

ДОН КЛИФФОРД

доктор медицинских наук,
диетолог-нутрициолог

ЛАУРА КЕРТИС

диетолог,
мотивационный тренер

МОТИВАЦИОННОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

В ОБЛАСТИ
ПИТАНИЯ
И ФИТНЕСА

КАК ПОМОЧЬ
ЧЕЛОВЕКУ
РЕШИТЬСЯ
НА КАЧЕСТВЕННЫЕ
ИЗМЕНЕНИЯ
ОБРАЗА ЖИЗНИ



БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО

**Дон Клиффорд
Лаура Кертис
Мотивационное
консультирование в
области питания и фитнеса.
Как помочь человеку
решиться на качественные
изменения образа жизни
Серия «Профессия психотерапевт.
Мировые бестселлеры»**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69214273

Мотивационное консультирование в области питания и фитнеса: как помочь человеку решиться на качественные изменения образа жизни / Дон Клиффорд, Лаура Кертис ; [перевод с английского Е. Цветковой].:

Эксмо; Москва; 2023

ISBN 978-5-04-186728-7

Аннотация

Желание лучше выглядеть или даже медицинская необходимость корректировки питания не всегда может стать серьезным основанием взять себя в руки. Ведь сформированные годами привычки сложно побороть, а порой их сложно даже заметить.

Дон Клиффорд, доктор медицинских наук, диетолог-нутрициолог, и Лаура Кертис, мотивационный тренер и диетолог, обнаружили эффективность использования метода мотивационного консультирования (МК) в области питания и фитнеса: МК помогает клиентам справиться с инертностью, эмоциональными барьерами и сомнениями в пути к здоровому образу жизни.

Составленные специалистами сценарии МК иллюстрируют, как сделать продуктивным разговор о составлении рациона, несбалансированном питании, занятиях спортом, восприятии тела и других волнующих вопросов. Авторы соблюдают веснейтральный подход, основанный на парадигме «Здоровье в любом размере», поддерживающую концепцию осознанного питания и формирования позитивного отношения к спорту и фитнесу.

В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Об авторах	7
От редакторов	9
Введение	12
Основы мотивационного консультирования	15
Немного о книге	18
Часть I	25
Глава 1	25
Этапы изменений	27
Амбивалентность 101	32
Как звучит амбивалентность: сердцевина МК	35
Корни амбивалентности	37
Скрытая амбивалентность: когда клиент хочет «волшебную таблетку»	40
Представляем альтернативный подход быстрым диетам	44
От амбивалентности к действию: ключевая роль консультанта	50
Как укротить исправительный рефлекс	51
Помещаем клиента на место водителя	55
Конец ознакомительного фрагмента.	56

**Дон Клиффорд,
Лаура Кертис
Мотивационное
консультирование в
области питания и
фитнеса: как помочь
человеку решиться
на качественные
изменения образа жизни**



Dawn Clifford, PhD and Laura Curtis, MS

**MOTIVATIONAL INTERVIEWING
IN NUTRITION AND FITNESS**

Copyright © 2016 The Guilford Press
A Division of Guilford Publications, Inc.



БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО

© Евгения Цветкова, перевод на русский язык, 2023

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Об авторах

Дон Клиффорд, доктор наук, доцент, директор Методолого-дидактической программы по диетологии на кафедре питания и пищевых наук Калифорнийского государственного университета в Чико. Кроме того, она стала соучредителем и в настоящее время является директором FitU, программы наставничества по вопросам питания и физической культуры в кампусе университета. Обладатель награды «Выдающийся преподаватель в области диетологии» от Академии питания и диетологии д-р Клиффорд проводит большую исследовательскую работу, часто выступает с лекциями на тему мотивационного консультирования и бездиетного подхода к здоровью и хорошему самочувствию. Она опубликовала несколько научных статей в журнале *Nutrition Education and Behavior*, а также написала ряд учебных программ для *Today's Dietitian* и *Nutrition Dimensions*. Она является членом Ассоциации преподавателей по мотивационному консультированию (MINT).

Лаура Кертис, магистр наук, директор службы питания в Медицинском центре Гленна в Уиллоусе, Калифорния, где непосредственно отвечает за клиническое питание пациентов, находящихся в отделении интенсивной терапии, и, кроме того, ведет прием как диетолог в амбулаторной клинике.

Также она является наставником студентов-диетологов и ведет курс в Калифорнийском государственном университете в Чико. Обладая обширным опытом по проведению мотивационных консультаций, Лаура Кертис преподает свои знания как на уровне бакалавриата, так и на уровне магистратуры. Как диетолог она консультирует пациентов с такими заболеваниями, как диабет, болезни сердца и нарушение пищевого поведения, а также тех, кто рассматривает возможность бариатрической операции. В своих консультациях она сочетает мотивационное консультирование с бездиетными принципами интуитивного питания, исповедуя принцип «Здоровье при любом размере».

От редакторов

Нередко, когда практикующий врач пытается «заставить пациента» изменить свой подход к правильному питанию и физическим упражнениям, ему приходится нелегко. И в этом случае он нередко направляет пациента на консультацию к специалисту по изменению поведения, лелея в голове определенные ожидания по данному поводу. Специалист, испытывая в связи с этим определенное давление, чувствует необходимость давать советы, поскольку клиент по всем признакам явно нуждается в изменении образа жизни.

Мотивационное консультирование (МК) было разработано с целью усовершенствования диалога с пациентом о необходимости изменения его поведения. Первые разработки появились более 30 лет назад в области лечения зависимостей и затем совершенствовались, постепенно расширяясь на другие области. Данная книга является хорошей иллюстрацией такого расширения, поскольку многие проблемы, причины которых коренятся в других областях, находят свое проявление в вопросах питания и физической активности: мы не можем заставить людей измениться, только они сами могут это сделать; нежелание меняться – весьма распространенное явление; и сами изменения часто не так просты, как нам бы хотелось.

Авторы на протяжении всей книги разбирают и иллюстри-

руют то, как консультанты могут корректировать свой стиль и методы для достижения результатов, которые удовлетворили бы всех участников терапии. В рамках мотивационного консультирования набившие оскомину разговоры о диете и физических упражнениях превращаются в нечто уникальное для каждого пациента, одновременно позволяя консультанту или терапевту-практику совершенствовать свои навыки по мере того, как раскрываются мотивы, которые движут клиентом.

Некоторые средства, необходимые для успешного использования МК, могут показаться довольно радикальными. Например, нужно рассматривать клиентов как людей с сильными сторонами, а не просто как пациентов со списком патологий. Эмпатическое слушание и ориентированность на личность человека являются ключевыми факторами не только при поддержании диалога: они служат для мягкого направления разговора в сторону изменений, позволяют внимательно отслеживать язык изменений, которые происходят в клиенте.

В каком-то смысле эта книга является приглашением к переменам для самих консультантов и практикующих врачей – к изменению алгоритмов привычных консультаций по вопросам питания и фитнеса. Использование МК уберет лишнее напряжение и стресс, поскольку здесь вам не нужно додумывать ответы самостоятельно – их вам даст клиент. С другой стороны, умение слушать и забота, поставленные на

службу изменений, потребуют терпения, заинтересованности и вдумчивости. Книга в полной мере несет в себе данные качества, и мы с распростертыми объятиями приветствуем ее в серии, посвященной применению МК.

Стивен Роллик, доктор наук,

Уильям Р. Миллер, доктор наук,

Тереза Б. Мойерс, доктор наук

Введение

Наверняка вы не раз смотрели по телевизору фигурное катание и поражались тому, насколько легко и грациозно скользят по льду фигуристы. Кажется, что все вращения и прыжки даются им так непринужденно. Это выглядит просто. Но любой, кто когда-либо выходил на лед, знает, что фигурное катание – это многолетние тренировки и нелегкий труд. Один неверный шаг по этой гладкой, скользкой поверхности, и вы упадете. Все намного сложнее, чем кажется.

Эту аналогию можно распространить и на консультирование в области питания и фитнеса. Насколько это может быть сложно? Кто бы не хотел изменить и улучшить свой режим питания и физической активности? Возможно, и вы сами внесли некоторые изменения в эту область своей жизни и очень гордитесь своими достижениями. Возможно, вы являетесь поклонником здорового питания и активного образа жизни. Однако приверженность здоровому образу жизни не делает вас автоматически экспертом, способным консультировать других, чтобы они следовали вашему примеру.

Благодаря доблестным усилиям общественных популяризаторов здоровья, медицинских работников и даже учителей физкультуры мы все теперь знаем, как важно поддерживать свое телесное здоровье. Мы также знаем, что это не так легко и что, несмотря на твердое убеждение в необходимости

здорового питания и занятий спортом, наша мотивация следовать этому напоминает американские горки. Однажды вы можете проснуться, воодушевленные своим намерением начать употреблять больше фруктов и овощей. Вы устремляетесь в магазин, покупаете всего полезного, приносите домой и весь день добавляете овощи и фрукты во все свои блюда и перекусы. На следующий день вас захватывает суета дел, вам некогда добраться до продуктового магазина, поэтому в конечном итоге вы съедаете маффин с шоколадной крошкой из вендингового автомата рядом с офисом.

Клиенты часто неоднозначно относятся к переменам. Как говорит нам об этом определение амбивалентных состояний, клиенты часто испытывают «одновременные противоречивые реакции, отношения или чувства» по поводу изменений, касающихся питания и физических упражнений (www.merriam-webster.com). Молодая работающая мать хочет быть здоровой и подтянутой, чтобы не отставать от своих детей и принимать активное участие в их жизни долгие годы. Однако, когда ей приходится оставлять своих детей вечером, чтобы пойти в спортзал, она чувствует, что это отнимает у них качественное семейное время.

Как специалист по питанию или фитнесу может помочь мотивировать эту молодую мать включить регулярную физическую активность в ее напряженную и загруженную делами жизнь? Выдать ей список причин, по которым она должна оставаться верной своему распорядку походов в спорт-

зал? Предупредить ее о негативных последствиях для здоровья, если она не будет этого делать? Такой *директивный* стиль консультирования обычно приводит к обратным результатам, снижая вероятность долгосрочных изменений.

На мотивацию клиента может сильно влиять стиль общения специалиста. Представьте, что вы – тот самый работающий родитель, описанный выше, который неоднозначно относится к регулярным упражнениям. Как бы вы хотели, чтобы ваш консультант подошел к этой теме? Выберите консультанта А или В из примеров ниже:

- Консультант А говорит вам, что делать, а затем рассказывает вам обо всех ужасных вещах, которые могут случиться с вами, если вы этого не сделаете.

Или:

- Консультант Б выслушивает ваши сомнения и пожелания, отвечает на ваши вопросы, не осуждает, проявляет уважение.

Рискну предположить, что вы предпочли бы работать с консультантом Б. Как личностям, нам нравится самим принимать решения о своем здоровье, а когда нас слышат и учитывают наши чувства, мы чувствуем, что нас уважают.

Основы мотивационного консультирования

Мотивационное консультирование (МК) – это «совместный, ориентированный на достижение стиль коммуникации с особым вниманием к языку изменений. Оно предназначено для усиления личной мотивации и готовности к достижению конкретной цели путем выявления и изучения собственных причин человека для изменения в атмосфере принятия и сопереживания» (Miller & Rollnick, 2013. С. 29). Уильям Миллер и Стивен Роллник разработали МК и опубликовали свою первую книгу в 1992 году. Хотя этот стиль консультирования, ориентированный на клиента, эволюционировал в течение нескольких последних десятилетий, их третье издание продолжает пропагандировать МК как стиль эмпатического слушания, который помогает клиентам убедиться в том, что им необходимо изменение.

Основная цель МК – повысить заинтересованность клиента в позитивных изменениях путем пробуждения его интереса к новому поведению и подкрепления незаинтересованности в сохранении статус-кво. В МК используются методы консультирования, побуждающие клиентов исследовать и преодолевать собственную амбивалентность. Кроме того, консультант помогает клиенту увидеть, насколько изменение поведения соответствует его намеченным целям и цен-

ностям. И самое главное – консультант МК питает надежду и уверенность клиента.

Клиенты обычно знают, что им следует делать в отношении питания и физической активности, но есть много причин, по которым они этого не делают. Консультанты, работающие в стиле МК, относятся к своим клиентам как к экспертам. Клиент знает, что для него работает лучше всего, консультант по питанию или фитнесу просто помогает клиенту разобраться в этом.

Как говорили Миллер и Роллник, специалист, использующий МК, подобен собаке-поводырю для человека с ослабленным зрением. Человек с нарушением зрения знает, куда он хотел бы пойти. Точно так же клиентка, обратившаяся за помощью в изменении поведения в отношении своего здоровья, знает, какие изменения она хотела бы внести в свою жизнь. Однако ей нужна собака-поводырь, то есть врач-клиницист, который помог бы ей преодолеть препятствия на этом пути.

Короче говоря, чтение наставлений, конфронтация, принуждение или угрозы не работают. Точно так же собака-поводырь не потащит своего хозяина к почтовому отделению, если тот в действительности хочет пойти в парк. Но собака-поводырь может идти рядом с хозяином и помогать ему не проваливаться в ямы и не наткаться на столбы.

Этот мягкий стиль руководства, используемый в МК, ставит во главу угла клиента, способствуя тем самым устой-

чивости процесса изменения. Клиент начинает брать на себя ответственность за свое поведение; изменение становится целью клиента не для того, чтобы угодить консультанту, а потому, что это важно для него самого.

Мотивационное консультирование – это захватывающий способ говорить об изменениях, и он, как показали многие исследования, эффективен в том числе в области питания и фитнеса (Armstrong, Mottershead, Ranksley, Sigal, & Campbell, 2011; Bean et al., 2015; Campbell et al., 2009; Christison et al., 2014; Neumark-Sztainer et al., 2010; Van Keulen et al., 2011; MacDonell, Brogan, Naar-King, Ellis, & Marshall, 2012; Miller et al., 2014).

Питанием и фитнесом применение МК, разумеется, не ограничивается. На протяжении десятилетий оно использовалось в самых различных дисциплинах (Frey et al., 2011; Heckman, Egleston, & Hofmann, 2010; Lundahl et al., 2013; McMurrin, 2009). Методы МК универсальны при работе по достижению любых изменений поведения, будь то прекращение или снижение употребления наркотиков и алкоголя, соблюдение режима приема лекарств или гигиена полости рта. Фактически МК считалось чем-то вроде многофункционального швейцарского армейского ножа в сфере консультирования по изменению поведения. Однако это не «волшебная таблетка», и использование МК при работе с клиентом само по себе не гарантирует изменений. Однако МК увеличивает вероятность изменений.

Немного о книге

Эта книга предназначена для студентов, стажеров и специалистов в различных областях, предоставляющих консультации по вопросам питания и фитнеса. Независимо от того, новичок вы в этой работе или опытный профессионал, вы найдете на этих страницах стратегии консультирования, необходимые для того, чтобы помочь клиентам внести постоянные изменения в свое пищевое поведение и физическую активность.

Консультации по вопросам питания и фитнеса в настоящее время довольно популярны, и сфера их применения продолжает расширяться. Чтобы побудить клиентов к принятию долгосрочных изменений, специалисты по питанию и фитнесу должны быть вооружены соответствующими навыками. Практикующие врачи в больницах, поликлиниках, медицинских кабинетах, летних лагерях, общественных и оздоровительных программах, телемедицине, а также ведущие частную практику – все они извлекут выгоду, обучившись тому, как мотивировать клиентов улучшить свой режим питания и физическую активность.

Огромное число профессионалов – дипломированные диетологи-нутрициологи, клиницисты, медсестры, коучи по здоровому образу жизни, персональные тренеры и консультанты, учителя физкультуры и тренеры – занимаются тем,

что беседуют с клиентами о здоровых изменениях в питании и физической активности. Что происходит с клиентами, когда они возвращаются домой после сеансов? Применяют ли они то, чему их научили? Эта книга предназначена для профессионалов, которые заботятся об успехе своих клиентов не только через день, неделю или месяц после посещения сеанса, но и на долгие годы вперед.

Практикующие медицинские работники могут задаться вопросом, как МК вписывается в модели, системы и алгоритмы, уже существующие для каждой врачебной дисциплины. Например, в области нутрициологии и диетологии Методология лечебного питания (NCP) является ведущим алгоритмом оказания помощи, разработанным на основе фактических данных (Lacey & Pritchett, 2003). NCP состоит из четырех этапов: 1) оценка, 2) диагностика, 3) интервенция и 4) мониторинг/оценка.

МК не подменяет собой NCP, но вместо этого инкорпорируется в каждый из этапов. Примеры того, как можно совместить МК и NCP, будут встречаться на протяжении всей книги. В тексте вам встретятся и другие термины и ссылки, которые часто используются в учреждениях нутрициологии, диетологии и фитнеса, как то: сфера применения (Academy Quality Management Committee & Scope of Practice Subcommittee of the Quality Management Committee, 2013), осознанное питание (Mathieu, 2009), рекомендации Американского колледжа спортивной медицины (ACSM) (Garber

et al., 2011), – что превращает данную книгу в полноценный ресурс для практикующих врачей, желающих улучшить свои навыки консультирования по изменению поведения.

В первой части книги вы узнаете о принципах, которые делают МК эффективным. Во второй части мы шаг за шагом проведем вас через типичную консультацию по нутрициологии и фитнесу и изучим ее в деталях. Часть II знакомит с четырьмя основными процессами МК: 1) вовлечение клиента, 2) приглашение клиента сфокусироваться на теме, 3) пробуждение чувств клиента по поводу изменений и 4) оказание помощи клиенту в процессе планирования изменений. Мы будем использовать различные сценарии и диалоги для демонстрации конкретных методов коммуникации внутри указанных четырех процессов. Одно дело – читать о навыке или технике, но гораздо полезнее увидеть их в действии. Мы надеемся, что эти диалоги помогут вам применить данные техники в вашей собственной практике.

В части III вы найдете информацию о конкретных методах коммуникации при МК: открытые вопросы, рефлексия, аффирмации и резюмирование. Они известны как микронавыки МК и используются на каждом сеансе. При правильном использовании эти формы вопросов и утверждений служат для демонстрации эмпатии, а клиенту помогают рассмотреть свои личные чувства в отношении изменения поведения. В этом разделе вы узнаете, какие побуждающие открытые вопросы рекомендуются для консультаций по вопросам пище-

вого поведения и фитнеса. Мы также объясним и продемонстрируем, что такое аффирмации, рефлексия и резюмирование. Вы поймете важность этих навыков для поощрения самостоятельности клиента и его продвижения к переменам.

В части IV будет представлен новый взгляд на темы, которые обычно возникают на консультациях по вопросам питания и фитнеса. Мы рассмотрим некоторые уникальные вопросы: как развеять мифы о диете без осуждения; как содействовать реалистичной постановке целей клиентом, удержать его от принятия краткосрочных «новогодних решений»; как продвинуть идею здорового образа жизни без того, чтобы клиент заикливался на весе и внешнем виде? Обсуждения веса и здоровья настолько распространены в консультациях по питанию и фитнесу, что мы посвящаем этому целую главу, чтобы показать практикующим специалистам, как можно обсуждать эту сложную тему со своими клиентами.

Последние исследования в области веса и здоровья приводят к тому, что все больше врачей и консультантов переходят от «вес-ориентированного» консультирования к так называемому *вес-нейтральному консультированию* (Ramos Salas, 2015; Tylka et al., 2014). Исследователи также обнаружили, что диеты, независимо от того, какой именно вы придерживаетесь, не работают (Mann et al., 2007). Люди, сидящие на диете, вначале теряют вес, но почти всегда набирают его обратно, приобретая вдобавок к этому неуверенность в

себе, эмоциональную привязанность к еде и угнетенный метаболизм (MacLean, Bergouglan, Cornier, & Jackman, 2011; Neumark-Sztainer et al., 2006). Специалисты по питанию и фитнесу, которые требуют регулярных взвешиваний, поощряют подсчет калорий и назначают драконовские физические нагрузки, скоро останутся в прошлом.

Сейчас консультанты по питанию и фитнесу предлагают клиентам сосредоточиться на более реалистичных, клиентоориентированных моделях питания и активности, а не заикливаться на весах. Отвлекаясь от проблем с похудением и внешним видом и вместо этого концентрируясь на развитии позитивных отношений с едой и физическими упражнениями, клиенты могут избежать эмоциональных «американских горок», сопряженных с диетами, одновременно улучшая общее состояние своего здоровья и самочувствие. Было установлено, что такой подход, не завязанный на диетах, эффективен в укреплении здоровья, особенно эмоционального, и именно его предпочитают клиенты (Clifford et al., 2015; Шефер и Магнусон, 2014).

Примеры диалогов МК на протяжении всей книги будут соответствовать этому вес-нейтральному, бездиетному подходу, опираясь на такие концепции, как осознанное питание и формирование радостных моделей физической активности.

Хотя вполне возможно использовать методы МК в консультировании, ориентированном на вес, остаются риски по-

точного круга диет с эффектом йо-йо, неупорядоченного режима питания и неудовлетворенности своим телом. Мы считаем, что МК и бездиетный подход образуют прекрасную пару. Оба метода предполагают изучение личных мыслей и чувств клиента по поводу изменений и способствуют самоизучению без осуждения.

Чувства, как и еда, могут рождать сложности. Питание, физическая активность и диета могут использоваться как средства преодоления негативных эмоций, что порой затрудняет консультирование по изменению поведения. Здесь клиенту нелишне будет помнить, что консультанты по питанию и фитнесу являются частью медицинской команды клиента, которые могут первыми определить, когда ему стоит обратиться за дополнительными консультациями к смежным специалистам. Подробнее об этом читайте в приложении 1 «Привлечение специалистов» в конце данной книги.

В рамках сферы своей практики консультант по питанию и фитнесу, применяющий МК, поощряет клиента обращать внимание на препятствия для желаемых изменений, эмоциональные связи с едой и физическими упражнениями, причины переедания, истоки образа своего тела и самооценки. МК – это идеальное средство для побуждения клиентов к изучению того, как их модели питания и физической активности соотносятся с другими областями хорошего самочувствия. Консультант, которому удалось устранить дисбаланс между питанием, физическими упражнениями и мотиваци-

ей, обнаружит, что он в состоянии помочь клиенту реально достичь своих целей в области здоровья и поддерживать их.

Не все *хотят* меняться. Однако благодаря использованию стратегических методов консультирования немотивированные клиенты могут стать мотивированными – иногда даже за одну ночь. С другой стороны, овладение техниками клиенто-ориентированного консультирования не происходит в одночасье. Информация, представленная в этой книге, даст вам инструменты и методы, которые помогут вашим клиентам и пациентам вносить изменения в рацион питания и физическую активность на протяжении всей жизни. Соедините эту книгу с тренировками и практикой, и вскоре вы будете ритмично и грациозно скользить по льду.

Часть I

ОСНОВЫ МОТИВАЦИОННОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

Глава 1

Изменение образа жизни: сложности на пути

*Первый шаг к тому, чтобы чего-то добиться, – это решить, что вы не собираетесь оставаться там, где вы сейчас.
Неизвестный автор*

Изменить поведение непросто. Несмотря на то что у клиентов могут быть грандиозные намерения, они часто испытывают трудности с последовательным выполнением своих решений. Они лелеют надежды и мечты о том, как будут заботиться о своем теле, но потом на их пути встает сама жизнь. Будь то рождение ребенка, тревожный диагноз, смена работы, равнодушный супруг, ленивый приятель, обещавший ходить с нами на тренировки, жесткий рабочий график или отпуск – радости и трудности жизни сбивают нас с курса на извилистом пути к собственному здоровью.

Прежде чем мы приступим к изложению наилучших стратегий помощи другим в достижении устойчивых изменений образа жизни, важно уделить время и обсудить те сложности, которые ждут нас на пути изменений. Чтобы развить эмпатию по отношению к клиентам, часто бывает полезно рассмотреть собственные модели здоровья. Подумайте о позитивных поведенческих паттернах, которые вы совершаете естественным образом, без каких-либо подсказок. Для многих чистка зубов два раза в день является укоренившейся привычкой. Даже те, кто чистит зубы только по утрам, как случилось, что это стало для вас естественным? Почему вы это делаете? Вероятно, потому, что выгоды от такого действия перевешивают издержки. Уделяя несколько минут утром и вечером чистке зубов, вы получаете свежее дыхание и уменьшаете вероятность кариеса.

Свежее дыхание улучшает вашу социальную жизнь, а меньшее количество кариозных полостей снижает ваши стоматологические счета. Уход за зубами может уменьшить боль в полости рта, улучшить вашу улыбку и снизить вероятность потери зубов с возрастом. Для тех, кто регулярно чистит зубы, несколько минут в день стоят пользы для здоровья зубов и десен.

Теперь подумайте о том, какое изменение поведения в отношении своего здоровья вы хотели бы предпринять, но еще не предприняли. Что удерживает вас от этого изменения? Возможно, вы собирались начать чистить зубы зубной ни-

тью. Вы знаете о пользе чистки зубов зубной нитью, и ваш стоматолог также рекомендовал вам ежедневно пользоваться зубной нитью, но вы еще так и не начали. Издержки использования зубной нити немного выше, чем издержки чистки зубов зубной пастой: это добавляет несколько дополнительных минут к вашей процедуре. Кроме того, поначалу вам, возможно, придется мириться с кровоточивостью и болью в деснах. Хотя преимущества аналогичны чистке зубов щеткой, вы можете сомневаться, что это так уж необходимо для поддержания здоровья зубов. Если в настоящее время вы не пользуетесь зубной нитью регулярно, скорее всего, вы не считаете, что преимущества перевешивают затраты, или, возможно, вы не придаете этому большого значения. Что побудило бы вас внести это изменение в свой дневной распорядок? Вспоминайте этот вопрос по мере того, как мы будем исследовать сложности изменения поведения.

Этапы изменений

Прочаска и Ди Клементе выдвинули гипотезу о том, что у каждого изменения имеется несколько стадий (Prochaska & DiClemente, 1984). Как правило, не бывает так, что человек однажды просыпается и вдруг решает изменить какой-то свой поведенческий паттерн, а затем успешно поддерживает это изменение до самой смерти. Как правило, индивид проходит через этапы. Эти этапы изменений являются частью

теории изменения поведения, известной как транстеоретическая модель (ТТМ).

Хотя ТТМ была разработана примерно в то же время, что и МК, они совершенно разные. ТТМ – это теория, в то время как МК разработано на базе практики; это не теория, а стиль и метод оказания помощи другим по внесению изменений в жизнь (Miller & Rose, 2009). Тем не менее полезно понимать этапы изменения поведения, с которыми сталкиваются ваши клиенты, чтобы наиболее полно оценить эффективность МК.

Согласно ТТМ, существует пять этапов изменения: предосознание, рассмотрение, подготовка, действие и поддержание. Каждая стадия характеризуется определенными паттернами мышления и поведения.

1. *Предосознание.* Человек, находящийся на стадии предосознания, либо не осознает, либо отрицает, что изменение необходимо или оправданно. В сфере консультирования по вопросам питания и фитнеса клиент на предварительном приеме может сказать: «Я здесь только потому, что меня заставил прийти мой врач. Пожалуйста, не запрещайте мне есть мои любимые блюда. Я бросил курить и пить, а еда – мой последний порок. Вы же собираетесь мне их запретить, не так ли?»

2. *Рассмотрение.* На данной стадии человек осознает необходимость жизненных изменений, но испытывает сме-

шанные чувства по этому поводу. Клиент, находящийся на этой стадии изменений, может сказать что-то вроде: «Возможно, мне и не стоит каждый день обедать в кафе или столовой, но я просто ленюсь по утрам и к тому же всегда опаздываю, поэтому я почти никогда не беру с собой перекус». Клиент не планирует ничего менять и сомневается в том, будет ли это стоить затрачиваемых усилий.

3. *Подготовка.* На стадии подготовки клиент выражает желание изменить свое поведение в течение следующего месяца и серьезно обдумывает, как он может это сделать. Клиент, находящийся на стадии подготовки к переменам, может заявить: «Я знаю, что, если я попытаюсь есть больше фруктов и овощей, мне нужно будет чаще ходить в магазин, чтобы всегда иметь их запас под рукой».

4. *Действие.* Стадия действия является самой сложной, в большинстве случаев она требует от клиента затрат физической энергии. Предыдущие этапы требуют от клиента затрат умственной энергии, на стадии действия клиент начинает активно вносить изменения, к которым он готовился. Клиент, находящийся на стадии активных изменений, может сказать: «На прошлой неделе мой врач сказал мне о моем холестерине, поэтому я перешел со сливочного масла на маргарин с рыбьим жиром. На вкус это не так уж плохо».

5. *Поддержание.* По словам Прочаски и Ди Клементе, после того как клиент регулярно вносил изменения в течение 6 месяцев, он входит в стадию поддержания изменений.

Клиенты, перешедшие на стадию поддержания, по-прежнему подвергаются риску возврата к старым паттернам. Однако теперь, когда изменения были регулярной частью жизни клиента в течение значительного периода времени, вероятность сохранения изменений выше. На данной стадии клиент может сказать: «Я езжу на работу на велосипеде с тех пор, как 2 года назад вышел из центра кардиологической реабилитации».

Возможно, что человек пройдет все стадии изменений одну за другой. Однако чаще всего люди прыгают взад-вперед между стадиями. Даже в течение одного сеанса консультирования клиент может перейти от предосознания к подготовке и вернуться к рассмотрению. Следующий рассказ – пример того, как происходят переходы от стадии к стадии.

Джейми – студентка колледжа, которая решает, что два раза в неделю хотела бы добавлять 20-минутные силовые тренировки к своему и без того плотному графику, включающему работу, учебу и активную общественную жизнь. Она никогда особо не задумывалась о силовых тренировках (предосознание), пока не встретила своего парня, который любит «тягать железо». Физкультура – профилирующая дисциплина в его колледже, и он рассказал ей о том, что поднятие тяжестей может помочь улучшить мышечный тонус, прочность костей и осанку. Мама Джейми всегда говорит ей, что она сутулится, поэтому ей нравится идея, что силовые упражнения могут исправить это.

Обдумывая это изменение (рассмотрение), она задается вопросом, как она впишет тренировки в свой график и как будет подбирать для себя упражнения: у нее нет денег на личного тренера.

Как-то летом она вдруг узнает, что ее подруга занимается силовыми тренировками несколько раз в неделю. Джейми просит ее продемонстрировать, как пользоваться тренажерами в тренажерном зале. Ее подруга соглашается, и они назначают дату на следующую неделю (подготовка). Джейми быстро схватывает суть и понимает, как втиснуть силовые тренировки в свой график за счет сокращения времени, которое она проводит на кардиотренажерах (действие).

Однако после первой недели тренировок у нее все болит, и поэтому она решает взять недельный перерыв, чтобы восстановиться (подготовка). По окончании недели она отправляется на летние каникулы со своей семьей. Она возобновляет свои силовые тренировки через 2 недели и ходит на них 2 дня в неделю в течение первых 3 недель осеннего семестра (действие). Затем начинаются промежуточные экзамены, и вплоть до весеннего семестра она никак не может включить тренировки в свой график (рассмотрение).

Весенний семестр у Джейми немного легче, поэтому она снова начинает регулярно посещать спортзал в течение весеннего семестра и в течение всего лета (поддержание).

Звучит как вполне естественный процесс, не так ли? Там,

где постоянство становится недостижимой целью, изменение поведения часто проходит через серию проб и ошибок. Для обозначения такого состояния колебаний и неустойчивости часто используется термин «амбивалентность». Специалисту по питанию и фитнесу важно научиться распознавать амбивалентность, чтобы помочь клиентам преодолеть мутные воды изменения поведения.

Амбивалентность 101

Человек, находящийся в стадии рассмотрения или подготовки изменений, находится в состоянии амбивалентности, испытывая смешанные чувства по поводу начала чего-то нового. Его мозг будто разделен надвое. Одна его часть хочет что-то изменить, а другая – нет.

Излишне говорить, что на самом деле мозг при этом все не делится надвое. Изучение того, как работает и меняется мозг, поистине удивительная наука. Ученые узнают все больше о нейропластичности мозга, или физических изменениях, которые происходят в наших нейронных сетях под влиянием нашего опыта. Рассмотрим вновь пример чистки зубов и использования зубной нити. Когда вы отказываетесь от своих старых привычек и начинаете постоянно делать что-то новое, например чистить зубы зубной нитью, вы, по сути, отращиваете новые нейронные связи и «пасынкуете» старые. Когда вы входите в состояние поддержания этого поведения,

вы укрепили эти новые нейронные связи, что облегчает вам сохранение такого поведения.

Две противоположные точки зрения на изменение поведения – нормальная часть процесса изменений.

Знание концепции нейропластичности мозга помогает понять, почему от некоторых привычек так трудно избавиться. В своей самой базовой форме привычка – это просто определенный паттерн нейронных связей. При этом связи, созданные в течение длительного периода времени или во время серьезной травмы, будут наиболее прочными. Поначалу поддерживать изменения может быть неудобно, но не потому, что это так трудно сделать, а потому, что вы перестраиваете свой мозг. Новое поведение требует больше умственной энергии и внимания, в то время как старая привычка стала автоматической. Амбивалентность часто сопутствует решению сделать что-то неудобное или незнакомое. При этом возвращение к старым привычкам часто является желанным утешением, если перемены становятся нервирующими или психологически утомительными.

Постоянно меняющиеся нейронные связи превращают процесс изменений в непрерывную работу. Человек может неоднократно проходить через различные стадии изменений, прежде чем его новое поведение приобретет хоть какое-то ощущение постоянства. Человек, испытывающий амбивалентность, думает, что перемены – звучит хорошо, но

его все же гложут некоторые сомнения. Он (или она) может начать озвучивать различные причины для внесения изменений в свою жизнь, но не брать на себя никаких обязательств. Ощущение двух противоположных точек зрения на изменение поведения – нормальная часть процесса изменений. Это не то, чего следует избегать, а то, что нужно принять, рассмотреть и пройти через это вместе со своими клиентами.

В следующем примере женщина средних лет с недавно диагностированным диабетом выражает смешанные чувства по поводу завтрака после многих лет пропусков утреннего приема пищи.

Я перестала завтракать в старших классах. По утрам я никогда не была голодна и думала, что отказ от завтраков поможет мне контролировать свой вес. Не то чтобы это действительно помогло. Я набирала вес, теряла и вновь набирала. И вот теперь мой врач назначает мне лекарства и говорит, что если я не буду завтракать, то могу упасть в обморок и даже умереть. Но я не голодна по утрам; утром меня тошнит при одной мысли о еде. Надеюсь, я не потеряю сознание и не окажусь снова в больнице.

Следующий пример подчеркивает амбивалентность мужчины по отношению к вступлению в теннисный клуб после того, как он оправился от травм, полученных во время тяжелой автомобильной аварии.

Я знаю, что мне нужно вернуться к регулярной

физической активности, если я хочу вернуть себе прежнюю форму. Мой физиотерапевт говорит, что я готов, но я просто не знаю. Наверное, я не хочу давить на себя. Есть много вещей, которые я не могу сейчас сделать. Но я понимаю, что, если я ничего не буду делать, будет только хуже.

Рассмотрение амбивалентности вместе с клиентом, как правило, помогает ее преодолеть. Люди склонны избегать этого, потому что им обычно неприятно и некомфортно сосредотачиваться на противоречивых приоритетах, когда они не могут принять никакого решения. Вы можете пролить свет на амбивалентность вашего клиента. Если вы без осуждения и давления просто обратите внимание вашего клиента на двойственность его решений, он может признать это несоответствие. И если ваш клиент действительно готов к изменениям, он может после этого начать обсуждение стратегий адаптации изменений к его повседневной жизни.

Как звучит амбивалентность: сердцевина МК

Когда вы начинаете прислушиваться к словам клиента как в пользу, так и против изменения поведения, вы начинаете слышать амбивалентность. Замечания, сделанные клиентом в поддержку изменений, известны как речь перемен, или *изменяющие высказывания*. Речь перемен звучит примерно

так:

- «Я не хочу закончить жизнь на диализе, как моя бабушка».

- «Моя подруга добилась большого успеха, заменив газировку на простую воду. Я мог бы расспросить ее и попробовать сделать то же самое».

- «Я устал чувствовать себя как вялая тряпка. Я абсолютно выбиваюсь из сил, поднявшись по лестнице».

Замечания клиента, которые говорят о его намерении поддерживать свой статус-кво, известны как речь сохранения состояния, или *удерживающие высказывания*. Она звучит примерно так:

- «Последняя диета, на которую я села, чуть не отправила меня в богадельню. Теперь, когда я на пенсии, у меня нет денег, чтобы так питаться».

- «И речи быть не может, чтобы я завтракал по утрам. Я и так с трудом успеваю на работу вовремя».

- «Когда я возвращаюсь домой, я совершенно измотана. Я не могу даже представить, что еще нужно будет заниматься какой-то тренировкой».

Нередко клиенты будут перемежать изменяющие и удерживающие высказывания в рамках одного и того же предложения или диалога. В этом случае амбивалентность будет звучать примерно так:

- «Я знаю, что сэкономила бы деньги, если бы готовила больше блюд дома, но я ненавижу мыть посуду и убирать на

кухне. Проще просто заказать еду навынос».

- «Конечно, я бы не умерла, если бы стала просыпаться на несколько минут раньше. Но иногда холодными утрами я просто ничего не могу с собой поделаться».

- «На днях я вышел на прогулку, но было жарко и влажно. После нее я действительно почувствовал себя лучше, но, черт возьми, я ненавижу это время года».

- «Я бы очень хотел научиться играть в теннис, но не хочется выставлять себя на корте дураком».

Хороший консультант настраивает свой слух на разговоры клиента, различая изменяющие и удерживающие высказывания. Речь перемен часто предсказывает фактические изменения в поведении. Таким образом, консультант старается выявить и выделить изменяющие замечания клиента во время сеанса МК. Это одна из основных особенностей МК, к которой мы будем возвращаться на протяжении всей книги.

Корни амбивалентности

Амбивалентность часто коренится в несоответствии между ценностями индивида и его действиями. Клиент может ценить здоровье и физическую форму и при этом считать, что у него недостаточно времени на то, чтобы быть более физически активным. Это приводит к несоответствию между тем, где клиент находится, и тем, где клиент хочет быть. Часть вашей работы как консультанта состоит в том, что-

бы помочь клиенту увидеть, что существующие модели поведения противоречат его ценностям или целям в области здоровья. В МК вы делаете это с большой осторожностью, действуя с позиции непредвзятой заинтересованности, как в приведенном ниже сценарии.

Консультант. Вы сказали, что давно хотели попробовать занятия йогой, которые проводятся в вашем тренажерном зале. Как вы думаете, что удерживает вас от этого?

Клиент. Не знаю, наверное, я просто боюсь пробовать что-то новое. Чтобы освоить йогу, мне потребуется некоторое время, и я не знаю, стоит ли это всей той неловкости и смущения, которые я буду испытывать. консультант. Вы обеспокоены тем, какое мнение другие могут составить о вашей способности заниматься йогой?

Клиент. Да. Мне неприятно это признавать, но это так.

Консультант. И все же вы продолжаете вносить йогу в свой список намеченных дел.

Клиент. Во-первых, я хочу быть здоровым. Кроме того, мои друзья все время говорят о йоге. Я хочу иметь возможность поддержать их разговор. И у меня есть мои дети-подростки, с которыми в последнее время сложно. Мне не помешал бы какой-нибудь хороший способ снять стресс.

Консультант. Вы цените свое здоровье и признаете, что управление стрессом – важный способ оставаться здоровым. Йога уже давно является вашей личной целью и ин-

тересом, а вы все не решаетесь начать. Вы звучите довольно уверенно, когда говорите, что, йога принесла бы вам много пользы, если вы сможете преодолеть некоторые из своих страхов и смущение. Как вы думаете, что вы сделаете в этой связи?

Клиент. Мне кажется, что, если бы я все же сходил на одно-два занятия, я бы втянулся. Думаю, надо захватить на свой первый урок кого-то из моих друзей, тогда я не буду так беспокоиться о других людях в группе.

Когда клиент признает, что существует несоответствие между его текущим выбором поведения и личной целью, мотивация к изменениям, скорее всего, возрастет. В приведенном выше примере клиент решил не посещать занятия йогой, несмотря на заинтересованность в этом. Консультант использует рефлексивное слушание, чтобы помочь клиенту увидеть это несоответствие, при этом предоставляя клиенту полную автономию выбора: посещать занятия йогой или не посещать.

Когда клиент признает, что существует несоответствие между его текущим выбором поведения и личной целью, мотивация к изменениям, скорее всего, возрастет.

В этом кратком диалоге было несколько примеров изменяющих высказываний, в их числе: «Я хочу быть здоровым», «Я хочу иметь возможность поддержать их разговор» и «Мне

не помешал бы какой-нибудь хороший способ снять стресс». И так, суммируя: методы МК позволяют клиентам увидеть, где они находятся в данный момент и где они надеются быть.

Скрытая амбивалентность: когда клиент хочет «волшебную таблетку»

Бывают моменты, когда ваш клиент вовсе не звучит амбивалентным. Он даже демонстрирует готовность и стремление измениться. Однако его желание длится недолго. Что произойдет через несколько дней, недель или месяцев, когда он перестанет чувствовать, что его изменения работают? Год за годом миллионы американцев в Новый год принимают «новогодние решения». Однако, по оценкам, только 40–46 % успешно придерживаются их 6 месяцев спустя (Norcross, Mrykalo, & Blagys, 2002).

Учитывая высокий уровень неудач на пути самоизменения, трудно объяснить, почему люди вообще принимают подобные решения. Возможно, все дело в предвкушении улучшений или же в том психологическом воздействии, которое оказывает на нас прилив гордости или уверенности. Некоторые исследователи полагают, что людям нравится пытаться изменить поведение, поскольку это дает им чувство контроля, даже если в конце концов ничего не получится (Polivy & Herman, 1999, 2000).

Многие прибегают к диете в попытке контролировать пи-

тание и вес, когда другие сферы жизни выходят из-под контроля. Большинство переоценивают ту степень контроля, который они имеют над своими размером и формой, игнорируя генетические детерминанты. Легко соблазниться изображениями худых или мускулистых тел, которые можно увидеть в средствах массовой информации, и, как следствие, установить нереалистичные ожидания и цели в отношении собственных веса и формы.

В начале нового года клиенты верят, что желаемых изменений легко достичь, а их мотивация высока. Каков результат установления нереалистичных ожиданий в отношении изменения поведения? Цели не достигаются, клиенты разочаровываются, впадают в уныние и часто опускают руки. Феномен попыток изменить собственное поведение при больших надеждах на успешные результаты был назван *синдромом ложной надежды* (Polivy & Herman, 1999, 2000).

Синдром ложной надежды – это вопрос чрезмерной самоуверенности. Трудно не почувствовать себя самоуверенным, когда диетические программы, стремясь продать соответствующие услуги и продукты, играют на фантазиях людей о том, что они могут легко измениться и быстро увидеть результаты. Положительные результаты обычно обещаются без каких-либо научных доказательств, подтверждающих долгосрочный успех. Исследователи Герман и Поливи, занимавшиеся изучением различных диет, обнаружили, что те, кто пытался что-то изменить в себе и потерпел неудачу,

считали себя неудачниками и сообщали о падении самооценки (Polivy & Herman, 1999).

Часто клиенты прибегают к экстремальным диетическим мерам с намерением достичь желаемых изменений к какой-либо значимой дате или событию – свадьбе, встрече выпускников или пляжному отдыху. В исследовании, проведенном среди невест и подружек невесты, 53 % планировали похудеть к свадьбе, при этом 40 % планировали сделать это с помощью диеты (Prichard & Tiggemann, 2008).

Что это значит для специалистов по питанию и фитнесу? Ваш клиент может не выражать никакой амбивалентности, но это не обязательно означает, что ему удастся добиться изменения своего поведения и поддерживать его.

Ваш клиент может всячески транслировать готовность приступить к переменам, и вы сразу же определяете его как человека, находящегося на стадии подготовки. Однако он может оказаться из тех, кто ищет быстрые решения или «волшебную таблетку». На начальном этапе изменения поведения он может испытывать воодушевление и любопытство, однако реальность ежедневных усилий может его быстро утомить. Более того, если у клиента есть определенные ожидания в отношении результатов или внешнего вознаграждения и консультант не сразу распознает их, он может быстро потерять набранные обороты.

Клиент, который в своем стремлении снизить вес постоянно страдает от эффекта йо-йо, зачастую всегда готов на-

чать новую диету, ожидая при этом немедленной потери веса. Однако, если вы предлагаете бездиетный подход, который смещает акцент с веса на здоровье и хорошее самочувствие, на начальном этапе вы можете столкнуться с некоторыми опасениями и колебаниями клиента. Другими словами, клиент может находиться на стадии подготовки к началу другой диеты, но на стадии предосознания для более реалистичного и сбалансированного подхода. Возможно, клиентка ожидает сеанса, где ее нагрузят подробным описанием диеты, списками правил, а также продуктов, которые ей разрешено есть, и продуктов, которые ей нельзя. Вместо этого она получает наводящие рефлексивные вопросы, которые приглашают ее исследовать эмоции, управляющие ее пищевым поведением, а также корни причин, обусловившие ее образ тела и пищевые срывы.

Предложите клиентам поделиться своими историями, отрефлексируйте их проблемы с диетами и представьте новый подход, при котором изменения в образе жизни могут быть связаны с разнообразием, балансом и умеренностью.

Когда речь заходит о питании и физической активности, клиенты часто сталкиваются с собственным черно-белым мышлением. Некоторые переживают резкие качели, переходя от тщательного подсчета калорий и фанатичного посещения тренажерного зала к срывам на фастфуд и ночным зажо-

рам сладкой или соленой пищей, чтобы расслабиться. Клиент может заявить: «Я держусь в будние дни, а потом расслабляюсь по выходным». Этот менталитет «все или ничего» увлекает клиентов в порочный круг, начинаясь обычно с ограничения любимых продуктов, пропуска приемов пищи или началом изматывающего режима физических тренировок. Чувство голода и ощущение переживаемых лишений часто приводит к ночным походам на кухню (Policy, Coleman, & Herman, 2005). За зазорами приходят чувства вины и стыда, которые вновь запускают тот же цикл, поскольку клиенты с новым рвением приступают к новой диете. Этот цикл многие называют циклом диетоголика, или циклом диета – зазор (рис. 1.1).

Представляем альтернативный подход быстрым диетам

Как помочь клиентам осознать эмоционально изнуряющие последствия диеты и заменить эту модель работающими долгосрочными решениями? Предложите клиентам поделиться своими историями, отразитесь на их проблемы с диетами и представьте новый подход, при котором изменения в образе жизни могут быть связаны с разнообразием, балансом и умеренностью, а не с запретами, ограничениями и отчаянием. Для некоторых клиентов бережный подход к себе может вызвать удивление, но они быстро осознают, что

маленькие шаги и сострадание к себе и есть путь к желаемым устойчивым изменениям.



Рисунок 1.1. Цикл диета – зажор.

Copyright 2013 by Judith Matz, judithmatz.com. Печатается с разрешения автора.

Иногда ожидания клиента от сеанса не совпадают с предложенными услугами. Большинство из них ожидают встречи с диетологом или нутрициологом, чтобы получить базовые

знания в области питания. Или же они ожидают встречи с экспертом по фитнесу и получения списка рекомендуемых упражнений. Вместо этого МК отдает клиенту место водителя, где ему предлагается составить свой собственный список изменений и изучить личные причины для перехода к этим новым моделям поведения. МК не читает лекции клиентам о том, почему им нужно измениться и как это сделать. Хотя обучение правильному питанию и физической активности все еще может быть частью метода, оно часто отодвигается на второй план по сравнению с тем, что больше всего нужно клиенту – мотивацией к переменам. В следующем диалоге клиентка делится тем, как она борется за сохранение ограничений в питании, в то время как консультант использует МК, чтобы подчеркнуть недостатки применения диет и перевести разговор на новый подход к питанию и физической активности.

Консультант. Какой результат вы надеетесь получить от нашего сеанса?

Клиент. Я надеюсь, что вы поможете мне сбросить вес. Я несколько раз садилась на диету и всегда вновь набирала вес. Я надеюсь, что у вас есть для меня диета, которой я смогу придерживаться без срывов.

Консультант. Вы устали от эмоциональных горок, которые часто идут рука об руку с диетой, и хотите найти более разумные изменения, которых вы сможете придерживаться.

Клиент. Да. Было бы неплохо, если бы я сбросила несколько фунтов в процессе, но сейчас, с возрастом, главное, чего я хочу, – это сохранить и поддерживать свое здоровье.

Консультант. Если раньше это было больше связано с внешностью, то сегодня ваша главная мотивация для встречи со мной – стать более здоровым человеком.

Клиент. Абсолютно верно.

Консультант. Расскажите мне немного больше о своем опыте диет.

Клиент. Ну, я была на безуглеводной диете, и это немного помогло, но мне стало безумно не хватать бутерброда с сыром, к которому я привыкла за долгие годы до этого. Я также пробовала подсчитывать баллы или калории, и какое-то время я довольно хорошо слежу за этим, а потом это становится чересчур при моей напряженной жизни. Я пробовала диеты, при которых вы покупаете все продукты на неделю заранее согласно меню, но теперь, когда у меня есть семья, это мне не подходит.

Консультант. Вы перепробовали несколько диет, и каждая из них вызывала у вас чувство неудовлетворенности. Что вы узнали о себе благодаря этому опыту?

Клиент. Я поняла, что мне никогда не стать супермоделью.

Консультант. Вы изменили свои ожидания и свое представление о здоровье.

Клиент. Да, мне не нужно сильно худеть, чтобы быть счастливой.

Консультант. Похоже, вы хотели бы, чтобы вопрос вашего веса отошел на второй план по сравнению с вашим здоровьем, но в то же время ваше счастье все еще в некоторой степени зависит от вашего размера. Расскажите мне подробнее об этом.

Клиент. Что ж, я думаю, это правда, хотя мне и не хочется этого признавать. Я знаю, что, когда мой размер был меньше, я чувствовала себя лучше. Мне нравилось внимание, которое я получала всякий раз, когда худела. Я чувствовала, что нахожусь в действительно хорошей форме, кроме того, у меня было больше энергии в течение дня. Мне также нравилось, что я могла делать покупки в красивых магазинах одежды. Теперь я делаю покупки в основном в интернете. А раньше я любила ходить по магазинам.

Консультант. Ваши издержки в связи с отказом от любимых продуктов стоили того, по крайней мере, в краткосрочной перспективе, – вы чувствовали себя стройнее.

Клиент. Да, поначалу это всегда того стоило. Но потом мне стало казаться, что мое тело превратилось в губку, и каждый раз, стоило мне оступиться с едой, мое тело просто впитывало в себя все эти калории, и сбросить вес казалось невозможным. А потом, когда вес возвращался, я начинала чувствовать себя неловко и задавалась вопросом, что подумают обо мне люди.

Консультант. Это было похоже на тяжелый поединок, когда при этом все еще и смотрят на тебя.

Клиент. Точно! Я уверена, что они специально не смотрели, но замечали наверняка, поскольку мой гардероб менялся с каждым лишним сантиметром на моей талии.

Консультант. Похоже, что «американские горки» различных диет – это то, чего вы очень хотите избежать. Вы хотите научиться любить и принимать свое тело и в то же время открыть для себя такие методы питания и занятия физкультурой, чтобы чувствовать себя бодрой, здоровой и энергичной. Не хотите ли подробнее обсудить со мной на сеансе эти идеи?

Клиент. С удовольствием!

В начале диалога у клиентки не наблюдалось амбивалентности. Она была нацелена на то, чтобы сбросить вес. Однако после активного слушания консультанта и его вопросов клиентка начала понимать, что самое важное для нее – общее ощущение здоровья и физической формы. Она начала понимать, что предыдущие попытки «быстрого решения» привели к обратным результатам. Это сделало ее восприимчивой к другому подходу для достижения устойчивых изменений в образе жизни.

От амбивалентности к действию: ключевая роль консультанта

Амбивалентность сродни развилке на дороге. Сделает ли клиент выбор в пользу изменений, или все останется по-прежнему? Направление, которое выберет ваш клиент, немало зависит от вашего стиля и руководства как консультанта. В состоянии амбивалентности ваш клиент погружен во внутренний конфликт и может чувствовать себя немного неловко из-за того, что ему на это указали. В этом деликатном состоянии ума он становится очень чувствительным к стилю общения. Неверный шаг может привести к тому, что ваш клиент займет защитную позицию, и вы услышите *удерживающие высказывания*, то есть речь, направленную на поддержание существующего статуса клиента. В приведенном ниже отрывке клиент высказывает двойственное мнение о планировании меню и готовке в соответствии с ним. Консультант реагирует, пытаясь выявить и устранить проблему. Обратите внимание, как его реакция побуждает клиента отстаивать свой статус-кво. Поступок консультанта, по сути, блокировал клиенту возможность рассмотрения изменения.

Клиент. Я ненавижу готовить и особенно мыть посуду. У меня определенно нет на это времени. К тому же я ужасно

готовлю. Но я действительно устала все время питаться вне дома, к тому же это довольно дорого.

Консультант, [не применяя МК] Вам все равно нужно выкроить время. Это очень важно.

Клиент. Я знаю, но мы и так сейчас заканчиваем ужин только в 8 часов.

Оплошность, подобная той, что описана выше, может легко сорвать движение клиента к переменам. Существуют ключевые стратегии, которые вы можете использовать, чтобы помочь своим клиентам преодолеть амбивалентность, используя мягкую, направляющую манеру. Эти стратегии разбросаны по всей книге, однако ниже мы приводим краткий обзор факторов, наиболее важных в стиле общения консультанта и непосредственно влияющих на амбивалентность клиента.

Как укротить исправительный рефлекс

Можно смело предположить, что, скорее всего, вы занялись этой работой, потому что хотели помочь людям жить более здоровой и счастливой жизнью. Вероятно, вы относитесь к тому типу людей, которые заботятся об окружающих и хотят помогать другим. Это замечательное качество, которое делает вас чутким и понимающим специалистом. Вы также разбираетесь в сложных вопросах здравоохранения, чем многие не могут похвастаться, и, скорее всего, стреми-

тесь поделиться этими знаниями с другими. Первое наше побуждение как специалистов по питанию и фитнесу, когда мы сталкиваемся с амбивалентностью клиента, – это начать подталкивать его или ее вперед, предлагая простые стратегии изменений. Знакомо?

Клиент. Я прихожу домой после работы и чувствую себя измотанной.

Я знаю, что мне нужно хотя бы немного прогуляться по кварталу, но у меня хватает энергии только на то, чтобы снять рабочую одежду и начать готовить ужин.

Консультант, [не применяет МК] Что, если вам заходить в спортзал перед тем, как возвращаться домой? Иногда просто нужно немного изменить свой распорядок дня, и вы вдруг обнаружите, что у вас энергии больше, чем вы думали.

Клиент. Может быть. Я не знаю. Сразу после работы там так многолюдно.

Вот еще один пример реакции консультанта по питанию на амбивалентность клиента, где он дает непрошенные советы.

Клиент. Моя главная проблема – перекусы. Мы с моими подругами собираемся вместе дважды в неделю поиграть в карты, и именно там я наедаюсь всякой сухомяткой. Пока мы играем, на столе всегда стоит вазочка с конфетами. Может,

я бы и не стала есть, если бы она все время не стояла прямо передо мной. Кто-то должен был подумать, прежде чем подавать такие закуски. Половина из нас страдает диабетом.

Консультант, [не применяет МК] Что, если вам принести свою собственную закуску? Вот список закусок для диабетиков, которые готовятся быстро и легко; идеально подходят для карточного стола.

Клиент. О нет, не думаю. Я не рискну встать между этими дамами и их сладостями.

Как эксперту в области питания и фитнеса, вам может быть трудно удержаться от непрошеного совета, когда вы видите, что ваши клиенты борются с амбивалентностью. Такой тип реагирования известен как *исправительный рефлекс*. Когда с вашего языка в начале фразы готовы слететь следующие словосочетания, знайте – сейчас срабатывает исправительный рефлекс:

- «Почему бы вам просто не...?»
- «А что, если вам попробовать...?»
- «Вам просто нужно...»

Исправительный рефлекс является проявлением директивного стиля консультирования, который включает в себя советы или подсказки клиенту без получения на то его разрешения. В процессе перемен непрошенные советы могут стать препятствием на пути клиента. Когда возникает пре-

пятствие, клиенту приходится сделать крюк и подумать о том, как отреагировать на ваш совет, отвлекаясь от разработки стратегии изменений. Кроме того, исправительный рефлекс способен затормозить отношения между клиентом и консультантом прежде, чем у них вообще появился шанс к развитию. Несмотря на то что у вас самые благие намерения, то, как вы предлагаете советы и предоставляете информацию, так же важно, если не важнее, как и сама информация.

Занимая позицию безусловной позитивности по отношению к человеку, который пытается измениться, вы даете ему необходимую поддержку, которая нужна ему, чтобы взять на себя ответственность за свое поведение и принять себя таким, какой он есть.

Люди часто прислушиваются к советам или рекомендациям тех, кого они уважают и кому доверяют. Использование методов МК помогает вам завоевать уважение и доверие ваших клиентов. Безусловное позитивное отношение – концепция, впервые предложенная психологом Карлом Роджерсом (Rogers, 1995). Роджерс считал, что все люди обладают внутренними ресурсами для личностного роста. Занимая позицию безусловной позитивности по отношению к человеку, который пытается измениться, вы даете ему поддержку, которая нужна ему, чтобы взять на себя ответственность за свое поведение и принять себя таким, какой он есть.

Помещаем клиента на место водителя

Исправительный рефлекс – всего лишь один из способов, которым консультант может непреднамеренно подтолкнуть клиента в амбивалентном состоянии к удерживающим высказываниям по поводу перемен. Когда вы используете директивный стиль общения, довольно часто возникает скрытая борьба за власть. В конечном итоге люди делают то, что они хотят делать. Уважая право клиента на контроль, или *автономность*, вы сможете избежать борьбы за власть, и ваши встречи будут более продуктивными. Это не значит, что клиент ведет, а вы следуете за ним. МК – это метод направления и руководства; по пути изменения поведения вы идете рядом с клиентом как опытный, знающий помощник. Уважение к автономности вашего клиента говорит ему, что он главный и вы уважаете его с той самой минуты, как он переступает порог. Когда ваш клиент чувствует поддержку, оборонительная позиция обычно исчезает.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.