1 Приклад тексту публічного виступу в Московській торгово-промисловій палаті

Шановні колеги!

Напередодні такої знаменної для всіх нас дати - 15-річчя від дня створення Московської торгово-промислової палати, - я, як Голова Московської Рекламної Гільдії і керівник одного з великих московських рекламних агентств, хочу присвятити свій виступ ключовим і найбільш актуальним на даний момент питань , які мають кардинальне значення не тільки для подальшого розвитку ринку зовнішньої реклами, але також і для розвитку середнього та малого підприємництва в цілому. У цій доповіді я торкнуся три найбільш важливих питання, що стосуються:

важливості залучення Палати і її галузевих об'єднань підприємців до участі в розробці проектів нормативно-правових актів міста Москви;

узгодження проекту постанови про право укладення довгострокових договорів на розміщення засобів реклами на об'єктах міста Москви;

а також небезпеки внесення Держдумою поправок до статті Закону про рекламу, які можуть призвести до несприятливих наслідків.

Мером Москви був затверджений Регламент взаємодії Уряду Москви і Московської торгово-промислової палати при роботі з галузевими і професійними об'єднаннями (гільдіями). Даний документ підкреслює важливість участі представників Палати, в тому числі її галузевих і професійних об'єднань підприємців у розробці правових актів м Москви, що стосуються підприємницької діяльності, а також включення їх до складу робочих органів, консультативних, експертних та інших громадських рад з питань економіки і підприємництва , утворених при органах міської виконавчої влади. На превеликий жаль, на практиці ми спостерігаємо ігнорування даного Регламенту при розробці постанов, розпоряджень та інших правових актів, що стосуються підприємницької або професійної діяльності. Про багатьох з них представники Палати дізнаються вже занадто пізно, в той момент, коли ці документи знаходяться на затвердженні в Уряді Москви. Зайве буде пояснювати, що чесний і законослухняний бізнес невіддільний від органів влади і повинен розглядатися ними, як помічник в регулюванні тих чи інших питань підприємницької діяльності. Величезний професійний потенціал основних учасників ринку (будь то в області зовнішньої реклами або в будь-який інший сфері) покликаний сприяти розробці грамотних і ефективних правових документів, які повинні покращувати якість життя і діяльності городян, забезпечувати комфортне співіснування і взаємодія приватних осіб, комерційних і державних структур. Навмисне відсторонення бізнесу від влади призводить у кращому випадку до нежиттєздатності законів і правових документів, а в гіршому - до непоправних помилок. У наших силах не допустити цього! У наших руках майбутнє бізнесу, від якого залежить і добробут народу, і стабільні надходження до міського бюджету!

Користуючись нагодою, хочу звернутися з цієї трибуни особисто до Меру столиці Юрію Михайловичу Лужкову від імені Московської рекламної Гільдії і від імені всіх операторів ринку зовнішньої реклами. Юрій Михайлович, Ви знаєте про нашу спільну проблему і про «наболіле» для всіх нас питанні. В цьому році у більшості операторів закінчуються довгострокові договори на право розміщення засобів зовнішньої реклами в Москві. Проект постанови «Про затвердження форми довгострокового договору і розрахунку плати за Угодою про право укладення Довгострокових договорів на розміщення засобів зовнішньої реклами на об'єктах м Москви терміном до семи років» підготовлено та направлено на погодження. Однак процес цього узгодження затягується, що не просто ставить більше 70% всіх рекламних конструкцій в Москві поза правовим полем, а й завдає сильного удару по серйозним і сумлінним операторам ринку зовнішньої реклами. Відсутність стабільності і впевненості в завтрашньому дні заважає розвиватися всім учасникам ринку, незалежно від їх розмірів. Зовнішня реклама відноситься до таких видів бізнесу, які вимагають істотних фінансових вкладень і значних обігових коштів. Прогресивний розвиток цієї галузі неможливо без впровадження нових технологій, без заміни старих рекламних конструкцій на нові, більш технологічні, без переходу на сучасні рекламні носії, здатні прикрасити і облагородити обличчя міста. Відсутність стабільності гальмує поступальний розвиток бізнесу і рух вперед. У такому положенні підприємці не готові вкладати кошти в нові проекти. Ми просимо Вас, Юрій Михайлович, підтримати внесений Комітетом реклами, інформації та оновлення міста Москви проект Постанови та сприяти його якнайшвидшому погодженням у всіх необхідних інстанціях.

На сьогоднішній день ринок зовнішньої реклами в Москві практично склався, не втративши при цьому своєї конкурентноздатності. Основні учасники ринку розуміють важливість збереження стабільних відносин з міською владою і структурами, прикладають максимум зусиль до реалізації намічених містом програм і до виконання основних поставлених перед ними завдань. Так, наприклад, активно реалізується концепція оптимізації рекламного простору (скорочення на 20% кількості рекламних конструкцій в центрі міста). Як відомо, на багатьох трасах Москви ця робота вже завершена. Оператори зовнішньої реклами за власною ініціативою збільшили час розміщення соціальної реклами та соціально значущої інформації на рекламних конструкціях з 5% (згідно з Федеральним законом про рекламу) до 8,5%, що становить вже 30 замість 18 днів для кожної сторони в рік. Оператори зовнішньої реклами своєю роботою сприяють благоустрою та прикраси міста, беруть активну участь в засіданнях Міжвідомчої комісії, підвищуючи ефективність її роботи, беруть участь в організації важливих міських заходів: міжрегіональних конференцій і фестивалів соціальної реклами. Всі ці прогресивні кроки стали можливими тільки завдяки тривалому процесу стабілізації ринку зовнішньої реклами, який формувався протягом останніх 10-12 років (а це солідний термін для нашого молодого бізнесу). За цей час запущений процес саморегуляції, налагоджений механізм взаємодії різних структур. Однак необхідно розуміти, що ці позитивні тенденції вимагають вкрай дбайливого до себе ставлення і грамотних, зважених рішень. Не можна забувати, що зруйнувати те, що будувалося роками і десятиліттями можна відразу, якщо не брати до уваги закони ринку і недбало ставитися до його досягнень. У зв'язку з цим хотілося б звернути увагу на той факт, що внесення Держдумою поправок до статті №19 Закону про рекламу про введення обмежень на кількість рекламних конструкцій на території одного муніципального освіти і про впровадження практики аукціонів, причому не тільки на нові місця, а й на місця, де протягом останніх кількох років законно розміщувалися рекламні конструкції тих чи інших операторів, спричинить за собою справжній «переворот» і переділ ринку. Цей невірний крок призведе до його примусової монополізації найбільшими операторами, зникнення більшості середніх компаній, які працюють стабільно в Москві більш 7-12 років, можливості виходу на ринок «нечистоплотних» гравців, які розглядають зовнішню рекламу, як потужний політичний ресурс. Хотілося б нагадати, що напередодні прийдешніх виборів Президента хитке становище медіа-ринку і ризик його розвалу може обернутися несприятливими політичними наслідками. Законотворчість, як відомо, не терпить необдуманих і спонтанних проектів. Ось чому хотілося б закликати всіх до розсудливим і зваженим рішенням.

На закінчення хочу подякувати всім за увагу і висловити надію на те, що всі присутні в цьому залі поділяють мою точку зору і ставляться з розумінням до вираженої позиції.

2. Ядерна зброя розділяє людство, загрожує йому. Але є мирне використання ядерної енергії, яке має сприяти об'єднанню людства. Дозвольте мені сказати кілька слів на цю тему, пов'язаної з основною метою форуму. У ці дні в виступах учасників багато разів згадувалася катастрофа в Чорнобилі, що стала прикладом трагічного взаємодії недосконалості техніки і людських помилок.

Не можна проте переносити на мирне використання ядерної енергії то неприйняття, що мають право мати до її військовим застосуванням. Людство не може обійтися без ядерної енергетики. Ми зобов'язані тому знайти таке рішення проблеми безпеки, яке повністю виключило б можливість повторення чогось подібного чорнобильської катастрофи в результаті помилок, порушення інструкцій, конструктивних дефектів і технічних неполадок.

Таке кардинальне рішення - розміщення ядерних реакторів під землею на глибині, яка виключає виділення радіоактивних продуктів в атмосферу при будь мислимої аварії. При цьому буде також забезпечена ядерна безпека в разі війни, що ведеться без використання ядерної зброї. Особливо істотно мати повну безпеку для теплофікаційних станцій, розташованих поблизу великих міст. Ідея підземного розташування ядерних реакторів не нова, проти неї висуваються міркування економічного характеру. Насправді з використанням сучасної землерийної техніки ціна буде, як я переконаний, прийнятною. Жаліти ж гроші на запобігання радіаційних катастроф не можна. Я вважаю, що світова громадськість, стурбована можливими наслідками мирного використання ядерної енергії, повинна зосередити свої зусилля не на спробах зовсім заборонити ядерну енергетику, а на вимогу забезпечити її повну безпеку.

3. Головна складова нашого щастя - це здоров'я. Кожна людина хоче жити без болю і хвороб, жити з посмішкою на обличчі і хорошим настроєм!

Чи не можете схуднути?

Не правильно харчуєтеся?

Часто хворієте?

Кожен день швидко втомлюєтеся?

Викиньте половину Вашої їжі у відро для сміття!

Настав час правильно і корисно харчуватися! Ми розробляємо програму харчування для дітей і підлітків, для дорослих і літніх людей, для вагітних і годуючих жінок, а також проводимо консультації по догляду за тілом.

4. Вітаю Вас, дорогий слухач на даному сайті! Мене звуть (ім'я онлайн-бізнесмена) і я займаюся мережевим маркетингом вже більше 5 років. За весь цей час я привів в цей бізнес велика кількість людей, з яких більше половини його потім покинуло.

Це пов'язано з тим, що мережевий маркетинг - це не легкий шлях до багатства і процвітання. Однак шляхом власних проб і помилок за останні півроку я знайшов ефективні методики в даному бізнесі, які можна буде використовувати будь-яка людина.

З тим, що саме я пропоную, Ви зможете ознайомитися, прочитавши уважно текст даної сторінки.

5. Наступним етапом є визначення основної рольової функції політика, тобто в якій ролі він себе позиціонує. Після цього спічрайтерів буде легше писати тексти для конкретного політика, спираючись на його мовної імідж. «Роль визначається як« стандартизована одиниця поведінки, локалізована в загальній системі дії ». Практично те ж визначення дає і Нейл Смелзер в своемтермінологіческом словнику: «Роль - поведінка, яка очікується від людини, яка займає певний статус» [6]. Для початку потрібно вибрати домінуючу роль, після чого можна виділити супутні або мікроролі для конкретної аудиторії, її очікувань і обставин, при яких буде виголошена промова. Звичайно, самопозиціювання політика і то, як його сприймає громадськість - різні речі, тому спічрайтер повинен не тільки по максимуму витягти важливі психологічні характеристики замовника при спілкуванні, але і враховувати результати опитувань громадської думки, різних рейтингів. На наш погляд, найбільш універсальна типологія ролей «вождя», «батька» і «вчителя». Її опис ми знаходимо в брошурі Г. Хазагерова «Партія, влада і риторика». Так, роль «вождя» передбачає не просто правління країною, а й наявність якоїсь великої мети, до якої вождь веде свій народ, перебуваючи з ним в тісному емоційному контакті. Тому часто в мові такого лідера акцент робиться на доводи до почуттів, емоцій громадськості, тобто до пафосу. Роль «батька» ставить лідера на чолі країни, як великої родини. політик, як старший в домі, бере на себе всю відповідальність за те, що відбувається. Така роль характерна для авторитарних правителів, які апелюють до логосу, тобто до логічних аргументів. Політик в ролі «вчителя» виступає як ідеолог для громадськості, використовуючи аргументи до етосу, тобто до моралі й етики. Звичайно, ці три ролі рідко зустрічаються в чистому вигляді, тому для спічрайтера важливо визначити місце замовника на тривимірній системі координат, де осями є ролі «вождя», «батька» і «вчителя». До домінуючої позиції можуть додаватися супутні ролі, які орієнтуються насамперед на тип аудиторії. На основі цих даних спічрайтер може створити відповідний мовної імідж замовника, щоб в майбутньому його мова була впізнаваною. Приступаючи безпосередньо до написання тексту, спічрайтер спочатку повинен чітко сформулювати основний явний теза виступу і посилити ефект виразом цієї тези у вигляді базової метафори. «Метафори засновані на перенесенні найменування за подібністю. Вони утворюються за принципом уособлення, упредметнення, відволікання і т. Д. Метафори повинні бути оригінальними, незвичайними, викликати емоційні асоціації, допомагати глибше усвідомити, представити подія або явище ». Цей прийом прихованого порівняння дозволяє зробити мова більш образної, краще зрозуміти головну ідею мови. Політична метафора як дзеркало відображає світосприйняття суспільства, його настрою, ставлення до держави. Підібравши підходящу базову метафору, спічрайтер зможе посилити вплив на аудиторію. Наприклад, в промови Барака Обами на 64-й сесії Генеральної Асамблеї в вересні 2009 року, явний тезу про те, що ситуація в світі досягла історичного моменту, асоціюється з метафорою про відкриття нового розділу в книзі, про те, що настає новий етап в історії світової спільноти: «Ми досягли поворотного моменту. Сполучені Штати готові відкрити нову главу міжнародного співробітництва - главу, в якій визнаються права і обов'язки всіх держав ». Крім явного тези виступу і розкривають його суть підтем, існують ще й неявні тези. Всі прямі слова спікера, його заяви і міркування - немов надбудова до основного фундаменту будівлі, на якому міцно повинна ґрунтуватися мова. Цей фундамент і складається з неявних тез, відображають світоглядну позицію, приховані наміри і судження оратора. Тут важливий насамперед психологічний контакт спічрайтера і його замовника. Так, грамотно вибудувана передвиборча промова крім явних закликів голосувати за кандидата, наприклад, буде містити і неявні тези про недоліки суперників, оціночні висловлювання з приводу їх діяльності. Ці тези читаються між рядків і формулюються за допомогою стилістичних, риторичних прийомів, графічних засобів, логічних посилок. Грамотний спічрайтер зможе оформити неявні тези замовника таким завуальованим чином, щоб вони не тільки надали потрібну дію на адресата, а й містили якомога менше приводів для полеміки і викриття. Наведемо невеликий уривок з промови Президента РФ Дмитра Медведєва на тій же 64-й сесії Генеральної Асамблеї в вересні 2009: «Нинішня сесія Генасамблеї ООН проходить у вкрай відповідальне і непростий час. Ми, без перебільшення, переживаємо один з переломних моментів розвитку сучасної історії. Крім економічної кризи, першого масштабного кризи епохи глобалізації, світової економічної та світовому розвитку в цілому продовжують загрожувати регіональні і локальні конфлікти, тероризм, транскордонна злочинність, дефіцит продовольства і зміна клімату. Наслідки кризи, незважаючи на те що він сповільнився, продовжує відчувати на собі більшість країн світу. І хоча найважчого сценарію вдалося, мабуть, уникнути, як і раніше відкритим залишається одне питання: яким чином будуть подолані величезні, накопичені в світовій і національних економіках дисбаланси і дефіцити - дисбаланси і дефіцити, які вимірюються трильйонами доларів ». З першого погляду може здатися, що в даному уривку йде об'єктивний виклад фактів. З іншого боку, емоційний фон уривка - негативний, негативний. Найчастіше президент вжив слова «криза» і «дефіцит» (по три рази), риторичний прийом повторів акцентує увагу на ці явища. Відчуття невпевненості і нестабільності підкреслюють обставини «мабуть», «як і раніше». Незважаючи на те, що президент описує ситуацію як «вкрай відповідальний час», брати на себе відповідальність він не поспішає, тому що крім кризи підриває стабільність тероризм, злочинність, зміна клімату. Створюється образ невинної, беззахисної жертви, невпевненої в своєму майбутньому. Тим більше, що в кінці уривка задається «питання», який стилістично оформлений як пропозиція, тобто неявно заявляється, що чіткі шляхи виходу з кризової ситуації ще не знайдені. Звичайно, глава держави не міг відкрито зізнатися в своєму безсиллі і бездіяльності, тому грамотно використані риторичні прийоми допомагають висловити приховані посили спікера і подати їх під таким кутом, що аудиторія емоційно підтримає говорить і буде на його боці. На наш погляд, в уривку мови Д. Медведєва закладений неявний тезу, що президент не винен, але завдяки певному риторичного оформлення аудиторія не судить його за це, а співпереживає. Досвідчений спічрайтер повинен написати текст таким чином, щоб сам виступ політика з цим текстом було сприйнято як перший позитивний результат, за яким обов'язково підуть інші. Тому коротко дамо загальні рекомендації з написання тексту. Аргументи повинні апелювати як до розуму, так і почуттів. Для підтвердження основної думки виступу краще використовувати три аргументи, менше не переконають, більше - забудуться. Пропозиції краще будувати коротко і просто, уникати громіздких конструкцій: складнопідрядних пропозицій, довгих причетних і дієприкметникових оборотів. Потрібно уникати двозначних виразів, підтверджувати головну ідею конкретними даними і доказами, але при цьому потрібно не забувати про конкретні речі, які не менш важливі для аудиторії, ніж основна суть. Образна мова краще сприймається і запам'ятовується, тому потрібно насичувати текст зображально-виразними засобами, але в міру: занадто сентиментальний фон може призвести негативний ефект. Драматичні ноти доречні в певних текстах, але все ж загальна подача інформації повинна бути позитивною, а невелика частка гумору розташує аудиторію до виступаючого. Вінець виступу - це кінцівка мови. Успіх виступу багато в чому залежить від того, на якій ноті воно закінчиться. Важливо сформулювати очікуваний результат, який потрібен політику після виголошення промови, визначити ефект, якого він домагається. На основі цього можна закінчити промову риторичним питанням, закликом, повтором основний думки, пов'язати кінцівку зі вступом. Головне для спічрайтера завжди пам'ятати, що він повинен відобразити точку зору політика з державної, політичної позиції на освітлювану їм проблему або подія. Багато що залежить від теми виступу, аудиторії, умов. Робота по написання тексту дуже індивідуальна, як і замовник. іноді спічрайтерів досить підготувати тільки тези майбутнього виступу, іноді доводиться писати розгорнуту мова. Багато навички та вміння приходять з досвідом. З досвідом приходить і вміння реалізувати головну мету роботи спічрайтера - зробити мова замовника впізнаваною і переконливою. Тютчев написав рядки: «Нам не дано передбачити, як слово наше відгукнеться», - професія спічрайтера полягає в прямо протилежному. У сучасній політичній системі слово є основною зброєю політичного діяча. Спічрайтингова діяльність в майбутньому буде затребувана, тому їй потрібно приділяти більше уваги в наші дні, більше вивчати і досліджувати.

**6.** Добрий день! Мене звуть Федір Овчинников, я підприємець з невеликого північного міста в Росії, місто називається Сиктивкар. Як правило люди з першого разу не можуть вимовити цю назву. Я сьогодні хочу розповісти вам про чотирьох найуспішніших кейсах в моїй маркетингової практиці. Після мого виступ ви можете задати ваші питання, я із задоволенням на них відповім. Анонсували питання і відповіді. Я розповім вам про те, як мені вдалося залучити покупця на 6 поверх, як я змусив розпещених сервісом корпоративних клієнтів купувати товар зі складу. Вас чекає розповідь про те, як за рік стати лідером локального ринку і запустити франчайзинг, і мій улюблений кейс - як ми зустрічали МакДональдс в Сиктивкарі, який називається Додстер проти Бургера. «Зміст» твоєї мови. Ти відразу інтригуєш слухачів, чіпляєш їх на гачок, щоб вони дослухали до кінця. Люди в залі і так дослухають до кінця, а ось люди на ютюбі закриють відео, якщо цього не зробити. А в такому випадку - додивляться до кінця. Разом: 4 кейса. Я думаю, що вони повинні бути вам цікаві, тому що у мене невеликий бізнес, який і сьогодні залишається невеликим, і я думаю, що ті проблеми, з якими я стикався вони знайомі багатьом: це брак часом фінансових ресурсів, людських ресурсів, брак досвіду ... Правило трьох. І в цих ресурсах малому бізнесу потрібно знаходити ефективні рішення в маркетингу ... У яких умовах у мене народжувалися найефективніші рішення? (Пауза) Риторичне питання. Можу сказати, що найкращі рішення які приймалися, вони з'являлися в ситуації безвиході, обмежених ресурсів, фінансових проблем. Правило трьох. Все почалося в далекому 2006 році. Хто знав тоді до чого це призведе? (Пауза) Риторичне питання. Отже, мій перший кейс називається.

**7.** Шановні жителі та гості нашого міста, як Вам вже відомо, нашій адміністрацією було прийнято рішення про будівництво заводу з переробки сміття. Безсумнівно, Ви вже чули різні думки щодо цього проекту. Давайте подивимося на цей проект всебічно. В останні роки наше місто динамічно зростає як по населенню, так і в промисловому секторі. Будь-яке зростання крім рішень несе і завдання. В даному випадку ця задача - сміття. Його обсяги зростають набагато швидшими темпами, ніж населення і промисловість. Згадайте, як часто Ви щось викидаєте. Це те, про що забувають численні мітингувальники, блогери і ті, хто вважає себе екологами. В останні кілька років актуальне питання - нові смітники або прогресивний і екологічний спосіб утилізації відходів. Звалища - це назавжди зіпсовані природні території біля нашого міста, це повітря, в якому присутні хімічні елементи результатів розпаду відходів, в тому числі і діоксини через хаотичного і неконтрольованого горіння. Що пропонують критики в замін звалищ?

Наша мета - високі екологічні та соціальні стандарти. Тому реалізація цієї мети - завод, який представляє собою компактний комплекс технологічних споруд за межею міста, що функціонують по найсуворішим світовим екологічним стандартам. Це підтверджується участю в проекті інвесторів міжнародного масштабу, залучити яких ми змогли, лише створивши проект найвищого екологічної якості. Наш з Вами завод функціонуватиме під постійним контролем персоналу, за відпрацьованим технологічним циклом переробки відходів різних категорій. Під кожен вид сміття розроблений свій технологічний цикл з постійним моніторингом продуктів переробки та їх нейтралізації.

Наша мета - максимально чиста переробка відходів і контроль екологічності процесу. Що краще - виконати цілі Мітіга і почати будувати сміттєзвалища за відсутністю альтернативи? А після їх споруди бачити сміттєві кордону нашого міста і вдихати летючі продукти розкладання. Або вирішити питання кардинально, один раз побудувавши спеціальний комплекс переробки результати роботи якого мінімальні і повністю утилізуються природним чином-як опале листя або вуглекислий газ або можуть бути перероблені в необхідні матеріали і використані повторно ?! Подумайте, кому вигідно зупинити правильне рішення цього завдання? Подумайте, що буде через кілька років, якщо не запустити завод зараз?

Уявіть наступ звалищ - ось наслідки популістських заяв, які виключають технологічне і безпечне для всіх нас вирішення питання. Давайте рухатися назустріч нашому екологічному майбутньому, нехай цей завод буде першим кроком в цьому напрямку!

8. 30 вересня 1452 року в німецькому місті Майнц світ побачила перша книга, яка вийшла з-під друкарського верстата, винайденого геніальним німецьким винахідником і ювеліром Йоганном Гутенбергом. Кожен, хто знайомий з друкарською справою, знає, що першою друкованою продукцією була Біблія. З величезним трепетом ставлячись до історії і розвитку друкарської справи, компанія щорічно проводить численні акції, приурочені до знаменних для всіх організацій, що випускають друковану продукцію, подіям. Не є винятком і 30 вересня, в цей день, компанія, що спеціалізується на цифровий друку, запрошує всіх бажаючих взяти участь у проведеній нею акції. Всі клієнти, які звернулися 30 вересня о офіс компанії, отримають значні знижки на всю замовлену ними продукцію, незалежно від її виду та кількості. Крім цього, всіх гостей чекають: розіграші, вікторини, цінні призи та пам'ятні подарунки. Мета акції - зацікавити суспільство історією розвитку друкарської справи, познайомити його з іменами, які сприяли появі в світі основного джерела знань - книги.

Компанія за зовсім нетривалий час свого існування, завдяки ентузіазму висококваліфікованих фахівців, впровадження на своєму виробництві найсучаснішого високотехнологічного обладнання, домоглася воістину приголомшливих результатів. За короткі терміни друкарнею був налагоджений випуск буклетів, освоєна друк брошур і книг. Завдяки злагодженій роботі всіх співробітників, оснащеній за останнім словом техніки цифрової друкарні, компанія заслужила довіру вітчизняних і зарубіжних політиків і бізнесменів, її вибрали в якості партнера багато відомих журналістів і фотографів, автори літературних творів, які стали бестселерами. З поліграфічним підприємством завдяки запровадженій нею на ринок такий незамінною в наш час послуги, як оперативна поліграфія, постійно співпрацюють посольства Італії, Іспанії та Колумбії.

**9.** Я приймаю світ таким, яким він є. Промовляючи мужньо, я формую події життя і керую ними так, як хочу. Я можу втілити будь-які найсміливіші ідеї. Життя гра. Я - гравець. У різних життєвих ситуаціях я сміливо граю різні ролі. Я жартома ставлюся до всіх метушливим життєвих ситуацій. Я завжди контролюю свою гру, тому я завжди на висоті. Навіть коли я зовні стурбований і серйозний, внутрішньо я при цьому спокійний. Я завжди спокійний і впевнений у собі. Я зберігаю здоровий глузд в будь-яких ситуаціях і сприймаю їх з посмішкою. У мене правильна постава і прямий погляд. Я говорю впевненим тоном, чітко і досить голосно. Кожен мій вчинок однозначний і пронизаний упевненістю. При спілкуванні з людьми я спокійний і доброзичливий. Коли я хочу - я можу бути відвертим, строгим і різким, зберігаючи при цьому спокій і впевненість у собі. Моя зовнішність представницька, а розум і глибина душі відчуваються на відстані. У спілкуванні з людьми я тримаюся гідно і скромно. Люди переймаються повагою до мене. Я можу вселити людям все, що хочу. Я можу викликати їх потенціал і направити його туди, куди треба мені. Я можу впевнено і переконано сказати: "Треба робити так, як я кажу!".

 Після того, як ви складете свій текст, періодично перечитуйте його вдумливо. Робіть це кожен день або хоча б через день і кожен раз перед відповідальними подіями вашого життя. Це дуже легко і займає максимум 5 хвилин. Читаючи текст, постарайтеся згадувати саме ті емоційні стани, які ви вкладали в кожне слово при складанні тексту. (Ось чому автором цього тексту повинні бути саме ви. Один і той же текст у різних людей викликає різні асоціації та емоції, тому він повинен бути індивідуальним, як бездоганно підігнаний костюм). Після прочитання ви відчуєте, як то настрій і та енергія, які ви намагалися в собі викликати, наповнюють вас. З кожним разом ви будете відчувати все більше і більше енергії в собі. Ви відчуєте, як насичуєтеся позитивними установками і виявите, що вам стає легше жити, що світ все більше піддається вашому впливу і що вам вже багато по плечу. Це дивовижне відчуття сили в собі!

      Дія такого самонавіювання схоже на дію допінгу, який викликає новий енергетичний стан, тільки без шкідливих наслідків.

      І ще. Часто ми розмірковуємо так: "Все це, звичайно, добре. Ну ладно, спробую з понеділка почати готуватися до підготовки написання чогось схожого на такий текст". Ми, намагаючись обдурити самих себе, втішаємося надіями, що наше життя починається з понеділка останній раз, тому що саме зараз у нас немає часу. Слова: "у мене немає часу" насправді означають: "у мене є справи важливіші", тому що кількість поточного часу у кожного з нас абсолютно однаково - рівно 24 години на добу. І ми самі вирішуємо, як ним розпорядитися. Якщо цей "останній понеділок" супроводжує нас усе життя і в інших справах, то це дуже схоже на помилку в одному з важливих життєвих принципів. А принципові помилки - вірні друзі невдах. Наше життя починається не з понеділка, а зараз і тут. У будь-якій справі важливий перший крок. Прямо зараз же сядьте і складіть свій індивідуальний текст. Можете взяти за основу вищенаведений зразок тексту на зростання впевненості в собі, відкинути думки, які вам не до душі, додати своїх власних ідей або написати текст заново, що цілком складається з ваших помислів. Сміливо довірте себе.

**10.** У російському суспільстві, особливо останнім часом, постійно лунають заяви про негативний вплив ЗМІ, перш за все ТВ, на психіку людей. Найчастіше зараз вимовляється словосполучення "інформаційна війна", під яким мається на увазі цілеспрямоване використання можливостей ТВ і інших ЗМІ для формування в свідомості глядачів або читачів негативного образу тих чи інших політичних діячів, партій і організацій.

Періодично також виникають дискусії про більш широкому руйнівну дію змісту і методів ЗМІ на психічне здоров'я, моральність і світогляд особистості. На жаль, подібні дискусії і заяви найчастіше мають емоційно-розпливчастий характер, не спираються на правильно зібрані і проаналізовані факти, не використовують сучасні наукові підходи.

Громадська експертна рада сприяння формуванню здорового соціально-психологічного клімату при Адміністрації Нижегородської області, стурбований тими даними сучасної соціально-психологічної науки, які показують як реальну силу ЗМІ у впливі на свідомість і психіку людей, так і цілий ряд негативних наслідків такого впливу, зробив спробу застосувати наукові дані і методи до аналізу конкретного ТБ-продукту, щоб створити прецедент обгрунтованого і доказового підходу до захисту психічного і соціального здоров'я росіян.

Представники громадської експертної ради вже другий рік беруть участь у спільній німецько-російській програмі з вивчення проблеми "Насильство та ЗМІ" в рамках співпраці Нижегородської області і землі Північний Рейн-Вестфалія. Восени минулого, 1998 року, відбувся перший семінар в Нижньому Новгороді, а другий семінар був проведений в Кельні, Дюссельдорфі та Бонні в травні 1999 р Вивчення досвіду німецьких колег, добре показує, що свобода слова і інформації не тотожна безвідповідальності і розбещеності, і спонукало нас на ініціативні дії.

Ми виходимо з уявлення, що деструктивне інформаційний вплив можливо не тільки як цілеспрямована маніпуляція (обман, наклеп, навмисне вплив на несвідомі структури психіки і т.п.), але і як інформаційне забруднення соціально-психологічної екологічного середовища людини, що створюється в результаті гуманітарної та психологічної непідготовленості виробників і розповсюджувачів інформації, а нерідко і в результаті безпринципною гонки за прибутком і споживачем (глядачем, слухачем, читачем).

Як об'єкт експертизи ми вибрали дві з найбільш відомих і "глядабельних" передач, що мають до того ж документальний характер, тобто начебто "чисто" інформаційних, - "Вечір важкого дня" і "Полудень важкого дня" телекомпанії "Мережі НН" (повний текст експертизи дивіться на сайті ОЕС). Це не означає, що ми залишаємо поза увагою решту нижегородського телеефіру. Експерти громадської ради завершують найближчим часом більш широке пілотне дослідження, засноване на аналізі записи трьох добових програм каналів "Мережі НН", "Волга" і "НТВ".

Які ж основні результати дала соціально-психологічна експертиза зазначених програм?

Вона не виявила суттєвих і прямих порушень ст. 4 Закону Російської Федерації "Про засоби масової інформації", хоча є підстави стверджувати, що ряд сюжетів при більш ретельному юридичному аналізі може бути пов'язаний з порушенням таємниці слідства і з розголошенням відомостей про здоров'я особистості (порушення лікарської таємниці).

У той же час аналізовані програми містять значну кількість властивостей і прийомів, що створюють у глядачів спотворене і негативне уявлення про реальність, що стимулюють негативні і деструктивні емоції і установки.

Самі назви програм вселяють безвихідь і односторонньо підкреслюють труднощі життя. Постійним рефреном звучать у передачі слова про "труднощі" будь-якого дня, включаючи навіть вступні вітання ведучих: "Не можу сказати вам" Добрий вечір ", оскільки" Вечір важкого дня "не може бути добрим" ( "Вечір важкого дня", 1.12.99 , 2.12.99).

Віддаючи належне мистецтву каламбуру, проявленого в таких зверненнях до глядачів, необхідно підкреслити, що в усному виконанні ця фраза чується і сприймається як набагато більш узагальнена: "Не можу сказати вам" Добрий вечір ", оскільки вечір важкого дня не може бути добрим". В даному випадку простежується або безвідповідальне ставлення до психологічних особливостей сприйняття аудіо- та відеоінформації, що відрізняється від сприйняття письмового тексту, або пряме зловживання цими особливостями. Подібні фрази про "труднощі" дня повторюються і в деяких коментарях в ході програми.

Експертіруемих програми демонструють соціально-патологічні моделі поведінки, аж до конкретних способів вбивств або самогубств, іноді навіть з підбурюванням до подібної поведінки ( "Вечір важкого дня", 29.11.99. - "Ми будемо розповідати про тих [політиках], хто готовий стрибнути з дев'ятого поверху "). Журналісти або не знають про наслідувальних механізмах в людській психіці, або підсвідомо прагнуть до збільшення кількості сюжетів для своєї програми.

Широкомасштабні дослідження, проведені в США соціологом Девідом Філіпсом переконливо довели, що число скоєних насильницьких злочинів і вбивств різко збільшується після широкого висвітлення ЗМІ актів насильства і їх результатів. Доведено, що існує тенденція поширення відбитого в ЗМІ агресивного настрою на що мають спільні риси людей, причому агресія може бути спрямована як проти себе, так і проти іншого.

Дана тенденція посилюється ефектом документалізма. Відомі факти коли дебютом предкрімінальной стану майбутнього злочинця ставало стан, яке він переживав, спостерігаючи види жертв реальних подій чи злочинам, як в житті, так і по телевізору. (Див. Сексуальні злочинці: Збірник статей. М., 1992)

Люди схильні наслідувати приклад тих, хто на них схожий. Доказом потужного впливу вчинків "схожих інших" на поведінку людей містяться в статистиці самогубств, зібраної Д. Филипсом. Ця статистика показує, що після широкого висвітлення ЗМІ інформації випадків самогубств досить велике число тривожно налаштованих індивідів, в чомусь схожих на самогубця, вирішують вбити себе (див. Чалдіні Р. Психологія впливу. СПб., 1999).

Широта освітлення вбивств і самогубств в експертіруемих програмах забезпечується їх повторами (з "Вечори" в "Полудень") і шокуючими подробицями проісшедшего.Постоянной, по суті справи, стильовою рисою передач є експлуатація шокових емоційних подробиць демонструються подій.

В цілому ряді сюжетів ( "Вечір важкого дня", 1.12.99. - Бійка двох братів; вбивство батька сином; ( "Вечір важкого дня", 29.11.99. - Замерзлий труп; "Вечір важкого дня", 30.11.99. - знесена голова сторожа) камера зосереджується на калюжах і плямах крові на підлозі і на стінах, неодноразово показуються і самі травми або деталі трупа. Негативні наслідки сильних негативних емоційних вражень можуть бути найрізноманітнішими: від посилення депресивних станів до очерствленія сприйняття (див. наступний пункт) .

Розглянуті передачі вносять очевидний вклад в формування емоційного байдужості і зниження моральності, оскільки концентроване зображення наслідків злочинів та нещасних випадків двічі в день, згідно з численними дослідженнями, знижує психологічну і моральну чутливість глядачів. Особливо показова (з досліджених) в цьому відношенні одна з передач "Полудень важкого дня", в якій протягом 20 хвилин продемонстровано три трупи, два тяжкопоранених людини і звучить розповідь про жінку, з якою "злізла шкіра" через п'яного самопідпалу.

Тематика і зміст аналізованих програм представляються психологічно небезпечними і в тому відношенні, що в контексті великого потоку бойовиків і трилерів в телеефірі вони виявляються мимовільною "додаткової серією по вихованню жертв". Констатуючий і описовий характер передач, що не включає інформацію щодо запобігання або уникнення насильства і нещасних випадків, створює передумови для формування песимістичного настрою і пасивної поведінки у глядачів. Найбільшої шкоди це може принести тим, у кого подібний настрій і поведінку були сформовані раніше і закріплені особистим досвідом.

Експертизою також виявлені етичні порушення і порушення особистих прав громадян, особливо в порівнянні з існуючими кодексами поведінки ЗМІ і журналістів в зарубіжних країнах.

У репортажі про самораненіі колишнього "афганця" ( "Вечір важкого дня", 29.11.99) у відкритий ефір йде інформація про ймовірне лікарському діагнозі, що неприпустимо ні з юридичної, ні з етичної точок зору.

Цей же репортаж представляє і приклад порушення журналістської етики. Репортери наполегливо переслідують лікаря "швидкої допомоги", намагаючись домогтися від неї будь-якої додаткової інформації. Багато сюжетів знімаються без прямої згоди постраждалих або учасників подій, що добре видно, наприклад, у сюжеті про побитого 4-річну дитину, де камера щось "підглядає" в кімнаті, а мати дитини зачинив двері (сюжет повторений двічі: "Полудень важкого дня "," Вечір важкого дня ", 30.11.99).

Практично всі сюжети "Вечори важкого дня", що йде після 23:00, дублюються в "півдня важкого дня", що виходить в ефір о 12:00 дня. Шокуючі і образливі для психіки і моральності сюжети стають, таким чином, легко доступними для дітей молодшого та шкільного віку.

**11.** Об'єктом досліджень була група учнів 6-х класів в кількості 41 людини. Вік - 12-13 років. Експеримент проводився індивідуально з кожним учнем на уроці, або в перервах між уроками.

Спочатку учням пропонувався повний варіант Колірного тесту відносин А.Еткінда, де вони ранжирували все 8 кольорів в порядку відповідності цих квітів своїм настроєм, актуальною і ідеальної самооцінці [2], а також двічі, на початку і в кінці дослідження, ранжирували кольору тесту Люшера в порядку переваги. Потім випробувані оцінювали себе на даний момент і в ідеалі за шкалами 21-шкального особистісного семантичного диференціала (ЛСД).

Результати по ЛСД узагальнювались по основних факторів: Оцінка, Сила і Активність, а також обчислювався рівень задоволеності собою по кожній з шкал - як різниця між ідеальною і актуальною самооцінками. Вся матриця отриманих результатів була піддана математичній обробці методом рангової кореляції Ч. Спірмена.

Надалі при інтерпретації зв'язків словами "оцінює себе" ми будемо позначати зв'язок з актуальною самооцінкою, "хотів би стати" - зв'язок з ідеальною самооцінкою, "не задоволений" - зв'язок з різницею ідеальної і актуальною самооцінок.

Як випливає з аналізу алгоритму інтерпретації тесту Люшера (Люшер М., 1996; Тимофєєв В.І., Філімоненко Ю.І., 1985), випробовувані схильні віддавати перевагу квітам, які відповідають їх психологічним потребам, і відкидати суперечать їм. Отже, ранги квітів в розкладці символізують як актуальне, так і бажані стану випробуваного. Ці положення яскраво демонструються відповідністю між наданням переваги кольору і аспектами Я - концепції.

Резюмувати результати зв'язків по обидва розкладками можна наступним чином. У першій розкладці синій пов'язаний з низькими домаганнями на "Силу", тобто вольові характеристики своєї індивідуальності; в другій розкладці він пов'язаний з низькою самооцінкою своїх моральних якостей (фактор «Оцінка») і домаганням на велику "рішучість" і "самостійність". ( "Я не хочу бути вольовим, хотів би стати більш незалежним, і мене нема за що любити").

У першій розкладці зелений пов'язаний з незадоволеністю своїми "вольовими" якостями, але не претендує на "діяльність"; в другій розкладці він пов'язаний з низькою оцінкою своєї сумлінності і вольових якостей і високою оцінкою "енергійності". ( "Я невпевнений, недобросовісний, але енергійний").

У першій розкладці червоний пов'язаний з потребою стати "поступливішим"; в другій розкладці він пов'язаний з високою оцінкою своїх екстравертних і "енергетичних" характеристик і з незадоволеністю своєю недостатньою "поступливістю" і "доброзичливістю". ( "Я енергійний і товариський, але непоступливий і не завжди доброзичливий").

У першій розкладці жовтий пов'язаний зі зниженням самооцінки і незадоволеністю своєю низькою "силою" і "чуйністю"; в другій розкладці він пов'язаний з низькою оцінкою своєї "рішучості". ( "Я недостатньо вольовий і рішучий").

У першій розкладці малиновий пов'язаний з підвищеною самооцінкою за моральними, вольовим і "активносних" характеристикам; в другій розкладці він пов'язаний з задоволеністю своїми вольовими характеристиками і не відчуває проблем з "залежністю". ( "Я чудовий і вільний").

У першій розкладці коричневий пов'язаний з замкнутістю, бажанням бути "тихіше", але незадоволеністю своєю "млявістю"; в другій розкладці він пов'язаний з наданням переваги "замкнутості", небажанням стати "гучним", низькими домаганнями на вольові і "енергетично-екстравертні" якості. ( "Я хочу бути непомітним, тихим, не хочу проявляти волю і активність").

У першій розкладці сірий пов'язаний з домаганням на "впертість" і "незалежність"; в другій розкладці він пов'язаний з незадоволеністю своєю недостатньою "активністю". ( "Я хочу бути незалежним, але занадто пасивний").

У першій розкладці чорний пов'язаний з домаганням на негативізм, небажанням стати "сильніше" і "краще"; в другій розкладці він пов'язаний з не стурбованістю своїми моральними якостями. ( "Я досить сильний, хочу бути емоційно незалежним, і мені байдужі мої моральні якості").

Наведені вище зіставлення демонструють чіткі смислові збіги (але не тотожність) між семантикою кольорів в обох розкладках. Ці характеристики збігаються і з літературними даними. Так, про високу самооцінку, пов'язаної з оцінкою себе малиновим кольором каже А.Еткінд (Бажин Е.Ф., Еткінд А.М., 1985); червоний колір прийнято пов'язувати з активністю і екстраверсія (Nelson, G.G., Pelech, M.T., Foster, S.F., 1984; Robinson, C., 1975); коричневий, згідно М.Люшера, пов'язаний з регресивними тенденціями в поведінці (Люшер М., 1996); чорний колір М.Люшера зв'язується з тенденцією до негативізму і запереченням всіх інших потреб (там же); сірий М. Люшер пов'язує з потребою в самоізоляції (там же); а зелений з потребою в вольовому напрузі (там же). Щодо синього і жовтого кольорів однозначні аналогії привести важко. У нашому дослідженні перевагу обох пов'язано зі зниженою самооцінкою моральних і вольових якостей. Для синього подібне тлумачення природно. Для жовтого цей результат несподіваний.

У зв'язку з цим необхідно відзначити, що в літературі з даного питання термін "самооцінка" найчастіше розглядається саме як "ступінь задоволеності собою". Такого погляду дотримувався У.Джеймс, який уперше дав наближене операциональное визначення "самоповаги" як результату "поділу" "успіху" на "домагання" (Джемс У., 1982). Цього погляду дотримується Р.Мейлі, стверджуючи, що "... ступінь задоволеності собою, або самооцінка, має велике значення для поведінки і внутрішньої динаміки людини" (Експериментальна психологія, 1975). По суті ця ж ідея, але тільки взята в контексті опосредованности самосвідомості структурою діяльності, міститься в концепції "сенсу Я", запропонованої В.В. Столін. Він розглядав сенс "Я" як "відношення (або зіткнення) власних якостей, властивостей з мотивами і цілями суб'єкта ... В результаті у суб'єкта формується ставлення до самого себе" (Столін В.В., 1983, с. 153). Цей перелік резюмує цитата з Р. Бернса: "Я-концепція - це сукупність всіх уявлень індивіда про себе, сполучена з їх оцінкою. Описову складову Я-концепції часто називають образом Я або картиною Я. Складову, пов'язану зі ставленням до себе або до окремих своїх якостей, називають самооцінкою або прийняттям себе. "(Бернс.Р, 1986, с. 30-31). Цей же автор в якості першого чинника, істотного для розуміння самооцінки, виділяє "зіставлення образу реального Я з образом ідеального Я, тобто з уявленням про те, якою людина хотіла б бути" (там же, с.36). Таким чином, термін "самооцінка" у цитованих авторів розкривається як ставлення до себе, що виражає динамічне напруження між бажаним і актуальним чином "Я". Саме до такої інтерпретації розкладок тесту М.Люшера підводять нас і результати зробленого дослідження. Ми цілком усвідомлюємо те, що феномен самооцінки не обмежується тільки ставленням до себе [4], але розгляд інших компонентів виходить за рамки нашого дослідження.

Таким чином перевагу того чи іншого кольору вже пов'язано цілком певним чином зі структурою Я - концепції. Це демонструють кореляції між місцем кольору в розкладці і різними аспектами самооцінки за семантичним диференціалу. З актуальною самооцінкою отримано 19 значущих кореляцій, з ідеальною - 19, з їх різницею - 20. Це і означає, що вибір або відкидання квітів відображає не тільки актуальне, але і бажаний стан Я-концепції, а також ступінь задоволеності собою. Чи правомірно, таким чином, говорити про ранжування квітів по перевазі як про наявність імпліцитно існуючої у випробуваного моделі "бажаного (або ідеального) справжнього".

Здається, що важко знайти найкраще підтвердження тези Гете про чуттєво-моральному впливі квітів, якщо навіть просто перевагу або відкидання їх пов'язані з характеристиками типу "Добрий - злий", "Чесний - брехливий", "Чуйний - черствий", "Вольовий - безвольний" і т.п. в самооцінці.

**12**. Як дізнатися, що Ви дійсно потребуєте допомоги психотерапевта? Кожен у своєму житті обов'язково відчуває напруженість, невдачі, печалі і стреси. Психотерапія зовсім не служить тому, щоб зробити життя людини безтурботним. Якщо у Вас немає можливості влаштуватися на ту роботу, яку б хотілося психотерапія тут ні при чому. Але якщо Ви постійно відчуваєте страх, що не зможете пройти співбесіду перед прийомом на роботу, або конфлікти в колективі стали для Вас звичайною справою, фахівець може Вам допомогти.

Психотерапія доречна у випадках, коли труднощі і проблеми виникають зсередини Вашої особистості, є похідними Вашого характеру, коли щось блокує Вас перед лицем реальної повсякденному житті. Деяких людей призводять до психотерапевта напади тривоги, інші звертаються через те, що їх життя втратило сенс. Хтось хоче позбутися нав'язливих звичок і страхів, хтось набути впевненості в своїх силах.

Основою справжньої психотерапії є переконаність в тому, що кожна особистість має вроджену здатність до зростання, самопізнання і вибору. Зростання або саморозкриття це природна умова життя і синонім психологічного благополуччя. Якщо цей процес зростання виявляється блокованим або здійснюється в умовах придушення, людина відчуває внутрішнє відчуття дисгармонії.

У психотерапії досліджуються причини, за якими це відбувається, і як люди можуть самі ставити перепони особистісного росту. Розкриваючи чинники, що заважають зростанню, психотерапія може допомогти людям позбутися від тих обмежувальних установок, які вони самі поклали на себе. Моральне значення психотерапії в тому, що вона допомагає людям прийняти на себе відповідальність за свою самореалізацію, до якої вони покликані хоча б по факту своєї приналежності до людського роду.

Не можна розглядати психотерапію як пасивну присутність, в той час як фахівець буде Вас "лікувати" або "вчити". Швидше це спільна робота, де психотерапевт є каталізатором і провідником в Ваш внутрішній світ, де Ви отримаєте можливість досліджувати власні перешкоди до зростання над собою. Він допоможе Вам краще контролювати себе, реалістичніше оцінити Ваші можливості. Психотерапевт не повинен робити щось за Вас. Коли Ви наважуєтеся перекласти відповідальність з себе на фахівця це не справжня психотерапія.

Варто взяти до уваги і те, що психотерапія не може змінити Вас повністю. Деяким фахівцям вдається тимчасово полегшити симптоми - пригніченість, боязкість або сексуальні проблеми - але іноді це тільки перепочинок, можливість "ухилитися" від того, що дійсно заважає Вам у Вашому особистісному зростанні. Іноді прибираючи труднощі, ми тільки маскуючи їх або віддаляємо їх справжнє рішення. Справжньою метою є відновлення Вашої можливості справлятися з проблемами самостійно.

Цілі та очікування

Вирішити питання в принципі - звертатися за психотерапевтичної допомогою чи ні, і в яких формах вона може бути надана Вам - все залежить від Ваших цілей і очікувань. Шанси на успіх терапії значно зростають, якщо Ви відчуваєте, що саме цей підхід і саме цей фахівець найбільше відповідає Вашим запитам і тієї ситуації, в якій Ви опинилися. Ви завжди вправі висловити, що ви хочете, але у Вас існує обов'язок перед самим собою не вимагати або не брати того, що загрожує Вашої цілісності. Не всі, що допомагає Вам, є найкращим для Вас.

Наприклад, приймаючи транквілізатори, Ви зменшуєте тривогу, але збільшуєте для себе ризик звикання. Дозволивши психотерапевта прийняти рішення за Вас, Ви пом'якшує свою готовність відповідати за наслідки, але відвикати діяти самостійно. Тому, звертаючись за допомогою, завжди намагайтеся мати перед собою Вашу кінцеву мету.

Психотерапія може збагатити Ваше життя. Вона може стати чудовим пригодою. Однак, як і будь-яка подорож, яке Ви збираєтесь робити, вона несе в собі елемент невідомості. Ви повинні бути готові, що перед Вами оживуть, здавалося б, забуті події Вашого життя, Вам доведеться працювати, навіть якщо здається, що ви застрягли і немає ознак поліпшення, Вам належить витерпіти труднощі, починаючи жити по-новому.

Психотерапія вимагає часу, зусиль і сміливості. Цей "вимагає" аспект психотерапії може здатися Вам важким, особливо якщо Ви починаєте, перебуваючи в стані сильного розладу. Коли Ви відчуваєте пригніченість або тривогу, Вам хочеться негайного поліпшення. Вам хочеться, щоб в цьому стані хтось подбав про Вас. У цьому випадку психотерапевт може не встояти перед спокусою - підтримати Вас морально, радою або таблетками і Ви підете щасливими додому. Можливо, турбота такого роду є те, що Вам потрібно, але це не психотерапія.

Для того, щоб уникнути подальших розчарувань, Ви повинні вирішити для себе основне питання - що Вам потрібно: щоб про Вас дбали або щоб Вас навчили піклуватися про себе? Не варто сподіватися на те, що психотерапія вирішить Ваші проблеми. Вона не прибере труднощів з Вашого життя, але допоможе Вам гідно зустріти їх. Неможливо зробити так, щоб грубіяни і недоброзичливці зникли з вашого шляху. Несправедливостей і несподіваних розчарувань в майбутньому вам уникнути не вдасться. Однак чим більше підготовленим, мудрим, гнучким і вільним Ви станете, тим багатшою і цікавою стане Ваше життя. Пройдений психотерапевтичний курс з'явиться основою Вашого щастя, розширивши горизонти Вашого сприйняття реальності і відкривши Вам шлях до вільної можливості вибору свого шляху.

Кому з нас є сенс піти до психотерапевта?

Люди замислюються про можливість вдатися до психотерапії з багатьох причин. Більшість звертається в ситуації серйозного страждання і потребує допомоги для звичайного повсякденного існування. Інші не відчуває настільки вираженого страждання, але вони хочуть більше досягти успіху в житті. Деякі приходять тому, що хочуть розібратися в собі, а третім просто цікаво дізнатися про психотерапії побільше.

Іноді люди звертаються до психотерапевта не тому, що їм потрібне лікування, вони хочуть просто переконатися, що вони "нормальні", а то і поступаючись тиску з боку подружжя або батьків. Перш ніж вирішити звернутися до психотерапевта, зрозумійте свої причини. Чим більш серйозним виявиться Ваше бажання пройти курс, тим більш корисним він виявиться для Вас. Ті, хто звертається до фахівця, тільки поступившись натиску інших, по-справжньому не готові приступити до самопізнання, не зможуть бути відкритими і не захочуть змінити себе.

Перш за все, слід усвідомити, що ваше погане емоційне самопочуття є позитивна ознака. Люди, які дозволяють собі відчувати почуття, замість того, щоб блокувати або пригнічувати їх, зробили перший крок у напрямку до психотерапії. Чим більше Ви усвідомлюєте своє страждання, чим виразніше для Вас неможливість залишатися в своєму нинішньому положенні, тим сильніше буде Ваше бажання щось змінити у своїй долі.

Іноді про психотерапевтів говорять, що ідеальним клієнтом для них є той, хто найменше потребує психотерапії. Такий ідеальний тип позначається як "МІППОС" - молодий, інтелігентний, привабливий, успішний, відкритий, балакучий. Такого роду твердження, іноді виходить від самих психотерапевтів, є лише спробою виправдання їх невисокої кваліфікації розпізнавання глибинних душевних проблем або небажання працювати з тими, хто не належить до багатих чи інтелектуальним елітарним типам. Проте, в значній, якщо не вирішальною мірою, успіх психотерапії залежить від Вас самих.

Психотерапевт здатний надати допомогу тільки тому, хто хоче цієї допомоги. Психотерапія здатна допомогти всім, хто готовий докласти зусиль для того, щоб досягти значних результатів щодо зміни себе.

починаючи психотерапію

Почати психотерапію не так-то легко. Перш за все, незрозуміло, з чого саме починати, як знайти хорошого фахівця, що йому сказати і що належить робити в процесі психотерапії. Вас також турбує, як поставляться до Вашого рішенням інші люди. Вам належить подолати власну летаргічний застившесть, зробити зусилля. Почати - значить виділити час, почати планувати нову діяльність, піддатися незнайомим переживанням, і, що важливо, зважитися на фінансові жертви.

Якщо Вас почнуть долати сумніви, може виникнути спокуса відкласти психотерапію до того, коли стан стане зовсім вже нестерпним. Але забарився, ви втрачаєте перевага, тоді Ви втратите свободу вибору, у Вас не буде можливості озирнутися в пошуках найбільш відповідного варіанту, Ви ризикуєте потрапити до першого ж, хто попадеться на вашому шляху, в прагненні негайно полегшити свій стан. Чим більше Ви зволікайте у своїй зневірі, тим більше послаблюються Ваші здібності працювати в процесі психотерапії. Наростаючі проблеми стають занадто важкими для того, щоб їх вирішити.

Почати терапію легшає, коли Ви ясніше уявляєте те, що Ви хочете. Вам варто отримати інформацію про всі можливі професійних підходах до вирішення Вашого стану і заздалегідь виключити явно невідповідні для Вас. Коли Вам відомо, що фахівці, які можуть Вам допомогти, доступні для Вас, страх перед вибором стає значно менше. Чи не бійтеся, коли зустрічаєтеся з психотерапевтами. Пам'ятайте, що хоча він є професіоналом, а Ви клієнтом, але Ви саме той, хто купує його послуги. У Вас є не тільки право запитувати про все, але і обов'язок перед собою отримати те, що ви хочете.

Нехай Вас не турбує те, яке враження Ви надасте на психотерапевта. Значно важливіше те, яким він здасться Вам. Якщо у Вас виникають будь-які збентеження, можливо ще раз озирнутися в пошуках правильного фахівця. Якщо ж Ваш вибір виявиться невдалим, це не може стати чимось, що пов'язує Вас. Ви завжди можете припинити курс і спробувати ще раз.