им образовываться самопроизвольно. Это отражается на деятельности и поведении человека. Так, К.Роджерс считал, что поведение человека определяет полученный им опыт, а именно – субъективная интерпретация явлений;

- современные средства массовой информации активно используют аудио и видеоклипы, наполненные быстро меняющейся и, зачастую, не связанной по смыслу информацией. Клипы, содержащие яркие образы, громкую музыку, эмоциональную речь, рекламные вставки, – все это, становясь привычным атрибутом жизни, не требует системного анализа и осмысления, а вызывает только зрительную и слуховую реакцию, при этом контроль сознания над качеством поступающей информации снижается. В консультировании рационально использовать короткие упражнения, требующие краткосрочного удержания активного внимания, и обратить внимание клиента в рамках обсуждаемой проблемы на имеющиеся причинно-следственные связи – очевидные и неявные, которые он должным образом не прорабатывает и не анализирует;

- необходимо говорить с представителями этого поколения на их языке и использовать в работе гаджеты и популярное программное обеспечение (ведение

электронных дневников, прослушивание рекомендованных аудиофайлов с музыкой, книгами, медитативными техниками, использование видеозаписи тренингов, дыхательной гимнастики, комплексов упражнений и т.д.), то есть все имеющиеся технологии в помощь;

- помня их девиз «живем здесь и сейчас», планируем программы помощи, ориентируясь на достижение ощутимых краткосрочных целей. Если требуется длительное психологическое сопровождение, используем методы и технологии, направленные на конкретный, ощущаемый, осмысленный клиентом промежуточный результат, достижение которого инициирует очередной этап коррекции.

Поколение Z (IGEN)

Люди, родившиеся с 2004 и далее. Возраст – до 15 лет.

Данных, позволяющих составить объективную и полную характеристику людей этого поколения, еще недостаточно. Но некоторые отличительные особенности представителей поколения Z можно перечислить:

- реалии современной жизни заставляют родителей с целью обеспечения безопасности детей ограничивать их свободу, опекать их, сопровождая на занятия по школам и кружкам, лишая возможности самостоятельно гулять на улице и перемещаться по городу. Дети этого поколения привыкли к контролю, понимают его причину и не стремятся избавиться от него; это не «дети улицы», это «дети процессора»;

- их жизнь протекает online, они хорошо взаимодействуют с технологиями, осваивая их не по инструкции, а по наитию, и не мыслят мира без гаджетов. Это связано не только с ранним знакомством с гаджетами (на первом году жизни), и, соответственно, ранним и быстрым формированием зависимости от них, но и от активной имитации образа жизни родителей, погруженных в смартфоны и ноутбуки. С учетом экспансии гаджетов в дома и семьи, детство таких детей, как правило, безальтернативно техногенно, им трудно придумать для себя развлечение, занятие, времяпровождение вне контакта с гаджетом;

- частое и длительное (а порой и бесконтрольное) пребывание в интернете, «погружение» в компьютерные игры, многочасовое общение в чате с малознакомыми виртуальными собеседниками вызывает иллюзию стирания границ между реальной жизнью и виртуальным миром, с преобладанием «желательности» виртуальной жизни;

- им свойственно «растягивание детства» («неотения»), как периода накопления информации о мире;

- они не любят физический труд, занятия, требующие дополнительных усилий, нередко предпочитают совершать покупки, заказывать еду, учиться – через интернет;

- им свойственна быстрая адаптация к новым условиям, когнитивная гибкость;

- они не тяготеют к одиночеству, не стремятся активно поддерживать дружеские отношения, иметь стойкие привязанности; они ориентированы на краткосрочное целевое взаимодействие со сверстниками (могут объединиться для решения задачи, игры, прохождения квеста и, достигнув желаемого, снова разойтись);

- для них важно самовыражение, саморазвитие, поиск занятия, которое интересно «здесь и сейчас»; выбор ими профессии скорее соотносится не с ее востребованностью и престижностью, а в большей мере обусловлен интересом и желанием заниматься тем, что нравится;

- у представителей этого поколения агрессивные импульсы, будучи социально не поощряемыми, часто не реализуются в привычной форме (драки, потасовки), а трансформируются в тревогу и злость против себя самого, в угрозы и травлю обидчика в виртуальном пространстве. Зная, как бывают разрушительны и токсичны накапливаемые негативные эмоции, важно научить ребенка/подростка избавляться от них, «переплавляя» злость в азарт, который можно использовать в достижении поставленной цели в учебе, конкуренции, спорте, путешествиях, спорах и дискуссиях в интернете, а также применять иные способы работы с гневом.

Для представителей данного поколения, в контексте проведения консультации, важно:

- учитывая их нацеленность на краткосрочное усилие, сопровождающееся высокой результативностью, необходимо выстраивать беседу, четко отграниченную по времени, – она должна быть непродолжительной, целевой и содержать набор конкретных рекомендаций;

- высокая скорость обработки информации представителями данного поколения требует высокой активности и скорости в работе консультанта, в темпе проведения консультации, в ответах на вопросы;

- обладая клиповым мышлением, они формируют субъективные оценки происходящего, исходя из того, что видят, чувствуют, осознают в настоящий момент, полагаясь прежде всего на собственный опыт. Но велик риск ошибок из-за недоучета причинно-следственных связей, которые помогает обнаружить психолог;

- всю продолжительность консультации важно сохранять интерес клиента к происходящему и держать «на себе» внимание клиента, не позволяя ему переключаться на стимулы окружающего мира (в том числе на телефонные звонки, сообщения и т. д.);

- клиповое мышление отсеивает лишнюю информацию, концентрируясь на сути – при обсуждении рекомендаций нужна конкретика и изложение очевидных преимуществ той или иной стратегии;

- целесообразно активное использование современных методов телекоммуникации (например, видеочаты, дистанционное консультирование с применением таких программ, как Skype, WhatsApp, социальные сети);

- для представителей этого поколения важно мнение кумиров – блоггеров, друзей из социальных сетей и иных виртуальных сообществ, и это мнение порой воспринимается без должной критики, как единственно верное и не подлежащее сомнению. Поэтому необходимо иметь представление – где и с кем пребывает ребенок в интернете, на какие сайты он заходит, на какие рассылки подписан, в

каких сообществах состоит. Эта информация будет полезна и при проведении краткосрочной терапии, и при длительном психологическом сопровождении клиента.

Конечно, приведенные характеристики представителей 4 поколений условны, неспецифичны и не претендуют на точное воспроизведение определенного психотипа, свойственного всем людям данного поколения. Однако представленные общие закономерности коммуникации и поведенческие стратегии могут помочь выстроить быстрый продуктивный первичный контакт, в процессе которого зарождается и доверие к профессиональным и личностным качествам психолога, и мотивация к дальнейшей совместной работе, и комплаентность к предлагаемой коррекции.

«У вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление» (К. Шанель), поэтому первое впечатление от совместного взаимодействия с психологом так важно и значимо.

Список литературы:

1. Роджерс К.Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека/пер. с англ. М.М.Исениной; общ. ред. и предисл. Е.И.Исениной. – М.: Прогресс Универс, 1994. - 480 с.
2. Теория поколений: X, Y, Z – кто они <https://rulesplay.ru/articles/teoriya-pokoleniy-x-y-z-kto-oni>.
3. Михаил Бакунин ПОКОЛЕНИЕ Z <https://bakunin.com/pokolenie-z>.
4. Кирилл Ольгинский. X+Y+Z: как выстраивать коммуникации с разными поколениями <http://nb-forum.ru/useful/advice/x-z-y-pokolenia>.
5. Формула менеджмента. Практическое пособие начинающего руководителя/Тимур Дергунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. <http://psixologiya.org/socialnaya/menedzhmenta/2155-teoriya-pokolenij.html?start=4>.
6. <https://www.adme.ru/svoboda-psihologiya/chto-takoe-teoriya-pokolenij-i-k-kakomu-iz-pokolenij-otnosites-vy-1694865/>(дата запроса 16.05.2019).
7. Теория поколений: как в рекламе найти общий язык с любой аудиторией. Екатерина Одеркова <https://texterra.ru/blog/teoriya-pokoleniy-kak-v-reklame-nayti-obshchiy-yazyk-s-lyuboy-auditoriey.html> (дата запроса 16.05.2019).
8. <http://ekogradmoscow.ru/sreda/ekologija-detstva/sovremennye-podrostki-ne-derutsya-v-shkolakh-i-ne-interesuyutsya-seksom>.
9. <https://monocler.ru/klipovoe-myishlenie>.
10. Эл.ресурс: <https://www.km.ru/stil/2013/10/18/deti/723265-problema-ottsov-i-deti-gde-vykhod>.
11. Тарасенко Д.Н., Лекаца А.Н. Проблема «отцов» и «детей» в современном обществе//Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11-6. – С. 962-963; URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=9540> (дата обращения: 10.10.2019).

Раздел 2. Индивидуальное консультирование в аспекте биопсихосоциодуховной парадигмы человека и общества

Консультирование обладает огромным потенциалом для гармонизации личности клиента и консультанта. Оно предоставляет возможности создавать новые психологические, поведенческие, социальные и духовные конструкции, расширяющие пространство осознанного проживания.

Цель работы консультанта – помочь клиенту понять себя и окружающих, осознать свои проблемы, осуществить коррекцию концепций «болезни» и «лечения», узнать ресурсы организма и личности, науки и веры в себя, людей, Бога, обрести оптимизм, свободу, целенаправленность, мотивацию, энергию, вдохновение, устремленность к достижению счастья.

Метод консультирования – процесс взаимодействия – резонирования личностей (душ) консультанта и клиента наполнен тонким творчеством, похожим на литературное, архитектурное, скульптурное, живописное, ювелирное, театральное, научное, может доставлять удовольствие всем участникам консультирования.

Работа консультанта начинается задолго до обращения клиента, до личной встречи с ним. Психологу, психотерапевту, специалистам и руководителям, ведущим прием граждан, нужно представлять, для чего к нему обратится человек? С какими вопросами и запросами, чувствами и мыслями, побуждениями и сомнениями? Что он будет хотеть увидеть и услышать?

Естественно, что когда людям хорошо, консультанты им не нужны. Обращение к специалисту психологу или психотерапевту «созревает» достаточно долго. Когда люди оказываются в трудных жизненных ситуациях, когда они начинают осознавать, что:

- возникли угрозы и опасности их значимым интересам,
- жить «по-прежнему» они уже не могут, а «по-новому» не знают как;
- собственными силами не могут справиться с создавшимися проблемами;
- им не хватает знаний о психологии людей: Как их понимать? Чего от них ждать? Как можно на них воздействовать? Как им объяснить их иллюзии? Как

актуализировать сочувствие, ум и совесть? На что опереться? Какие ценности определить высшими? Как сохранить, но перестроить отношения? Как себя вести? и т.д.

Совокупность угрозы разрушения привычных психологических конструкций и отсутствия информации о том, как создать новые, – хорошо знакомая и изученная **матрица стресса**. Она очень часто встречается в практике консультирования, поэтому надо всегда быть готовым к диагностике стресса и знать принципы психологической, психотерапевтической помощи стрессированным клиентам.

Психофизиологическая интерпретация состояния клиентов

Стресс (адаптационный синдром или реакция напряжения) – универсальная, неспецифическая реакция организма и личности на повреждения и угрозы. Суть ее в деструктивности. В стрессовых ситуациях рушатся представления о жизни, людях, законах, правилах и нормах, а также ломаются планы на будущее. Возникает недоумение – когнитивный диссонанс – имевшиеся казавшиеся правильными системные, конструктивные знания о себе и людях оказались не истинными, не отражающими реальность. Человек неожиданно для себя оказывается перед фактом, что привычная, знакомая, правильная, предсказуемая жизнь закончилась. Все психологические, нравственные, материальные, бытовые, культурные, социальные, конструкции рассыпаются. Что делать? Как жить дальше? Не известно. Надо начинать новую жизнь на обломках прежней.

У стрессированных клиентов имеются в большей или меньшей степени хорошо узнаваемые проявления стресса:

- чувства страха и тревоги, обиды, возмущения, сомнения, пониженное настроение, нерешительность, амбивалентность,
- фиксация мыслей, чувств, представлений на проблеме, снижение актуальности других потребностей, интересов и планов, эмоциональное и субъективное восприятие ситуации;

- мотивация к поиску защиты, определению причин, виновных, способов разрешения проблемы.

У большинства клиентов состояние компенсированное, сохранен контроль над своими переживаниями и поведением, они соблюдают культурные, социальные и нравственные нормы. В помощи врачей они не нуждаются. Психофизиологическая интерпретация их состояния обнаруживает преобладание эмоций, мотиваций, представлений, то есть подкорковых и правополушарных функций.

Для улучшения их состояния нужно усилить корковые, левополушарные функции, к которым относятся актуальные для клиентов:

- управление, планирование, принятие решений, осознанный выбор;
- связь настоящего с будущим, прогнозирование последствий поступков;
- контроль над эмоциями и желаниями, импульсивностью;
- организованность, социальные знания, способность отличать друзей от врагов, ориентироваться в отношениях, выбирать партнеров.

Патофизиологические характеристики клиентов являются научным обоснованием задач и методик их консультирования. Клиентам нужно помочь:

- успокоиться, избавиться от тревожных опасений и страхов, почувствовать себя защищенными,

- устранить дефицит информации об опасности, то есть обрести знания об основных биологических, социальных, психологических и духовных человеческих потребностях, мотивирующих людей на поступки. Разобраться в том, какие потребности у клиента и его значимых близких актуальны и неконгруентны, создают конфликт интересов с учетом возрастных, гендерных, социальных, культуральных, информационных, идеологических и других факторов,

- локализовать проблему и определить задачу,
- проанализировать бессознательные психологические защиты всех участников конфликта и познакомить со способами их коррекции;

- проанализировать сознательные стратегии поведения (копинги) и обосновать желательность смены неадаптивных стратегий на адаптивные,
- восстановить конструктивность в переживаниях и поведении клиента, то есть создать образ привлекательного будущего самого себя и своего окружения, который станет главной, общей, смыслообразующей конструкцией для всех;
- объединить всех, вовлеченных в конфликт, для достижения общих целей, предложить каждому возможность раскрыть при этом свои способности и таланты.

Для успешного консультирования необходимы обширные системные знания, разнообразные навыки и большой личный профессиональный и жизненный опыт.

Слагаемые работы консультанта

Высокий профессиональный уровень консультирования нарабатывается годами работы. Он включает гармоничность и естественность самочувствия, речи и поведения консультанта, свободу творчества с использованием точных и емких слов и суждений, искренних чувств, резонирующих интонаций, ненавязчивой демонстрации единства с источниками спокойной мудрости, духовной силы, простоты и величия, доброты, оптимизма и уверенности в победе над страхами, страданиями, сомнениями и неизвестностью.

Личностной предпосылкой консультанта для раскрытия себя и клиентов является любовь к людям, отеческое (материнское) отношение к ним, безусловное принятие и искреннее желание помочь. В трудных, стрессовых ситуациях при наличии опасностей люди становятся как дети (у них подкорковые функции доминируют над корковыми), они ищут защитника и спасателя – мудрого и сильного человека, аналога отца или матери, и бессознательно переносят этот запрос на консультанта. В большей степени это свойственно больным, нуждающимся в заботе и помощи, что определило «семейные» названия должностей медработников – нянечка, медсестра, медбрат.

Консультанту для соответствия запросам клиентов нужна уверенность как в своих способностях и возможностях помогать обратившимся людям, так и в способностях мотивировать их на актуализацию и мобилизацию их ресурсов для развития личности, а также ресурсов близких людей и специалистов – носителей знаний, культуры и духовности.

Работа консультанта включает структурированное наблюдение, охватывающее выражение лица, глаз (глазодвигательные паттерны), позу, положение рук и ног, выбранную дистанцию, громкость голоса, темп речи, подбор слов, частоту и глубину дыхания, покраснение-побледнение лица, капелек пота, мышечных зажимов, двигательной скованности, суетливости, тремора; адекватности косметики, украшений, религиозных символов, цвета и формы одежды и других характеристик эмоционального, социального, духовного состояния человека.

Опыт работы способствует выработке каждым специалистом своего скоростного алгоритма обследования клиента, созданию умозрительного аналога магнитно-резонансного томографа, позволяющего консультанту резонировать с каждой характеристикой клиента, «сканировать» личность по разным параметрам и направлениям.

Например, наши коллеги психиатры и психотерапевты с первых секунд общения с пациентами делают «срезы»:

- функционального состояния всех психических функций: восприятия, эмоций, воли, внимания, мышления, интеллекта, памяти, сознания;
- всех вариантов этиологии психических расстройств – психогенных, эндогенных, экзогенных, органических (сосудистых, травматических, токсических, атрофических), конституциональных, личностных;
- уровня глубины и тяжести психического расстройства – непсихотического, психотического, дементного; острого или хронического;
- признаков социальной опасности, необходимости госпитализации и надзора;

- функциональной активности нейромедиаторных систем: дофамин, серотонин, адрен, ГАМК, холинергической и др.

Консультант с первого взгляда включает свой персональный, профессиональный внутримозговой «магнитно-резонансный томограф» и «компьютер» с алгоритмом системного исследования клиента для:

- многоканального сбора информации о клиенте – возраст, пол, род занятий, образование, социальное положение, семейный статус, работа, зарплата, жилье, любимые занятия, источники удовольствий, причины неприятностей, главные ценности, ресурсы, проблемы;

- сравнения всех установленных характеристик его личности с психологическими, социальными, культурными и моральными нормами его окружения, воспитания, образования, жизненного опыта; степень их конгруентности,

- определения гармоничности взаимодействия каждого из структурно-функциональных элементов психики, поведения и социального функционирования между собой и с теми конструкциями, частями которых они являются,

- определения соразмерности и гармоничности желаний и возможностей, притязаний и действий для их реализации, адекватности структуры и масштаба запросов с имеющимися ресурсами, границ своих собственных ресурсов и ресурсов других людей.

Консультант «просчитывает» клиента по многим осям, векторам, уровням, сферам, решает систему уравнений с множеством неизвестных, не пользуясь компьютером, помощью программиста, в условиях ограниченного времени консультирования.

Таким образом, работа консультанта требует фундаментального образования, развитого, четкого, быстрого мышления и времени. По мере накопления знаний и опыта совершенствуются алгоритмы мышления и интуиция, и работа становится более интересной, любимой и эффективной.

Вариант позитивного начала консультации

На первой встрече нужно присоединиться к клиенту, создать безопасное, комфортное пространство для раскрытия проблем и ресурсов личности. Первые вопросы обычные:

- Как Вас зовут?
- Сколько вам лет?
- Чем Вы занимаетесь? Учитесь или работаете?

А далее отходим от стандарта. Не спрашиваем о жалобах и проблемах, перенесем эту неприятную часть беседы на задний план, а сразу переведем клиента в пространство позитива и ресурсов.

- Скажите, что хорошего в Вашей жизни?
- Каких успехов Вы достигли?
- Какие Ваши способности и таланты Вы уже раскрыли?
- А какие таланты еще предстоит раскрыть?
- В каких сферах?

Часто говорят, что талантов нет никаких. Жизнь самая обычная, нет ничего интересного.

Возражаем: так не бывает. Все люди талантливы. Не все смогли себя раскрыть, но это поправимо.

Скажите, что Вы любите делать? Что доставляет Вам удовольствие? Что для Вас является главной ценностью? Эти неформальные вопросы интересны и комфортны для клиентов, признается их индивидуальность, право на удовольствия и духовные потребности. Для консультанта они диагностические и стратегические – определяют высшие ценности, приоритетные и актуальные потребности, их масштаб и иерархию.

Женщины часто говорят: «У меня есть семья, хорошие дети».

Поддерживаем ее, соглашаемся, что семья и дети – это действительно важнейшая ценность. В том, что дети хорошие, проявились и раскрылись, Ваши заслуги и способности – любить и трудиться.

Школьников спрашиваем о том, какие образовательные предметы им нравятся, чем они увлекаются, что делают с интересом и удовольствием, за что их хвалят? Какую профессию они выбрали? В какой сфере деятельности они себя чувствуют на своем месте? Что им нравится?

Вопросы о деятельности для клиентов более комфортны, чем прямые вопросы об их личности, и позволяют раскрывать личность, не нарушая ее границ.

В этих вопросах мы проявляем интерес и уважение к людям, признаем их достоинства, одобряем, повышаем их самооценку, раскрываем ресурсы, обозначаем биопсихосоциодуховную структуру личности и нормативную иерархию потребностей. На эти вопросы обычно охотно отвечают, увлекаются.

Нередко родители, присутствующие на консультации, расслабляются, избавляются от «комплексов» и тревожных опасений. Их концепции болезни ребенка корректируются. Предположения о наличии серьезного психического расстройства отвергаются. Оценка себя как хороших родителей становится более положительной, они чувствуют облегчение и удовлетворение консультацией.

В беседе с клиентом формируем позитивное впечатление о нем, отмечаем, какими ресурсами он обладает для достойной жизни: семьей, жильем, необходимыми материальными благами, наличием друзей, возможностями получать удовольствие от общения, прогулок, занятий спортом, музыкой, творчеством, а также возможностями получить образование, профессию, создать свою семью, осуществить свои мечты и т.д.

Высказываем свое мнение о том, что клиент является носителем ряда способностей, обладателем большого потенциала для успешной самореализации.

Резюмируем, что при имеющихся способностях, возможностях и условиях ему можно жить и радоваться. С положительными оценками ряда характеристик своей личности и ее потенциала люди соглашаются. Это улучшает их настроение, успокаивает, повышает доверие к себе и консультанту, готовность с ним общаться.

Достигнув этой позиции осторожно, с психотерапевтической анестезией, переходим к проблемам клиента. «У вас практически все есть, чтобы жить и радоваться, но чего-то не хватает. Давайте разберемся, каких составляющих Вам недостаточно для гармоничной жизни, и найдем способ их обретения».

Причины расстройств могут быть биологическими, например, переутомление, недосыпание, нарушения в работе организма, которые можно установить и поправить с помощью отдыха, диеты, физкультуры, закаливания, медицинской поддержки.

Причины могут быть психологическими, например, конфликтные отношения с близкими людьми. Их тоже можно выяснить, обсудить и поправить.

Часто нам не хватает каких-то знаний и навыков. Их тоже можно обрести.

Определение концепции проблемы и ее коррекция

На этом этапе беседы выясняем концепции проблемы и ее решения путем уточняющих вопросов, предположений, суждений, утверждений, определяем какие слова, поступки, ситуации «задели» клиента, пробили барьеры его адаптации, создали представление об угрозе его личным интересам, вызвали чувство страха, привлекли и зафиксировали внимание.

Все «минусы» нужно переформатировать в плюсы. Объясняем позитивное значение чувства страха. Оно неприятное, но полезное и необходимое для сохранения жизни. Жизнь – главная ценность для человека, поэтому, когда для нее возникают угрозы, возникает страх, который вынуждает человека определить и устранить опасности. Страх – надежный телохранитель, верный сторожевой пес. Его не надо бояться, а тем более подчиняться этому примитивному подкорковому чувству свои высшие корковые функции – интеллект, мышление и волю, всецело отдаваться, растворяться, становиться его рабом. Нет. Это всего лишь наш охранник. Его надо «услышать», сказать ему «спасибо за предупреждение», понять и спокойно, включив «мозг» (кору), проанализировать его содержание.

Чувство страха сопряжено с функциями мышления и памятью. Поскольку человек по определению разумный, то страх надо определить, объяснить, обосновать, наполнить мыслью и образом, смыслом и программой действий, то есть, создав концепцию опасности, надо создать концепцию ее устранения.

Проводим структурно-функционально-динамический анализ формирования дезадаптирующей проблемы, объясняем клиенту последовательную цепочку субъективных переживаний: страх – мысль – образ – память – ожидание повтора угрозы и ее расширения. То есть при генерализации чувства, недостаточном контроле над ним ему подчинились мышление и память, затем появились новые паттерны защитного поведения, новые составляющие социального функционирования. Объясняем клиенту, что в его системных, логичных представлениях об угрозе присутствуют реальные факты, но преобладают не они, а субъективные суждения и переживания. Они логичные, потому что он умный. Как умный человек, он должен осознать, согласится с консультантом в том, что психологическую конструкцию угрозы он создал сам.

Допустим, что реально был какой-то неприятный, неожиданный и непонятный факт. Его надо было проанализировать. Может быть, это была случайность, не имевшая к клиенту никакого отношения. Клиент его понял по-своему, свою версию не проверил. Получилось так, что положительные качества его личности – развитое воображение и мышление, хорошая память и ответственность – создали в его психике образ угрозы, которого он сам испугался и испортил себе жизнь. Поэтому конструкцию угрозы нужно демонтировать. Убрать страх, переключить внимание и мышление на полезные дела, добиться успехов. Угроза забудется, проблема исчезнет.

В результате консультации отмечаем достоинства личности, внешности, планов, даем рекомендации, как стать лучше.

Саногенез - источник ресурсов и оптимизма

Клиенту нужно дать доступ к источникам ресурсов и оптимизма, создать мотивации на достижение самодостаточности, предложить программу действий, удовлетворяющую его запросы и закрепляющую его личную ответственность за результаты, профилактирующую иждивенчество и потребительство в отношениях с консультантом.

Для решения этой задачи нами более 25 лет используется алгоритм саногенеза, разработанный на основе трудов академика Н.М.Амосова. Он последователен, логичен и убедителен, как 6-членная система уравнений с одним неизвестным, представлен в виде формулы:

$$\begin{array}{ccc} & \text{вещество} & \\ \text{Нагрузка} - \text{гормон} - \text{ген} - \text{фермент} < & & \\ & \text{процесс} & \end{array}$$

В формуле всего 6 основных узловых элементов, которые как звенья одной цепи связаны между собой и образуют кольцо, функционирующее по принципу обратной связи. Схема предельно упрощена до узловых моментов для облегчения изложения смысловых связей между звеньями.

Первым звеном определена «нагрузка». Это абстрагированное обозначение функционирования человека – любой вид деятельности, а также бездеятельность.

Нагрузки могут быть самыми разными:

- психическими — интеллектуальными, информационными, эмоциональными, образными;
- физическими — двигательными, мышечными, тепловыми, холодовыми, звуковыми, световыми;
- моральными — обязательствами, ответственностью, «давлением» на совесть и чувство долга;
- социальными — принуждением, контролем, надзором, ограничением свободы, отсутствием возможности уединения и т.д.

Обычно они сочетаются и действуют в комплексе.

Наиболее демонстративен пример с физическими нагрузками. Если человек, недовольный своим здоровьем и фигурой, начнет заниматься физкультурой с достаточно интенсивными нагрузками, то в его организме возрастет потребность в энергии, выносливости, физической силе. Активируются механизмы адаптации и саморегуляции. Появятся продукты обмена веществ, которые станут сигналами для эндокринных клеток, которые повысят продукцию **гормонов**, в частности, гормона роста, инсулина, глюкокортикостероидов, андрогенов и др., необходимых для решения возникших задач.

По алгоритму саногенеза гормоны активируют «востребованные» **гены**, от которых начнется синтез нужных ферментов. **Ферменты** осуществляют синтез **«веществ»**, в том числе структурных и ферментных белков, **что** проявится увеличением объема и силы мышц, укреплении связок и костей, а также активируются **процессы** повышения выносливости, работоспособности, скорости движений и т.д.

В чем огромный воспитательной, образовательный и мотивационный ресурс этой концепции?

Она интегрирует человека в природу и время, связывает с Творцом. Кто его придумал? Он был до человека, есть в организмах животных и растений. Он был всегда и всегда будет. Знаем мы о нем или не знаем, хотим или не хотим ему «подчиняться», он всегда себя проявляет, и никто не может его отменить. То есть это вечная истина, объективный закон, распространяющийся на всех без исключений – на клиента и консультанта.

Формула саногенеза универсальна – распространяется на все живое. «Нагрузки» общего космоса – смены дня и ночи, времен года, конкретизирующиеся в нагрузки светом и темнотой (электромагнитными волнами разной частоты, длины и амплитуды), теплом и холодом, – общие для растений, животных и людей и объединяют их на уровне синтеза аналогичных гормонов, активных генов, количества и активности ферментов.

Из этого факта вытекает ряд значимых рекомендаций.

Гражданам необходимо питаться сезонными продуктами местного производства, потому что в них биохимические процессы синхронизированы и гармонизированы с аналогичными процессами в организме человека.

Соблюдать естественные суточные ритмы. Ведь они всегда были и будут. В ночное время у всех живых организмов происходит настрой на снижение активности, отдых. Противодействовать отдельному человеку вечным космическим ритмам – это слишком дерзкий, неразумный и наказуемый вызов природе.

Формула саногенеза замкнутая, самодостаточная и саморегулируемая. В ней нет разрывов, посредников, начальников, нет места для рынка и обмана. Это пространство правды и чести.

Какую «нагрузку» дашь, такой «результат» и получишь. Если проявишь **свою** волю, ум, мышление, чувства, память, целеустремленность, потрудишься на достижение результата, то добьешься своей победы. Если будешь только говорить о проблеме, делать вид, что стараешься, перекладывать труд для ее решения на других людей или пытаться купить результат, то ничего не получишь. Обмануть можно только самого себя.

Клиенту нужно объяснить, что все слагаемые формулы успеха – это слагаемые алгоритма саногенеза и доступ к ним имеет только он – клиент. Потому что гены, гормоны, ферменты, вещества, из которых образуются органоиды клеток, клетки и органы, синтезируются в его организме, и «процессы» происходят также в клетках, тканях, органах и системах его организма. Никто кроме клиента не имеет к ним доступа. Ни консультант, ни учитель, ни руководитель, ни врач. Поэтому не надо ждать результата от кого-то. Надо себя «нагрузить» искренним желанием быть здоровым, умным, умелым, успешным, составить программу собственных действий и осуществить их.

Формула саногенеза дает свободу выбора своей мечты, целей, задач и способов их достижения. Она же возлагает ответственность за результат на клиента. Если результат слабый, значит, он недостаточно нагружал себя или выбрал не те нагрузки. Подбери другие, более адекватные.

Информирование о саногенезе приносит большую пользу нашим клиентам и пациентам. Они начинают ценить жизнь, как чудо, как Божий дар, осознавать себя обладателями огромного потенциала развиваться в выбранном направлении, управлять своим здоровьем, характером, умом и поведением. Это повышает самооценку и качество жизни, способствует формированию самодостаточности, гармоничности и успешности.

С 2008 года мы каждому клиенту и пациенту дарили книгу «Здравствуйте, если хотите», с 2014 года ее главу в виде брошюры «Алгоритм и инструменты управления здоровьем». В настоящее время даем электронные версии. Они имеются в интернете в свободном доступе.

Биопсихосоциодуховная концепция человека

Людям, обращающимся за психологической помощью к консультанту, нужно понять себя и других, разобраться, в чем сходство и различия между людьми. Какими они должны быть. Существуют ли критерии человеческой нормативности, которые можно применить для легитимного определения правоты конфликтующих. Есть какие-нибудь общие ценности, которые признаются всеми людьми, стремление к которым людей объединяет, организует в иерархическую структуру – семью, команду, коллектив, с естественной расстановкой каждого по своим местам, в соответствии с его потребностями и возможностями?

Эти личные вопросы возникают у человека разумного, живущего в социуме. На них нужны четкие ответы для определения нормативности своего поведения и поведения людей, с которыми имеются какие-то взаимоотношения. Это сфера государственной идеологии, которой по действующей конституции в Российской Федерации нет, но она должна появиться.

Используем самые известные и авторитетные определения человека. Мировые религии представляют человека как триединство тела, души и духа. Всемирная организация здравоохранения позиционирует те же 3 слагаемых здоровья человека: физическое, душевное (духовное) и социальное благополучие. Современная научная парадигма определена как биопсихосоциальная, то есть

признает аналогичное триединство человека. Эти слагаемые нужно не только признать, но и соединить между собой. Это можно сделать различным образом – как секторы в круге, как уровни в пирамиде (Маслоу) и др.

Мы полагаем, что названные составляющие в реальной жизни проявляются в том, что у человека имеется 3 вида потребностей – биологические, социальные и психологические (душевные и духовные), и добавляем способ их интеграции в форме матрешки или голограммы. Вводим принцип нормативной иерархии потребностей человека от биологических через социальные к психологическим и духовным. Рисунок № 1. Эта потребностно-иерархическая концепция человека придает конкретность, однозначность и жесткость для оценок нормальной конфигурации и направленности личности.

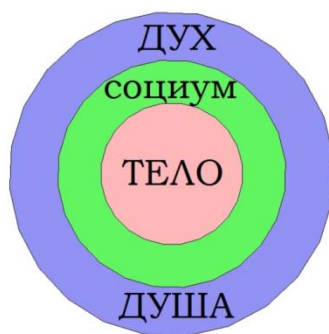


Рисунок № 1. Соотношение биологической, социальной и духовной составляющих в потребностно-иерархической биопсихосоциальной структуре человека

Биологические потребности предназначены для обеспечения целостности и гармоничности человека в границах организма. Это потребности в воздухе, воде, еде, тепле, одежде, жилье и др. Их масштаб ограничен запросами поддержания внутреннего физического и химического баланса (гомеостаза) и саногенеза. Они поддаются точному расчету по физиологическим нормам. Как недостаточное, так и избыточное потребление даже самых полезных продуктов причиняет не пользу, а вред здоровью.

Социальные потребности предназначены для обеспечения гармоничной интеграции человека в пространстве общества. К ним относятся потребности в наличии семьи, друзей, профессии, образования, работы, денег, средств, связи,

развлечений, профессиональном и социальном росте, признании и соблюдении гражданских прав и законов и др. Масштаб этих социальных потребностей соответствует среднему контуру в матрешке. Они естественным образом ограничены нижестоящими биологическими и вышестоящими духовными (нравственными) потребностями человека. Нарушение этого принципа приводит к разрушению соматического и психического здоровья, социальной и нравственной деградации.

Духовные потребности предназначены для интеграции в пространство человечности. За тысячи лет существования и развития люди осознали, что им необходимо ввести в отношения между собой нравственные понятия добра и зла, справедливости, совести, ответственности и др.

К духовным потребностям относятся справедливость, совесть, честь, долг, ответственность за детей, больных, стариков, прирученных животных, сохранение природы, патриотизм, почитание родителей, предков, веры, культуры, традиций, защита страны.

Духовность принимается добровольно. В биопсихосоциодуховной структуре человека духовные потребности образуют внешний контур, граничащий с Космосом, Вечностью. Поэтому Духовность, а не социальный и не финансовый статус, следует рассматривать как критерий для определения масштаба личности, целей и смыслов ее деятельности, стратегий и средств их достижения. Она оформляет всю структуру человека и общества.

Потребностно-иерархическая биопсихосоциодуховная концепция человека и общества с нормативным возрастанием масштабов потребностей от биологических через социальные к душевным и духовным нами используется для оценки нормативности человека и его поведения.

Представленная биопсихосоциодуховная структура человека и общества – это **доктрина современной идеологии**, наполняющей идеологический вакуум, перспективной для реформирования политики и экономики, разворота их на гуманизацию и развитие на принципах справедливости, совести, ответственности и любви.

Признаем, что в современную эпоху духовная составляющая жизни современников стала неактуальной, немодной, архаичной, вытеснена социальными, психологическими, имущественными, финансовыми интересами. У большинства клиентов нет запроса на обсуждение духовных проблем. Рыночные регуляторы психологической помощи мотивировали консультантов на использование новых высокотехнологичных, сложных и дорогостоящих методик, современных тестов и технических устройств. Духовные потребности у людей перекрылись материальными и социальными, но не исчезли из биопсихосоциодуховной структуры человека.

Их блокирование и неудовлетворенность часто являются причинами моральных травм и душевных страданий, побуждающих людей обращаться за психологической и психотерапевтической помощью. Поэтому духовные потребности, способы их удовлетворения с клиентами нужно обсуждать, признавать их как высшие ценности и возвращать в личное и социальное пространство.

Биопсихосоциодуховная концепция является инструментом для оценки нормативности соотношения духовных (ценностных, идеологических, гуманитарных), психологических, социальных и биологических составляющих в структуре поведения человека.

Исследователи, применявшие потребностно-иерархическую, биопсихосоциодуховную концепцию как инструмент для оценки адекватности и эффективности своих разработок, признавали, что она позволяла обеспечить конструктивность, комплексность, мультидисциплинарность, системность и последовательность на всех этапах выполнения работы – планирования, выполнения, анализа, обсуждения, формулирования выводов и рекомендаций.

Мы советуем клиентам и пациентам стремиться к гармоничному удовлетворению биологических, социальных, психологических и духовных потребностей с соблюдением вышеописанного иерархического принципа.

Материализация слов и мыслей клиента и консультанта

Профессиональная деятельность психологов, психотерапевтов, педагогов, воспитателей и многих других специалистов осуществляется с использованием речи, подбора и произношения слов, то есть является вербальной (от лат. *verbalis* – словесный). Слово – главный инструмент консультирования, воспитания и образования. Потенциал слова, его значимость для человека и общества, а также ответственность за цели и результаты использования словесных воздействий существенно возросли благодаря научным достижениям генетиков и физиков.

С 80-х годов XX века биологом П.П.Гаряевым начались исследования волновых свойств генома, в результате которых установлено, что последовательность нуклеотидов в ДНК является речеподобной, а генетический аппарат строит ДНК-фразы, методом корреляционной лазерной спектроскопии обнаружено, что ДНК способна к спонтанным возбуждениям, в результате которых образуются электромагнитные волны, распространяющиеся на большие расстояния без помех.

То есть информация, содержащаяся в ДНК, структурированная как слова, может распространяться неограниченно далеко и восприниматься людьми. Таким образом можно объяснить телепатию, передачу мыслей, образов и чувств между людьми. Позже было обнаружено, что на ДНК можно воздействовать человеческой речью. Под воздействием слов в ДНК возникали волны, которые обладали целебной силой. Они способствовали восстановлению разорванных радиацией цепочек ДНК в зернах пшеницы. Нежизнеспособные зерна проросли. То есть человеческие слова смогли оживить мертвую клетку.

Установление сопряженности слов и генов позволило сформировать новые представления о материальных механизмах консультирования, воспитания и обучения. Если частотно-волновые и смысловые характеристики слов консультанта совпадают с частотно-волновыми характеристиками генов клиента и смыслами его запросов и установок, то гены клиента активизируются, и в его организме кроме получения информации начинаются материальные процессы на уровне молекулярных, химических, физических реакций в клетках, органах,

системах и т.д., которые проявятся как улучшение психического состояния клиента. То есть консультирование, как и воспитание, обучение и лечение, материалистично.

Позже П.П.Гаряев раскрыл голографический тип памяти ДНК. Известно, что принцип голографичности является вселенским. Вселенная голографична, и каждый человек вписан в нее. Как маленькая матрешка в большую матрешку. Мир един. Все физические объекты, включая людей, голографичны по своей природе. Они содержат не только образ себя самих, но и образ целой Вселенной. [2]. Мир, человек, человечество созданы как единое целое. Голограмму расчленишь невозможно. Это дает основания надеяться на то, что политики и «цифровизаторы» не смогут переформатировать человека и человечество. ДНК структурирована как слова, имеющие смысловое и образное содержание, а не как голые, пустые цифры.

Голографическую модель человеческого мозга и функционирования психики разработали нейро-психофизиологи, психолог К.Прибрам, физиолог К.С.Лешли, А.Корнеев и др. Высшей формой голографической памяти биосистем является память головного мозга человека.

Голографичность мира проявляется в символах, амулетах, архетипах, народных традициях и обрядах. Признается влияние имени человека на его характер и судьбу [3]. Нередко люди на собственном опыте соглашаются с правильностью суждения «Как корабль назовешь, так он и поплывет».

Словесные воздействия материализуются не только на уровне генома, но и на уровне воды. В организме человека вода составляет 65-70% его массы. Мозг человека на 85% состоит из воды. Поэтому словесные воздействия и их результаты реализуются через изменения свойств воды.

Структура воды намного важнее, чем химический состав, который как был, так и остается H_2O . Структура воды – это порядок организации ее молекул. Молекулы объединяются в группы, эти группы называются кластерами, которые подразделяются на 5 форматов из 5, 57, 912, 22 800 и 526 224 молекулы, входящие друг в друга как матрешки.

С.В.Зениным в 2003 году была защищена докторская диссертация по биологии на тему памяти воды. Он доказал, что у воды есть память. Она запоминает и запечатлевает любое воздействие, которое происходит в окружающем пространстве. Кластеры являются своеобразными ячейками памяти, в которые вода записывает все, что видит и слышит. С.В.Зенин привлек к работе экстрасенсов, народных целителей и выяснил, что они способны силой своей мысли сильно менять электропроводность воды. В результате воздействия на воду мощного целителя в ней погибали и растворялись инфузории. Результаты этих экспериментов показывают, что речевые и мыслительные воздействия материализуются через свойства воды. Мат и сквернословие, грубость и агрессия в речи материализуются и разрушают здоровье тех, кто говорит, и тех, кто слушает.

Эксперименты профессора Короткова К.Г подтвердили способность воды передавать информацию. Группе людей предложили смотреть на колбу с водой и думать о приятном: о любви, добре, нежности и т. п. В результате структура воды улучшалась, ее кристаллы были красивы и гармоничны. После колбу поменяли и предложили, глядя на колбу, думать о чем-то плохом: вспоминать старые обиды, ссоры. Структура воды ухудшалась – кристаллы имели неправильную форму или совсем отличались бесформенностью и разорванностью.

О влиянии на воду слов, мыслей и чувств людей, а также музыки и текстов в 21 веке писал японский доктор Масару Эмото, президент Токийского института общих проблем. Он показал на красивых фотографиях, как под влиянием этих информационно-волновых воздействий изменяется структура воды (зафиксированная быстрым замораживанием), что является механизмом ее памяти, сохранения и передачи информации через воду. М.Эмото не был профессиональным исследователем и не доказывал своих положений.

Знания о материализации словесных воздействий открывают огромные перспективы для совершенствования человека и человечества. Клиенту нужно объяснить, что его мысли и слова о себе и других людях материализуются. Если себя представлять несчастным, старым, больным и бедным, то такие «нагрузки»

по алгоритму саногенеза активируют соответствующие гены, ускорят старение и поспособствуют появлению соматических заболеваний. И, наоборот, если себя представлять молодым, здоровым, умным и успешным, то эти желанные качества станут реальными и очевидными. Поэтому нужно стремиться к позитивному мышлению. О себе и людях думать и говорить, отмечая достоинства, успехи, здоровье, доброту, ум, красоту и другие положительные качества. Этому нужно научиться самому и научить клиентов.

Следует отметить прикладное значение знаний о материализации информационных воздействий на людей для их мотивации на самозащиту в ситуации информационно-психологической войны. Свобода слова позволяет нашим стратегическим противникам беспрепятственно оказывать целенаправленное деструктивное влияние на психику и поведение людей, запрещать русский язык в Прибалтике и Украине, навязывать ложные ценности, саморазрушительный образ жизни через СМИ, интернет, шоу-бизнес, рекламу, специальную литературу.

Цензуры нет. Нужно воспитывать личную ответственность и бдительность каждого человека за последствия сказанных и услышанных слов. Мотивировать на позитивное мышление, на добровольный отказ от сквернословия, на использование великого потенциала слова для личного и общего блага.

С учетом неготовности клиентов к обсуждению вопросов духовности не следует с этим торопиться, чтобы не фрустрировать и не разочаровывать их. В подготовительных беседах подвести их к собственному умозаключению об актуальности духовных составляющих в жизни, необходимости их признания и включения в свою жизнь и жизнь значимого социального окружения.

Работа консультанта очень востребована, полезна и интересна. Она мотивирует к совершенствованию профессионального мастерства, накоплению жизненного опыта, знаний, инструментов и методик диагностики и коррекции психологических проблем, определению конструктивных элементов и характеристик личности, организма, социума, идеологии, психофизиологии,

психопатологии, психотерапии, социологии и умению создавать из этих элементов конструкции.

Список литературы

1. Гаряев П.П. «Лингвистико-Волновой геном. Теория и практика». Монография. Издательство: Киев, Институт Квантовой Генетики. 2009 г., 218с.
2. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы».
3. Зенин С. В. Структурированное состояние воды как основа управления поведением и безопасностью живых систем. Диссертация. Доктора биологических наук. Государственный научный Центр «Институт медико-биологических проблем» (ГНЦ «ИМБП»). Защищена 1999. 05. 27. УДК 577.32:57.089.001.66.207 с.
4. Карпов А. М. Здравствуйте, если хотите /А.М.Карпов. – Казань, 2008. - 224 с.
5. Коротков К. Г. Загадки живого свечения. СПб. Издательство «Весь». 2003. 157 с.
6. Лазарус Р. Теория стресса и психофизиологические исследования// Эмоциональный стресс - Л.Медицина, 1970.- с. 178-208.
7. Масару Эмото. Послания воды: Тайные коды кристаллов льда. Перев. с англ. Издательский дом «София», 2005. - 96 с, ил.
8. Незнанов Н.Г., Акименко М.А., Коцюбинский А.П. Школа В.М. Бехтерева: от психоневрологии к биопсихосоциальной парадигме/ Н.Г.Незнанов, М.А.Акименко, А.П.Коцюбинский. - СПб: ВВМ, 2007. – 248 с.
9. «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года N 683
10. Юнг К. Г. Психология бессознательного. - М.: Когито-Центр, 2010. – 352с.
11. Юнг К. Г. Архетип и символ. - Москва, 1991. – 304с.

Заключение

В психологическом практикуме раскрыты:

- целевые, смысловые, содержательные, методические особенности клиент-центрированной психотерапии, приемы и условия высвобождения ресурсов личности клиента, достижения эмпатии, комплайнса, безусловного позитивного отношения психотерапевта к клиенту;
- основные положения теории поколений, характеристики представителей четырех поколений наших современников: родившиеся с 1943 до 1963 гг., с 1963 до 1984 гг., с 1984 до 2004 гг., с 2004 и далее; причины и содержательные составляющие межпоколенных конфликтов, их варианты, подходы психотерапевтической коррекции;
- алгоритм профессионального консультирования: цели, этапы, структура, содержание, форма, инструментарий, паттерны мышления, присоединения, контроля, мотивирования, формирования позитивных установок и др.;
- алгоритм саногенеза (адаптации) как биологическая основа для формирования оптимизма, повышения самооценки, мотиваций на собственные усилия для раскрытия ресурсов организма и личности клиента;
- биопсихосоциальная научная парадигма, потребностно-иерархический принцип возрастания потребностей человека от биологических через социальные к психологическим и духовным, как критерий нормативности личности.
- современные представления волновой генетики о прямом воздействии слов, мыслей, образов на гены человека, их активацию в форме биохимических реакций, обеспечивающих материализацию слов и мыслей;
- принципы позитивной трактовки трудных жизненных ситуаций как испытаний, «посланных» для совершенствования, для определения своих высших ценностей, целей, задач, способов их решения, обретения знаний и навыков быть человеком.

Использование психологического практикума поможет консультантам повысить самооценку, уверенность в своих профессиональных возможностях

оказывать психологическую, информационную и методическую помощь клиентам в трудных жизненных ситуациях, превращать «минусы» в «плюсы».

Сведения об авторах

Белоусова Марина Владимировна – кандидат медицинских наук, доцент кафедры психотерапии и наркологии КГМА – филиала ФГБОУ ДПО РМАНПО Минздрава России. Автор 227 печатных работ, в том числе; 6 монографий, 5 практических руководств для врачей, 57 учебно-методических пособий, 36 статей в журналах, рекомендованных ВАК.

Карпов Анатолий Михайлович – доктор медицинских наук, профессор, зав. кафедрой психотерапии и наркологии Казанской государственной медицинской академии – филиала ФГБОУ ДПО РМАНПО Минздрава России, заслуженный врач Республики Татарстан, академик Международной академии психологических наук, академик, вице-президент Международной академии трезвости. Является автором 415 научных работ, в том числе 4 изобретений, 8 монографий, 320 статей, 2 руководств, 63 учебно-методических пособий, членом редакционных советов 7 научных журналов.

Дополнил содержание биопсихосоциальной концепции экстраполяцией на нее одноименных потребностей человека и оформлением их в жесткую потребностно-иерархическую конструкцию (матрешки или голограммы) с нормативным возрастанием масштабов потребностей от биологических через социальные и психологические к духовным. В таком формате она стала инструментом для оценки нормативности соотношения духовных (ценностных, идеологических, гуманитарных), психологических, социальных и биологических составляющих в структуре здоровья человека и общества, а также адекватности применяемых на него лечебных воздействий.

