

Откажитесь от сценария

Венди Уэббер (Wendie Webber Ditch the Script)

Оглавление

Зачем читать эту книгу?.....	6
ЧТО ГОВОРЯТ ДРУГИЕ	7
5 из 5 звезд!	7
Наполнена ценной информацией для практикующего гипнотизера	7
Путешествуйте налегке с "Наставником в кармане".	8
Ориентирован на сердце клиента и гипнотерапевта.....	8
Вы тоже можете построить успешный бизнес.....	8
Ценный ресурс, который может преобразить Вашу практику	9
Помогая практикующему гипнотизеру определить силу гипноза	9
ГЛАВА 1: Успех зависит от аашей установки	10
Препятствие №1 — Гипноз	11
Измените свое представление о гипнозе.	12
Препятствие №2 — Клиент.....	13
Измените свое отношение к клиентам.	14
Препятствие №3 — Результаты.....	14
Измените то, как вы думаете о результатах.	14
Ваш успех всегда зависит от вашего настроения.....	15
Глава 2: Квалифицируйте своих клиентов	16
В чем проблема?.....	16
3 балла в R-R-Результатах.....	18
Разумность	18
Правильность	19
Готовность	21

Резюме	22
ГЛАВА 3: Важнейшие уточняющие вопросы	22
Вопросы для предварительной оценки	24
1. В чем проблема?	24
2. Почему это проблема?	25
3. Насколько это серьезная проблема?	25
4. Что вы можете рассказать мне о гипнозе?	27
5. У вас, вероятно, есть какие-то вопросы ко мне...	27
Три важных аспекта.....	28
6. Если бы мы продолжили как скоро, в идеале, вы хотели бы приступить к работе?	29
Резюме	30
ГЛАВА 4: Изучите историю болезни	30
Терапевтические отношения	31
Подготовьтесь к терапевтическому контракту.....	32
Сделайте это безопасным.....	33
Происходит Гипноз	34
Формируйте альянс.....	35
Происходит регрессия.....	36
Абреакции случаются	37
Насколько оно сильное?.....	39
Паника!	39
Используйте самовнушение.....	41
Переосмыслить.....	42
Если вы волнуетесь...	42
Временные вложения.....	43
Резюме	44
ГЛАВА 5: Оценка вводного занятия	45

Оцените взаимопонимание	46
Оценивайте вербальные и невербальные реакции	46
Оцените эмоциональную стабильность	47
Оцените эмоциональную связь	47
Упражнение на ощущение	47
Упражнение на заземление	49
Оцените ожидания.....	50
Резюме	50
ГЛАВА 6: Ключи к разрешению симптомов	51
1. В чем проблема?.....	51
Простые проблемы.....	52
Сложные проблемы.....	52
Травма	53
Синдромы.....	54
Эффект снежного кома.....	55
2. Когда началась проблема?	55
Завершение основы предложения.....	57
3. Что еще вы пробовали?	58
Прошлые неудачи	59
Сопrotивление технике.....	60
Когда возникает сопротивление, всегда есть причина.	60
Что насчет сейчас?	61
4. Как эта проблема влияет на вас в повседневной жизни?	62
5. Занимаетесь ли вы духовной практикой?.....	63
6. Каким было детство?.....	64
Не ходите туда!	64
Не помню	65
История жестокого обращения.....	65

Семейная система	65
Модели привязанности	66
Надежная привязанность	67
Избегающая привязанность	67
Амбивалентная или тревожная привязанность	67
Неорганизованная привязанность	68
7. Значимые другие?.....	68
Дети	68
8. Принимаете ли вы какие-либо лекарства?	69
Антидепрессанты	69
Вещества для отдыха	71
9. Чего вы надеетесь достичь в результате нашей совместной работы?	71
10. Есть еще что-нибудь, что, по-вашему, мне следует знать?	72
Резюме	72
ГЛАВА 7: Подготовка к завершению	73
Терапевтическая цель.....	74
Несколько проблем.....	75
Условия для изменений.....	77
Формулируйте предложения.....	79
Установите основные этапы изменений	80
Краткосрочные стратегии преодоления	80
Протестировать результаты.....	81
Преимущества перемен.....	82
Составьте список.....	82
Будьте конкретны.....	82
Используйте силу воли	83
Почувствуйте	83

Преимущество Большого взрыва.....	84
Резюме	84
ГЛАВА 8: Настройтесь на работу по прощению.....	86
Ключевые игроки	86
Качество отношений	86
Другие игроки	87
Прощение	87
Идеи и доказательства.....	87
Резюме	87
ГЛАВА 9: Откажитесь от сценария	88
Глазурь на торте	88
Терапевтическая цель.....	89
Преимущества перемен.....	89
Условия для перемен	90
Соедините точки.....	91
3 Рупии в итоговом обзоре	91
Первое слово в обзоре имеет отношение к делу.	91
Вторая часть обзора - "Откровение".	92
Третий пункт обзора - Подкрепление.....	94
Откажитесь от сценария.....	95
Резюме	96
ГЛАВА 10: Подготовка к следующему сеансу.....	97
Три важные вещи	99
Предварительная регистрация.....	99
Лучше.....	100
Хуже.....	100
Взлеты и падения	101
ГЛАВА 11: Выводы	102

Вот и все.....	103
Каков следующий шаг?	103

Зачем читать эту книгу?

Входная дверь была распахнута настежь, а мамы нигде не было видно. Я стояла там, наверху лестницы двухэтажного дома моей семьи, понимая, что внизу, у подножия этой лестницы, меня ждет целый мир, который я хочу исследовать! И я шагнул вперед, скатившись по лестнице.

Этот первый шаг был настоящим потрясением. В тот день, в нежном возрасте полутора лет, я усвоил важный урок.

"Просто сделай это!" - не всегда лучшая стратегия.

Вы, наверное, знаете это. "Просто сделай это!" - культовый слоган, созданный компанией спортивной одежды Nike. Эти три волшебных слова быстро стали культурным мемом. Но знаете ли вы, что фраза была вдохновлена последними словами печально известного убийцы? Это правда. Незадолго до того, как его казнила расстрельная команда, серийный убийца Гэри Гилмор, по слухам, сказал: "Давайте сделаем это!"

Если вам посчастливилось быть фанатичным человеком типа "чертовы торпеды", "Просто сделай это" может стать вашим путем к успеху. Но для многих из нас "Просто сделай это" может показаться слишком подавляющим. Может показаться, что ты вот-вот нырнешь на глубину... к акулам.

В то время как некоторые люди лучше всего учатся, закатывая рукава рубашки и ныряя прямо в драку, я не из их числа. Опыт научил меня, что если вы хотите, чтобы ваши сеансы гипнотерапии проходили гладко, вам нужно все подготовить к тому, чтобы они происходили.

Вам нужны клиенты, с которыми вы могли бы добиться успеха?

Вы хотите чувствовать себя уверенно, руководя программой исцеления?

Вы хотите мощно завершать каждое занятие, даже не прибегая к сценарию?

Если необходимость "просто делать это" для вас равносильна расстрелу, эта книга для вас. Если вы относитесь к тому типу людей, которым требуется больше времени, чтобы разобраться во всем или более мягко приступить к процессу исцеления, я написал эту книгу для вас. В ней я

собираюсь показать вам, как организовывать и завершать сеансы гипнотерапии, даже не прибегая к сценарию.

Сейчас вы откроете для себя простые, практичные решения, которые сможете сразу же использовать, чтобы настроить себя на более успешное проведение программы гипнотерапии. Это то, что помогло мне в моей практике регрессионной гипнотерапии. Они помогли мне чувствовать себя более уверенно, руководя процессом исцеления, получать премиальные гонорары и развивать бизнес, основанный на рекомендациях.

Они могут помочь и вам.

ЧТО ГОВОРЯТ ДРУГИЕ

5 из 5 звезд!

"Еще больше замечательных мудрых слов от Венди Уэббер в ее второй книге "Откажись от сценария". Ее квалифицированное обучение и рекомендации принесут пользу любому гипнотерапевту, желающему улучшить свои навыки регрессии и повысить уверенность в себе, независимо от того, где он находится на своем пути. Венди - чрезвычайно знающий, уважаемый и высококвалифицированный гипнотерапевт по регрессии и тренер по гипнотерапии, которую я очень высоко ценю. Кроме того, у нее есть возможность поделиться своим опытом в поучительной и простой для понимания форме в обеих своих книгах, которые я настоятельно рекомендую и ставлю 5 звезд из 5 возможных! ~ Тони Маккензи, психотерапевт, гипнотерапевт по регрессии к причине, наставник по счастью, тренер по мышлению, автор бестселлера "Ваш полет к счастью: 7-ступенчатое путешествие к эмоциональной свободе", трансатлантический медиа-корреспондент Brooklyn Café TV, Великобритания

Наполнена ценной информацией для практикующего гипнотизера

"Я работаю в области технологий гипноза уже 37 лет. Я провел тысячи сеансов гипнотерапии в своем офисе, а также в национальных телевизионных шоу. Книга Венди Уэббер "Откажись от сценария" наполнена ценной информацией для практикующего гипнотизера и тех из вас, кто хочет провести успешную регрессионную терапию. "Откажись от сценария" действительно говорит само за себя. Я могу честно сказать, что я бы порекомендовал эту книгу любому практикующему терапевту и всем, кто интересуется регрессионной терапией и зависимостью без сценария."

~ Том Сильвер, Институт гипноза Тома Сильвера, автор книги "Практические рекомендации по гипнозу" и "Гипнотизм - Руководство по

обучению гипнозу и техникам – реальные вопросы и ответы", tomsilver.com

Путешествуйте налегке с "Наставником в кармане".

"Если вы гипнотерапевт, и вы прочитали первую книгу Венди "Терапия дьявола", или познакомились с Венди в Интернете или лично, вы бы хотели, чтобы у вас был такой наставник, как она, когда дело доходит до проблем после обучения. Что ж, ваше желание исполнилось. Новая книга Венди "Откажитесь от сценария" - это ответ. Это то, что я называю "наставник в вашем кармане". "Откажитесь от сценария" сэкономит вам время на поиск и беспокойство по поводу обычных вещей и гарантирует, что дело не в гипнозе, а в результатах. Одно можно сказать наверняка... прочитав эту книгу, вы откажетесь от сценария и будете продвигаться к своим успешным сессиям налегке, имея при себе только чистый лист бумаги, ручку и то, что вы почерпнули из этой книги. Используйте это с умом."

~ Дэниел Ганиме, MBA, тренер DEHI, гипнотерапевт-консультант, клинический гипноаналитик, специалист по развитию эмоционального интеллекта, морфопсихолог, тренер по воспитанию детей, theControlAlt.com

Ориентирован на сердце клиента и гипнотерапевта

"Эта книга предлагает надежную основу для подведения итогов, позволяющую успешно ориентироваться в работе с клиентами таким образом, чтобы это было важно не только для клиента, но и для гипнотерапевта. Она откровенно предлагает, опираясь на свой собственный опыт целительницы, простые в исполнении шаги, которые помогут вам уверенно и мощно быть проводником, в котором действительно нуждаются ваши клиенты. Эта книга поможет вам перейти от "я не уверен, что собираюсь делать с клиентом (паника!)" к "я верю, что у меня есть инструменты и знания, как внутренние, так и внешние (легкое дыхание), чтобы уверенно направлять моих клиентов к успешному разрешению их проблем". ~ Роза Ливингстон, CHt, автор книги "Самосаботаж: искусство облажаться", "Коучинг без нагрузки", Кокитлам, Британская Колумбия.

Вы тоже можете построить успешный бизнес

"Как говорит Венди, вы должны быть уверены в своей способности добиться обещанных результатов. Я ценю, что ее книги и курсы представлены поэтапно. Учитесь у Венди и добивайтесь наилучших результатов для своих клиентов, чтобы вы тоже могли построить успешный бизнес". ~ Хелена Йехничен, сертифицированный клинический гипнотерапевт, "Леди, бросающая курить", "Процветающий гипноз", Канада

Ценный ресурс, который может преобразить Вашу практику

"Это "та книга", которая всегда лежит на вашем рабочем столе! Мой первый опыт общения с Венди Уэббер произошел в группе Facebook, где она ответила на вопрос с таким техническим блеском и вниманием к терминологическим деталям, что это совершенно не укладывалось в голове у человека, обратившегося за помощью. То, как этот человек отреагировал на реплику Венди, сказав: "Мне нравится, что ты точно знаешь, как просто объяснить сложные вещи", преподало мне ценный урок... чтобы все было просто, элементарно! У Венди есть умение обращаться со словами, доступное только тем, кто прошел этот путь, долгих разговоров. Способность преобразовать ее обширные знания и превосходный интеллект в слова, которые находят отклик у читателя, - настоящий дар. Эта книга приглашает читателя почувствовать себя услышанным, поскольку она отвечает на все вопросы, которые часто не задаются, но так необходимы начинающим и опытным практикам, чтобы добиться тех результатов для клиентов, к которым стремятся все преданные своему делу практики". ~ Скотт Аллертон, Сиднейская интегративная гипнотерапия, Австралия

Помогая практикующему гипнотизеру определить силу гипноза

"В своей новой книге "Откажись от сценария" Венди Уэббер учит вас, как раскрыть свою силу гипнотизера, чтобы вы могли помочь своим клиентам добиться успеха. За свою долгую карьеру лицензированного клинического социального работника, адвоката, который выступал исключительно от имени людей с ограниченными возможностями, сертифицированного лайф-коуча и сертифицированного профессионального гипнотизера я понимаю важность поиска, раскрытия и использования вашей личной силы и дарований. На самом деле, моя книга "Больно так хорошо: оргазм слез" полностью исследует, как человеческое тело проливает эмоциональные слезы, чтобы достичь гомеостаза, и как этот физиологический процесс прекрасно сочетается с оргазмом. В том же духе Венди Уэббер, опытный практик, в своей новой книге "Откажись от сценария" дает аналогичный урок, помогающий практикующему гипнотизеру определить силу гипноза и как получить к ней доступ. Она выявляет потенциальные препятствия, с которыми вы можете столкнуться, помогая клиентам добиться успеха, и учит вас, как встретиться с ними лицом к лицу и обезоружить их. Я рекомендую вам купить книгу "Откажись от сценария", прочитать её и воспользоваться содержащимися в ней уроками." ~ Джейн М. Уэслер, LCSW, юрист, сертифицированный ICVCH практик НЛП и лайф-коуч, сертифицированный ICVCH профессиональный гипнотизер и автор

руководства для родителей детей с особыми потребностями: терапевтический и юридический подход; "Больно так хорошо: Оргазм слез"; "Больно так хорошо: Рабочая тетрадь по оргазму слез"; и "Никаких проблем с костями: Как увеличить плотность костной ткани без лекарств".

Гиппократ учил, что лекарства следует употреблять умеренно и только в случае крайней необходимости. Конечно, в его время было известно всего 268 лекарств, все на травах, и методы лечения были в основном профилактическими, но его первым законом врачевания было – "Прежде всего, не усугубляй ситуацию". Сегодня это известно как клятва Гиппократа.~ Терапия дьявола

ГЛАВА 1: Успех зависит от аашей установки

Когда к вам приходит новый клиент, насколько уверенно вы себя чувствуете, работая с ним? Вам нужно быть уверенным в своей способности выполнить обещанные результаты. Это то, за что платят ваши клиенты. Секрет вашего успеха заключается в вашей установке. Все зависит от того, насколько хорошо вы настроите себя и своего клиента на успешную совместную работу. Подготовка к успешным сеансам гипнотерапии может придать вам уверенности, необходимой для руководства процессом исцеления, даже если вы не уверены, что делать. Это может дать вам время, необходимое для решения даже самых сложных вопросов или работы с клиентами.

У меня были клиенты, которые не следовали инструкциям, и клиенты, которые не могли расслабиться. У меня были клиенты, которые были так взволнованы, что не могли держать глаза закрытыми дольше нескольких секунд за раз, и клиенты с таким количеством проблем, что я чувствовал себя совершенно не в своей тарелке, просто пытаюсь понять, с чего начать! У меня были клиенты, которые скорее убегали в прошлые жизни, чем смотрели правде в глаза, насколько болезненным было их детство в этой жизни. У меня были клиенты, которые были настолько оторваны от своих чувств, что не могли или не хотели позволять себе что-либо чувствовать. И потом, были клиенты, у которых случались эмоциональные срывы еще до того, как они садились в кресло.

Это те вещи, которые сведут вас с ума, если вы не знаете, что делать. Затем происходят все странные и жутковатые вещи. Есть клиенты, которые видят мертвецов, пережили похищения инопланетянами, и те, кто не может спать, потому что ночью происходят странные вещи. У меня было несколько клиентов, которые превращались в "демонов". Я вас не обманываю. Может, это и не было похоже на то, как Линда Блэр извергает гороховый суп, но все равно противно.

Я знаю, каково это, когда случается что-то, к чему ты не готов, и насколько серьезно это может выбить тебя из колеи. Если ты не знаешь, с чего начать или как подготовиться к следующему шагу, ты не будешь чувствовать себя уверенно. Это проблема, потому что, если вы не чувствуете уверенности на своих сеансах, ваши клиенты это почувствуют. Клиент в состоянии гипноза обладает повышенной осведомленностью. Если вы нервничаете, они это почувствуют. Если у вас возникнут сомнения, они это почувствуют и не будут доверять вам настолько, чтобы следовать вашим инструкциям. Вам нужно, чтобы они следовали инструкциям, чтобы получить результаты.

Ваша основная задача - сделать так, чтобы клиент мог безопасно следовать вашим инструкциям. Вы не сможете этого сделать, если не будете чувствовать себя уверенно. Когда вы не чувствуете, что отвечаете за свой сеанс, вы начнете терять самообладание. Вы начнете сомневаться в себе и своих способностях. Возможно, вы даже начнете сомневаться в том, достаточно ли вы квалифицированы для выполнения этой работы. Вы будете так беспокоиться обо всех неизвестных и обо всем, что может пойти не так или могло бы пойти не так, как надо, что не будете думать о том, как вы можете помочь человеку. Вы будете сосредоточены на всех этих "что, если".

Что, если ты возьмешь на себя больше, чем сможешь выдержать? Что, если ты перегнешь палку? Что, если ты облажаешься [1] и выставишь себя полным дураком? Когда ты начнешь так думать, это только вопрос времени, когда ты начнешь корить себя. Вы будете убеждать себя, что вы недостаточно знаете, что вы недостаточно хороши, что вам нужно больше инструментов или техник, когда правда в том, что вы чувствуете страх. Вот тогда вы начнете избегать. Вы начнете прокрастинировать. Вы будете откладывать дела. Вы найдете способы отвлечься. И вы избежите выполнения регрессионной работы. Когда страх блокирует вас, вы не добьетесь долговременного результата. Но что, если я скажу вам, что на вашем пути стоят всего три вещи? Три наиболее распространенных препятствия, которые мешают вам уверенно руководить процессом исцеления и добиваться долговременных результатов, напрямую связаны с вашим мышлением. Измените способ мышления, и вы получите другой результат. Но вы уже знали это, верно?

Препятствие №1 — Гипноз

Вы заметили, что форумы по гипнозу, похоже, полностью посвящены гипнозу? Когда практикующий публикует опрос, слишком часто к нему приходит новый клиент на следующей неделе — или, что еще хуже, завтра — и практикующий гипноз впадает в панику, потому что понятия не имеет, что делать. Большую часть времени они даже не видели клиента и пытаются составить план лечения. Предлагаемый совет.

Гипнотическая техника, сценарий или процесс. Проблема вот в чем: профессиональный целитель ищет сценарий или протокол, который помог бы человеку, с которым он никогда не встречался, решить проблему, о которой он ничего не знает. Почему? Потому что практикующий считает, что гипноз - это ответ.

Измените свое представление о гипнозе.

Люди платят не за гипноз - они платят за результаты. Хотя гипноз очень эффективен для удивительного количества болезненных проблем, это не решение для каждого клиента или каждой проблемы. Гипноз - это не магия. Это инструмент. В руках опытного практикующего это может стать мощным инструментом для создания реальных и длительных позитивных изменений. Но в самом гипнозе нет силы.

Сила находится в Сознании клиента. Вы обладаете уникальной квалификацией, чтобы помочь человеку получить доступ к этой Силе. Вы можете помочь ему использовать эту Силу, чтобы кардинально изменить свою жизнь к лучшему. Но гипноз - это не всё. Большинство тренингов по гипнозу фокусируются на техниках и протоколах, потому что они вам нужны. В конце концов, это инструменты вашей профессии. Но "секретный соус" не в гипнозе. Он в ваших уникальных дарах и способностях. Это связано с вашей страстью помогать людям исцелять себя, свои отношения и свою жизнь. Вам решать развить эти вещи в навыки, чтобы донести их до ваших клиентов.

Это начинается с того, что вы хорошо разбираетесь в существующих инструментах и протоколах. Вам не нужны дополнительные инструменты. Вам нужно освоить те, которые у вас уже есть. Что они делают? Как они работают? Когда вам следует использовать этот метод, а не тот? Знаете ли вы? Чем лучше вы овладеете своими методами, тем увереннее будете чувствовать себя на занятиях и тем лучше будут ваши результаты.

Распространенная жалоба, которую я слышу от многих практикующих гипноз, заключается в том, что базовая сертификация практически ничему не научила их о регрессионной гипнотерапии. Некоторых, включая меня, учили, что регрессия - это "плохо". Давайте внесем ясность. Регрессия - это ни хорошо, ни плохо. Это просто инструмент. Как и у любого инструмента, его "польза" заключается в том, насколько умело вы им пользуетесь. Точно так же, как скальпель можно использовать как инструмент исцеления или смертельное оружие, а лекарство можно использовать как яд, все зависит от того, как вы им пользуетесь. Вам решать, как использовать его с умом.

Мне посчастливилось познакомиться с Джеральдом Кейном и Омни-гипнозом в начале моей карьеры. Это дало мне основу, необходимую для

того, чтобы чувствовать себя уверенно, проводя регрессионную гипнотерапию. Но я на этом не остановилась. Я продолжала инвестировать в себя и в изучение инструментов моей профессии. В конце концов, я училась у многих ведущих преподавателей в области гипноза, получив множество сертификатов и пару наград в придачу. Например, Стивен Паркхилл, автор книги "Ответ раку. Исцеление нации.", научил меня важности квалификации клиента.

Алхимическая гипнотерапия с Дэвидом Куигли показала мне, как работа частей является основой эффективной регрессионной гипнотерапии. Это понимание в конечном итоге привело меня к получению сертификата по трансформационной системной терапии Сатир.

Книги Кэла Баньяна "5-Й ПУТЬ" и "Самогипноз 7-го пути" научили меня более клиническому подходу к терапевтическому гипнозу. Изучение того, как применять более систематический подход, изменило правила игры на моих сеансах с клиентами.

Учебный лагерь регрессионной гипнотерапии с Мэттом Сиссоном и Рэнди Шоу показал мне, как работа по эмоциональному освобождению является секретом реальных и долговременных результатов. Мой опыт в учебном лагере вдохновил меня на написание моей первой книги "Терапия дьявола: основное руководство практикующего гипноза по эффективной регрессионной гипнотерапии". [2] Это вернуло меня на круги своя к тому, что в первую очередь вдохновило меня на изучение гипноза — книге, основанной на "Целительной силе природы" Гиппократ.

Гиппократ считается отцом современной медицины. Его самым фундаментальным учением было то, что роль целителя заключается в устранении препятствий на пути к исцелению. Гиппократ верил, что способность исцелять существует внутри каждого из нас, что это разум, который уже знает, как исцелять, и что работа целителя состоит в том, чтобы как можно меньше вмешиваться в это. Он учил своих учеников использовать хирургические и химические вмешательства только в качестве последнего средства. Это то, что мы должны сделать.

Гипноз дает нам доступ к той части Разума, которая знает, как исцелять. Вам не нужно указывать ему, что делать, потому что он уже знает, что делать. Что ему нужно, так это пространство для этого. Это функция и цель целителя. Это делается для того, чтобы обеспечить пространство, необходимое для исцеления.

Препятствие №2 — Клиент

Большинство практик гипноза основаны на модели одиночного сеанса, потому что именно так вы учились на базовом обучении. Вы научились применять один протокол или технику за раз. Но клиенты хотят

реальных результатов. Если все, что вы знаете, как это сделать, - это один сеанс, вы не получите результатов. Хуже того, вы будете сосредоточены на том, как привлечь больше клиентов только для того, чтобы оплачивать счета. Это не способ зарабатывать на жизнь.

Измените свое отношение к клиентам.

Вам не нужно "больше клиентов". Вам нужны клиенты, с которыми вы можете добиться успеха, которые помогут вам развить уверенность в себе и навыки. "Больше клиентов" просто означает, что вам придется решать больше проблем. Если вы только начинаете, вам не нужно больше проблем. Вам нужен опыт, который позволит вам одержать несколько побед. Это начинается с квалификации ваших клиентов.

Первый шаг к тому, чтобы настроить себя на успех, - это квалификация ваших клиентов. Во второй и третьей главах мы рассмотрим, как взять на себя ответственность за процесс исцеления, предварительно подготовив клиента.

Препятствие №3 — Результаты

Целью регрессионной гипнотерапии является полное прекращение нежелательных симптомов и их постоянство без усилий. Но выход за рамки лечения симптомов может занять больше времени. Это требует подхода, ориентированного на клиента, потому что исцеление - это не то, что вы делаете сами. Это то, что происходит, когда клиент готов отпустить проблему.

Измените то, как вы думаете о результатах.

Ваша работа не в том, чтобы что-то исправлять. Нужно признать, что Подсознание делает именно то, для чего оно было создано. Хотя симптомы приводят клиента в ваш офис, они не являются реальной проблемой. Симптомы - это всего лишь способ Подсознания предупредить Сознание о наличии проблемы. В процессе исцеления вы будете направлять клиента к тому, чтобы он сам обнаружил, в чем заключается реальная проблема. Затем, вместе, вы сможете найти наиболее подходящий способ исправить это.

Вторым шагом к тому, чтобы настроить себя на успех, является установление терапевтических отношений. Это цель вашего процесса вводного занятия. Ваше вводное занятие заключается не просто в установлении взаимопонимания. Он заключается в том, чтобы заложить основу для союза, который даст вам возможность достичь реальных и долговременных результатов. В четвертой, пятой и шестой главах мы рассмотрим, как вы можете разобраться в возникшей у клиента проблеме, оценить готовность клиента к продолжению и определить

жизненно важную информацию, необходимую вам для уверенного и эффективного руководства процессом исцеления.

В главе 7 мы рассмотрим три ключевых фрагмента информации, которые необходимы вам на каждом сеансе регрессионной гипнотерапии, и как вы можете использовать их для эффективного завершения каждого сеанса — без необходимости в сценарии.

В главе 8 вы узнаете, как настроиться на работу с прощением, изучая историю проблемы клиента.

В главе 9 вы узнаете, как эффективно завершать каждую сессию, даже не прибегая к сценарию.

В главе 10 вы узнаете, как подготовиться к следующему сеансу с клиентом, прежде чем вывести его из гипноза. Вы также изучите два предварительных контрольных вопроса, которые помогут определить, каким должен быть следующий шаг в процессе исцеления клиента.

Ваш успех всегда зависит от вашего настроения

Я хочу изменить то, как вы мыслите во время сеансов гипнотерапии. Мой самый ранний жизненный опыт научил меня "смотреть, прежде чем прыгнуть". Опыт работы с реальными клиентами, у которых есть реальные проблемы, научил меня, что не всегда разумно сразу погружаться в гипноз. "Просто сделать это" - не всегда ваша лучшая стратегия.

Простые стратегии, которые вы сейчас изучите, облегчат вашу работу, избавив от ненужных вам проблем. Они могут помочь вам чувствовать себя увереннее на сеансах регрессионной гипнотерапии, предоставляя информацию, необходимую для эффективного руководства процессом исцеления.

К тому времени, когда вы дочитаете последнюю страницу, вы будете знать, как определить подходящего вам клиента, с чего начать процесс исцеления, на что обратить внимание во время сеансов с клиентом, как завершить сеансы таким образом, чтобы подготовиться к следующему сеансу, и где искать начните следующий сеанс с клиентом.

Готовы приступить к работе? Читайте дальше.

Клиент должен быть готов позволить чувствам и эмоциям стать частью процесса. Не скрывайте правду о том, что вы чувствуете. Не отрицайте свои самые глубокие чувства. Слезы – будь то от грусти, гнева, огорчения или радости – должны быть доведены до осознания и позволены проявиться. ~ Терапия дьявола

Глава 2: Квалифицируйте своих клиентов

Когда вы только начинаете, возникает соблазн попытаться продать сеанс сразу. Но когда человек звонит и спрашивает: "Сколько стоит?" или "Сколько сеансов?" они задают неправильный вопрос. Они ничего не знают о вас или о том, чем вы занимаетесь. Они просто думают, что все виды гипноза одинаковы. Они не знают, что гипноз — это не ответ, а вы сами.

Вы не можете быть всем для всех людей. Не каждый, кто вам звонит, будет клиентом, с которым вы сможете добиться успеха. Чтобы выполнить свои обещания о результатах, вам нужно оценить, подходят ли они вам. Вам нужно квалифицировать своих клиентов, потому что нет двух одинаковых клиентов. Они могут прийти к вам с одним и тем же симптомом, но это никогда не одна и та же проблема. Нет двух одинаковых курильщиков. Нет двух одинаковых проблем с весом. Нет двух одинаковых клиентов, страдающих тревожностью. Это потому, что каждая проблема является результатом жизненного опыта. Это напрямую связано с историей клиента.

Некоторые клиенты придут к вам с поверхностной проблемой. Поверхностные проблемы хорошо поддаются поверхностным методам, таким как внушение и управляемые образы. Например, стрессовое питание или препятствия для учебы, занятий спортом или профессиональной деятельности часто могут быть решены за один-три сеанса только с помощью внушений. Проблема в том, что гипноз редко является первым решением, к которому люди обращаются, когда у них возникает проблема. Только когда проблема существует уже некоторое время, часто десятилетия, они решают "попробовать" гипноз. К тому времени проблема успела вырасти и эволюционировать, и это уже не простая проблема. Это болезненная, постоянная проблема, которая означает, что у вас есть работа, которая подходит именно вам.

В чем проблема?

Тревожные расстройства, панические атаки, иррациональные страхи, вспышки гнева, длительное горе, аддиктивное поведение и хронические физические заболевания - это более глубокие проблемы. Они связаны с неразрешенными воспоминаниями из прошлого, которые продолжают причинять физическую и эмоциональную боль. Вы не можете просто внушить эмоцию. Зачем вам вообще пытаться? Проблема не в эмоциях. Эмоции - это всего лишь один из способов общения Подсознания с Сознанием.

Симптомы - это то, как Подсознание взаимодействует с Сознанием. Шишка, бугорок, ноющая боль, импульсивная реактивность, всепроникающее настроение, иррациональные эмоции и реакции,

управляемое поведение и т.д. - это то, как Подсознание привлекает внимание к основной проблеме, требующей решения. Когда поверхностные подходы не дают стойкого результата, обычно это происходит потому, что вы имеете дело с более глубокой проблемой.

Симптомы - это то, что побуждает человека обратиться к вам за помощью, но они редко являются всей проблемой. Когда проблема клиента эмоциональна, она не поддается поверхностному подходу, потому что симптом - это не проблема. Это подсознательное решение реальной проблемы, которая связана с неразрешенным прошлым опытом. Вот почему вы никогда не должны пытаться избавиться от симптома. Любая попытка устранить, переопределить, подавить или стереть симптом без решения основной проблемы в лучшем случае приведет к временному облегчению. Если вы попытаетесь использовать поверхностную технику для решения более глубокой проблемы, вы, возможно, сможете справиться с симптомами, но это не решит проблему. В некоторых случаях это может даже усугубить проблему, усиливая стратегию избегания Сознательным умом.

Избегание не устраняет проблему. Антидепрессанты не избавляют от депрессии. Техники релаксации не избавляют от тревоги. Внушения, укрепляющие эго, не избавляют от самоуничижительных убеждений. Напоминание клиенту о цене злоупотребления психоактивными веществами не остановит поведение. Представление о том, что вы противостоите хулигану, не придаст смелости. Вам нужно справиться с этим чувством. Нежелательные чувства и эмоции не возникают из ниоткуда. Они возникают из определенного жизненного опыта.

Исцеление происходит при наличии правильных условий. Ваша задача - создать эти условия. Все начинается с оценки того, является ли человек подходящим клиентом для вас. Вам нужно оценить:

1. Проблему
2. Клиента
3. Себя

Регрессионная гипнотерапия не для всех. Она подходит не для каждой проблемы. И не каждый клиент подойдет именно вам. Вы должны чувствовать уверенность, проводя клиента по программе исцеления. По этой причине вы не можете позволить себе работать с кем попало. Если вы попытаетесь взять на себя больше, чем вы готовы, вы скоро окажетесь по уши в дерьме. Когда это произойдет, вы не будете знать, что делать. Вы начнете бояться. Когда вы застрянете, вам будет трудно добиться результатов. Вы можете избежать проблем, которые вам просто не нужны, просто квалифицировав своих клиентов.

Вот как следует об этом подумать. Каждый человек, который звонит, чтобы узнать о ваших услугах, претендует на должность вашего клиента. Гипнотерапия требует отношений. Это то, к чему вы готовите своих клиентов — терапевтические отношения. Терапевтические отношения не начинаются с первого сеанса клиента с вами. Они начинаются с вашего первого разговора.

Чтобы квалифицировать ваших клиентов, вам необходимо провести беседу. Цель начальной беседы не в том, чтобы получить исчерпывающую информацию о проблеме клиента. Это просто для того, чтобы помочь человеку чувствовать себя более комфортно в разговоре с вами и определить, подходит ли вам этот клиент.

Когда звонящий спрашивает: "Сколько?" или "Сколько сеансов?" вы можете начать разговор, сказав: "Я буду рад ответить на все ваши вопросы. Ничего, если я сначала задам вам несколько вопросов?" Разрешение клиента знаменует начало терапевтических отношений.

3 балла в R-R-Результатах

3 балла в R-R-результатах - это простая методика предварительного тестирования, которую вы можете использовать, чтобы быстро оценить, является ли человек подходящим клиентом для вас. Если это так, вы можете продолжить более углубленный разговор о проблеме и о том, как вы можете помочь.

Разумность

Первая буква "R" означает Reasonable (Разумно). Разумно ли ожидать, что возникшую проблему можно решить с помощью гипноза?

Гипноз - это не панацея от всех болезней. Вам нужно установить реалистичные ожидания относительно того, что возможно. Например, однажды моя клиентка попросила меня стереть все ее плохие воспоминания. Сейчас есть препараты, которые могут это сделать, но даже если бы я могла это сделать, я бы не стала, потому что наш прошлый опыт имеет ценность. Цель регрессионной гипнотерапии - положить конец боли прошлого, положив конец стратегиям избегания. Стирание или захоронение прошлого не избавляет от него. Это просто загоняет его глубже в Подсознание, где оно будет продолжать сеять хаос в повседневной жизни клиента. Именно благодаря обращению к прошлому болезненный опыт может быть преобразован в источник расширения прав и возможностей и исцеления для клиента.

Ожидает ли клиент исправления за один сеанс? Если да, то он, скорее всего, будет разочарован. Да, чудеса за один сеанс могут случиться и действительно случаются, но, если вы только начинаете, это нереалистичные ожидания. Требуется уверенность, мастерство, опыт и

определенная доля везения, чтобы добиться стойкого результата за один сеанс. Вам нужно быть реалистами. Если вы начинаете свою практику, вам не хватает опыта, и вы все еще развиваете свои знания и умения. Необходимость творить чудеса по первому требованию оказывает на вас слишком большое давление. Вам это не нужно!

Когда дело доходит до оказания помощи реальным клиентам с реальными проблемами, одного сеанса редко бывает достаточно, чтобы выполнить работу. Если проблема существует уже некоторое время, разумно ожидать, что может потребоваться некоторое время, чтобы вернуть клиента к ее решению. Симптомы - это всего лишь то, о чем осознает Сознание. Они не являются всей проблемой. Основная проблема находится на подсознательном уровне Разума. Вот куда вам нужно обратиться, чтобы решить проблему. Но вы не будете знать, в чем настоящая проблема и сколько времени потребуется для ее решения, пока не введете клиента в состояние гипноза и не попросите его Подсознание показать вам.

Исцеление может занять некоторое время, потому что сила не в гипнозе или технике. Это в Сознании клиента. Быть клиентоориентированным означает признать, что время, которое на это потребуется, зависит не от вас. Это зависит от клиента. Симптомы - это единственное, что знает Сознание. Но это не вся проблема. Основная проблема скрывается на подсознательном уровне. Дать клиенту столько времени, сколько ему нужно для того, чтобы произошло исцеление, не просто разумно, и это проявление доброты.

Первая буква R в R-R-результатах - это "Разумно". Когда человек приходит к вам с проблемой, первая оценка заключается в следующем: "Каковы ожидания этого человека относительно процесса? Они разумны?"

Правильность

Второе "R" в результатах - "Right" (Правильно). "Подходит ли вам этот клиент?" Разумно ли ожидать, что вы сможете добиться успеха, работая с этим человеком? Просто неразумно ожидать, что вы будете всем для всех людей.

Чтобы терапевтические отношения работали, между вами и клиентом должно быть соответствие. Хотя доказано, что гипнотерапия очень эффективна при множестве психических, эмоциональных и поведенческих симптомов, не каждый клиент обязательно подходит именно вам. Вам необходимо оставаться в рамках вашей подготовки и опыта. Проблема клиента должна соответствовать вашей квалификации. Например, человеку, который испытывает острую боль, психотические

эпизоды или мысли о самоубийстве, необходимо сначала обратиться за надлежащей медицинской помощью.

Проблемы с зависимостью - это сложные вопросы. Они не подходят для начинающих практикующих. Серьезные психические расстройства - это не то место, где вам следует "промочить ноги". Не то чтобы гипноз не мог помочь этим людям, но вам нужно знать свои пределы. Если проблема клиента выходит за рамки ваших знаний и опыта, отправляйте его к другим специалистам. Осознайте, что в данный момент он просто неподходящий клиент для вас.

Гипноз отлично подходит для таких вещей, как обезболивание и отказ от курения. Но что, если они звонят по поводу биполярного расстройства? Или шизофрении? Или обсессивно-компульсивного расстройства (ОКР)? Или общего тревожного расстройства (ОТР)? Как насчет поведения, связанного с членовредительством? Или рак? Или синдром раздраженного кишечника (СРК)? Хотя многие из этих проблем могут быть решены с помощью терапевтического гипноза, вопрос в том, разумно ли ожидать, что вы сможете решить эти проблемы с помощью гипноза?

Если вы только что закончили обучение, вы, вероятно, не готовы иметь дело с более сложными проблемами, упомянутыми выше. Это потому, что сложные проблемы могут быть... сложными. В сложных проблемах много движущихся частей. Например, фибромиалгия - это синдром. Это набор симптомов, которые сгруппированы вместе. Это означает сложность. Если вы не знаете, что делать, это может привести к путанице. Путаница убивает уверенность.

Уверенность во многом похожа на мышцы. С практикой она становится сильнее. Но если вы попытаетесь взять на себя больше, чем сможете выдержать, прежде чем будете готовы, вы нанесете себе травму. Раньше я руководила тренажерным залом, так что кое-что знаю о тяжелой атлетике. Как и в тренажерном зале, всегда лучше начинать с более легких упражнений. Со временем вы наберетесь сил. Вскоре вы сможете браться за более сложные задачи.

Люди сложны. Даже когда это простая проблема, могут быть скрытые проблемы. Что, если ваш потенциальный клиент, желающий бросить курить, также страдает шизофренией, биполярным расстройством или депрессией? Это нормально, если это не связано с курением. Заболевание. Но что, если проблема курения связана с другим заболеванием? Подходите ли вы для этого человека? Что, если этот человек просто выводит вас из себя? Нравится ли вам этот человек вообще? Хотите ли вы с ним работать? Это важно, потому что взаимопонимание имеет решающее значение для процесса исцеления.

Взаимопонимание должно быть обоюдным. Если потенциальный клиент вызывает у вас "плохое предчувствие", пугает вас или имеет сильные убеждения или предубеждения, которые противоречат вашим собственным глубоко укоренившимся ценностям или убеждениям, вам нужно уважать это. Очень трудно относиться к клиенту с безусловным уважением, когда ты не чувствуешь себя с ним комфортно. Например, мне позвонил парень с проблемой обсессивно-компульсивной мастурбации. Пока он разговаривал со мной по телефону, он "дрочил". Честно говоря, мне было не по себе от этого. Я все еще была новичком. Я была не готова к этому, и этот парень напугал меня.

Сейчас я сочувствую ему всем сердцем. Я понимаю, что ему было больно. Он просто пытался найти хоть какую-то помощь. Но в то время я был неподходящим человеком, чтобы помочь ему. Я осознала, что у меня недостаточно опыта, чтобы чувствовать себя уверенно, работая с этой проблемой, и я порекомендовал ему другого гипнотерапевта. Сегодня мой ответ мог бы быть другим, но этот клиент и эта проблема не соответствовали моим знаниям и навыкам в то время. Мы не подходили друг другу.

У Совета по алкоголю Британской Колумбии есть поговорка: "Знай свой предел, не выходи за него". Когда дело доходит до работы по исцелению, важно знать свой предел. Знай, на что ты способен. И доверяй своей интуиции. Неразумно ожидать, что вы сможете быть всем для всех людей. Мы все находимся на разных стадиях эволюции. Для успешной работы с более сложными проблемами требуется опыт. Со временем вы этого добьетесь. Дайте себе разрешение приобрести опыт, необходимый вам для того, чтобы чувствовать себя достаточно сильным, чтобы браться за более сложные задачи. Когда у вас будет прочная основа знаний и навыков, вы обнаружите, что сфера вашей практики значительно расширится. Чем больше вы знаете о своем деле, тем больше проблем становится "разумными", за которые вы можете взяться.

Второе "R" в результатах поиска - "Right" (Правильно). Подходит ли вам этот клиент? Соответствуют ли он вашим нынешним знаниям, навыкам, опыту, убеждениям? Он вам вообще нравятся? Вы хотите с ним работать?

Готовность

Третье значение "R" - "Ready" (Готов). Готов ли клиент, желает ли он и способен ли выполнять работу, необходимую для достижения желаемых результатов? Это важно, потому что вы не можете сделать это за него. В конце концов, это их Сознание! Готов ли клиент пойти туда, куда вам нужно, чтобы получить результаты? Или он ожидает, что вы сделаете всю работу, пока он будет лежать и расслабляться? Что, если его врач или супруг/супруга сказали ему, что он должен бросить курить? Что, если они звонят вам просто для того, чтобы отвязаться от кого-то?

Неважно, насколько вы готовы. Важно, готов ли клиент. Если клиент не готов к изменениям, вы не сможете их осуществить. Никто не сможет. Гипноз - это не магия. Человек должен быть очень мотивирован, чтобы добиться желаемых результатов. Чтобы получить доступ к силе исцеления, человек должен быть готов участвовать в собственном исцелении.

Третье "R" в "R-R-результатах" - "Готовность". Готов ли клиент быть активным участником своего собственного процесса исцеления? Готов ли он выполнять работу, необходимую для успешной работы с вами?

Резюме

Квалификация ваших клиентов может помочь вам добиться наилучших результатов для ваших гипнотических клиентов, предоставляя вам основу, необходимую для успешной гипнотерапии. Она начинается с 3-х "R" в R-R-Результатах. Три "R" позволяют вам быстро оценить, хотите ли вы продолжить работу с новым потенциальным клиентом.

1. Разумно?
2. Правильно?
3. Клиент готов?

Если проблема, с которой сталкивается клиент, является чем-то, что разумно можно решить с помощью гипноза, вы уверены, что являетесь подходящим целителем для работы с проблемой клиента, и клиент не ожидает, что вы взмахнете волшебной палочкой и сотрете все его плохие воспоминания, следующий шаг - пригласить вашего внутреннего целителя, чтобы подробнее поговорить о возникшей проблеме.

ГЛАВА 3: Важнейшие уточняющие вопросы

В моей первой книге "Терапия дьявола: основное руководство практикующего гипноза по эффективной регрессионной гипнотерапии" я представила современный подход к облегчению терапевтического гипноза. Это не подход, ориентированный на технику или терапевта. Это подход, ориентированный на клиента, который фокусируется на теле. Это связано с тем, что регрессионная гипнотерапия работает с эмоциональными проблемами, а эмоции переживаются физически.

Регрессионная гипнотерапия фокусируется на неразрешенных эмоциях, запертых в прошлом опыте, которые ответственны за возникновение нежелательных симптомов. Часто эти неразрешенные события связаны с травмой. Эксперт по травмам доктор Роберт Скаер определил травму как восприятие угрозы в состоянии беспомощности. Беспомощность - естественное состояние ребенка. В результате большинство проблем, с которыми мы работаем, уходят корнями в детство.

Травма - неизбежный факт взросления. Это естественный способ развития жизнестойкости, но травмирующий опыт остается неразрешенным; он отключает человека от самого себя и его истинных эмоций. Исцеление требует изменения Сознания. Любое исцеление - это самовосстановление. Это не то, что вы делаете. Это то, что происходит при определенных условиях. Для облегчения процесса самоисцеления требуется настройка на потребности клиента, потому что регрессионная гипнотерапия - это эмпирический процесс, требующий участия клиента. Это подход, основанный на разрешениях, при котором ваша задача состоит в том, чтобы сделать так, чтобы клиент мог безопасно разрешить внесение изменений.

Вы не можете заставить человека исцелиться. Изменение происходит, когда клиент принимает осознанное решение, основанное на понимании сейчас. Без понимания не может быть долговременного результата. Ваша работа - выступать в качестве проводника, обеспечивать безопасность и проливать свет на пройденный путь. Это никогда не означает диагностику, назначение или попытку исправления. Это означает поддержку и расширение возможностей клиента в поиске ответов на вопросы и решений проблем, которые сознательно ускользали от него или нее. Затем вы можете подтвердить изменения, когда они произойдут.

Чтобы способствовать переменам, настоящие перемены требуют отношения сострадания, а не симпатии. Вы должны направлять, а не руководить, и позволять ответам проявляться в процессе. Это начинается с процесса предварительной оценки. Поскольку регрессионная гипнотерапия - это подход, основанный на разрешении, она начинается с запроса разрешения на беседу. Большинство людей почувствуют облегчение от того, что вы взяли инициативу в свои руки, потому что они на самом деле не знают, о чем спрашивать. Они вас не знают. Они действительно не знают, чем вы занимаетесь. В результате они чувствуют себя некомфортно, рассказывая о себе. Они должны чувствовать себя комфортно с вами, прежде чем захотят раскрыть свои самые глубокие, мрачные секреты.

Вы не выпытываете у них ответы. Это не прием. Не превращайте это в набор приемов. Вы просто ведете беседу, чтобы оценить, хотите ли вы работать вместе. Что этот разговор должен подсказать вам, так это, как лучше всего реагировать на этого человека. Это дает вам информацию, необходимую для того, чтобы то, что вы делаете, имело отношение к проблеме человека. Это также эффективный метод продаж. Чем больше вы сможете вовлечь человека в беседу с вами, тем комфортнее он будет чувствовать себя, рассказывая что-то о себе, и тем больше вероятность, что он запишется на сеанс. Это цель, верно?

Вопросы для предварительной оценки

Следующие вопросы для предварительной оценки могут помочь вашему потенциальному клиенту чувствовать себя более комфортно, рассказывая о себе и своей проблеме.

Первые три вопроса позволят вам быстро оценить, нужно ли вам продолжать разговор с ним.

1. В чем проблема?
2. Почему это проблема?
3. Насколько это серьезная проблема?

Многие люди испытывают трудности просто потому, что не чувствуют, что их слышат. Они расстроены или подавлены, потому что никто не нашел времени выслушать. Покажите, что вы отличаетесь от других, внимательно слушая с полным присутствием. Продемонстрируйте, что вам не все равно, подтвердив, где они находятся и что они чувствуют. Дайте клиенту высказаться! Это позволяет им более спокойно говорить о проблеме. Часто ощущение того, что их просто услышали, может привести к гораздо более глубокому осознанию того, что они на самом деле чувствуют (и насколько сильно они хотят решить проблему). Чем больше они будут рассказывать о себе, тем больше они будут чувствовать, что знают вас, и тем больше они будут заинтересованы в работе с вами. Это первый этап установления взаимопонимания.

1. В чем проблема?

Что касается клиента, то это самый важный вопрос, потому что именно по этой причине он обращается к вам за помощью. Клиент всегда думает, что проблема заключается в симптомах. Он просто хочет избавиться от боли, припухлости, шишки, нежелательного поведения или эмоций. Важно, чтобы вы уважали эту потребность и, по возможности, давали надежду. Но помните, что то, что клиент считает проблемой, - это всего лишь предполагаемая проблема. Это редко бывает реальной проблемой.

Симптомы формируют основу терапевтической цели клиента. Они могут предоставить вам способ проверить ваши результаты. Но это не вся проблема. Если бы это было так, клиент не боролся бы за ее решение. Симптомы - это всего лишь точка зрения Сознательного разума. Это то, что причиняет боль клиенту, так что именно на этом вам нужно сосредоточить внимание — на болезненности проблемы.

Чувства - это территория нашего Подсознания. Вот где вы работаете! Подсознание - это самая большая часть нашего Сознания, и все же слишком многие люди не знают, что испытывать неприятные чувства - это нормально. С ранних лет их учили смиряться с этим и быть

"крепкими маленькими солдاتيками". В результате возникает тенденция пытаться свести дискомфорт к минимуму. Это только усугубляет ситуацию, потому что чувствам некуда деваться.

Поскольку деваться некуда, чувства, запертые внутри, со временем накапливаются, превращая Подсознание в скороварку. В конце концов, внутреннее давление становится слишком большим, и именно тогда симптомы прорываются в Сознание.

2. Почему это проблема?

Сосредоточьте внимание звонящего на том, зачем он звонит. С какой проблемой он борется? Почему это проблема? От какой боли он нуждается в облегчении? Если это не то, что можно разумно решить с помощью гипноза, или то, с чем вы недостаточно квалифицированы для работы, или если это не то, с чем вы хотите работать, тогда нет необходимости обсуждать это дальше. Отсылайте их. Если это то, в чем вы можете им помочь, следующий шаг - заставить их рассказать больше о себе и о проблеме. Спросите: "Как долго вы боретесь с этой проблемой?"

Если клиент говорит, что проблема связана с конкретным событием, таким как автомобильная авария или смерть близкого человека, вы только что открыли дверь для разговора о том, как чувства связаны с прошлыми событиями.

Если они скажут вам, что у них была эта проблема всю жизнь, вы только что открыли дверь для разговора о том, что проблемы часто уходят корнями в детство.

3. Насколько это серьезная проблема?

Чтобы добиться успеха, вам нужны клиенты с высокой мотивацией. Чем сильнее боль, тем выше мотивация решить проблему. Что произошло, что побудило их позвонить сейчас?

Может быть, они просто достигли предела своих возможностей. Может быть, у них намечается особое мероприятие, например свадьба, и они хотят хорошо выглядеть на нем. Может быть, они хотят бросить курить до появления ребенка. Может быть, им только что поставили диагноз. С другой стороны, возможно, они имеют дело с хроническим заболеванием, перепробовали все остальное и отчаялись. Как эта проблема влияет на них в повседневной жизни? Например, как на них влияет проблема с весом? Как на них влияют проблемы со здоровьем? Как страх перед X влияет на другие сферы их жизни?

Этот вопрос может помочь клиенту осознать, насколько серьезной проблемой это является для него, потому что проблема есть, а затем есть все побочные эффекты наличия проблемы. Необходимость сталкиваться

с проблемой ежедневно только усугубляет проблему. Эти вещи, как правило, накапливаются с течением времени. Чем дольше они накапливаются, тем больше внутреннего давления возникает в поисках выхода. Помните, боль является мотивирующим фактором. Человеческие существа запрограммированы избегать боли. Чем больше боли, тем больше мотивация решить проблему. Помогая клиенту определить, насколько некомфортно он себя чувствует, можно помочь ему осознать, насколько важно получить некоторое облегчение.

Если вам кажется, что это не такая уж большая проблема для клиента, попробуйте СЕД. СЕД означает шкала субъективных единиц дискомфорта. Например, "По шкале от одного до десяти, где десять - "худшее", что когда-либо было, насколько это плохо?"

Попросите клиента рассказать вам, потому что, если он звонит только для того, чтобы успокоить свою жену, или потому, что мама заставила его, или врач сказал, что им следует это сделать, на самом деле это не их идея. Если это не их идея, они, вероятно, не очень мотивированы. Вам нужно, чтобы ваши клиенты были высоко мотивированы, поэтому спрашивайте. "По шкале от одного до десяти, насколько это для вас серьезная проблема?" Или "По шкале от одного до десяти, насколько это неудобно для вас?" Или: "По шкале от одного до десяти, где десять - это совершенно невыносимо, насколько это плохо?"

Если их оценка составляет семь баллов или меньше, возможно, вам захочется посмотреть, сможете ли вы увеличить интенсивность, прежде чем идти дальше. Например, если уровень оценки клиента равен пяти, это просто недостаточно высокий показатель, чтобы вы могли рассчитывать на успех с ним. В этом случае вы могли бы спросить: "Что должно произойти, чтобы вы довели счет до десяти?" Вы могли бы задействовать воображение клиента. "На что будет похожа жизнь через три месяца, или через полгода, или через год, если ничего не изменится?"

Если эти методы не повышают их мотивацию, а их оценка по-прежнему меньше семерки, возможно, они ожидают, что вы исправите это. Но вы не сможете. Гипноз - это не магия. Иногда так может показаться, но волшебство заключается в Сознании клиента, а не в гипнозе. Если ваш потенциальный клиент не может достичь уровня интенсивности выше семи, он еще не готов. Он недостаточно мотивирован, чтобы квалифицироваться как ваш клиент. Сила, способная вызвать реальные и долговременные изменения, находится в собственном Подсознании клиента. Вы можете помочь ему получить доступ к этой силе, но вы не можете заставить его измениться.

Только на пятом году моей практики я, наконец, поняла это. Ваши инвестиции в результат никогда не должны быть больше, чем в

клиентов. Если это так, вы пропали. Клиент несет ответственность за результаты. Вы можете руководить процессом. Вы можете сделать так, чтобы клиент мог безопасно отправиться туда, куда вам нужно, чтобы он пришел за исцелением. Но вы не можете сделать это за него.

Не соглашайтесь работать с кем попало. Не тратьте свое время на дилетантов или людей, которые хотят "попробовать" гипноз или которые ожидают, что вы сделаете всю работу за них. Убедитесь, что ваши клиенты так же преданы делу, как и вы, прежде чем соглашаться взять их в качестве клиентов.

Чем больше число, тем выше мотивация. Если клиент говорит: "О, это ДВЕНАДЦАТЬ!" - это высокомотивированный клиент. С таким клиентом вы можете добиться успеха!

4. Что вы можете рассказать мне о гипнозе?

Как только вы убедитесь, что клиент мотивирован, предложите ему рассказать вам, что он знает о гипнозе. Что, по их мнению, представляет собой гипноз? Как, по их мнению, он может им помочь? Каковы его ожидания в отношении гипноза? Реалистичны ли они? Разумны ли они? У большинства людей неправильные представления о том, что происходит во время сеанса гипноза. Это дает вам возможность выявить любые ошибочные идеи, которые могут возникнуть у клиента, и исправить их до того, как клиент придет на свой первый сеанс. Если вы обнаружите какие-то конкретные опасения, расскажите о том, насколько ваш подход отличается от того, что они ожидали. Таким образом, это открывает путь к разговору о том, как вы работаете и каков ваш гонорар.

Во время вашей предварительной оценочной беседы ваш клиент раскрывал вам свое сокровенное "я". Вы обезопасили их от того, чтобы они были уязвимы перед вами и делились своей историей боли. Это идеальное время, чтобы записаться на сеанс, но прежде чем обсуждать свой гонорар, скажите: "У вас, вероятно, есть ко мне какие-то вопросы..." И подождите.

5. У вас, вероятно, есть какие-то вопросы ко мне...

Предоставьте клиенту минуту молчания для ответа, потому что он может просто раскрыть что-то, что может иметь решающее значение для его исцеления. Затем сделайте краткий обзор, чтобы убедиться, что вы понимаете предполагаемую цель клиента. Например, "Итак, насколько я понимаю... (в этом проблема)... (это ваша цель)".

Напомните им о болезненных ощущениях, связанных с проблемой. Затем направьте энергию на установление позитивного ожидания в отношении работы с вами. Спросите, как решение этой проблемы могло бы помочь им в повседневной жизни. Позвольте клиенту рассказать вам о преимуществах перемен.

Настало время рассказать вашему клиенту о том, чего ожидать, когда он придет к вам на свой первый сеанс. Заставьте его представить, каково это - быть там с вами. Например, мой первый сеанс - это то, что я называю сеансом "Настройка на успех". Целью этой первой сессии является оценка. Это позволяет мне разработать программу, соответствующую конкретным потребностям клиента. Что произойдет?

Три важных аспекта.

Во-первых, я собираю полную историю проблемы клиента. Во-вторых, я учу их тому, что им нужно знать для успешной работы со мной. В-третьих, я провожу их через короткий сеанс гипноза. Это, конечно, крайнее упрощение, но это проверенная система, которая избавляет от груза сопротивления до того, как вы начнете возвращать клиента к болезненным событиям прошлого. Проведение первого сеанса для запуска программы исцеления ставит вас в центр процесса. Это также избавляет от нереалистичных ожиданий исправления за один сеанс.

Вы можете узнать больше в системном курсе Ready for Regression First Session. <https://www.tribeofhealers.com/ready-for-regression-first-session-system-course/>

Регрессионная гипнотерапия - это не однократный сеанс. Ваша предварительная беседа должна прояснить это. Даже если вы решите проблему клиента на первом сеансе, вы не будете знать, решена ли она полностью, пока не протестируете свои результаты в повседневной жизни клиента. Например, однажды я познакомилась с парнем в социальной ситуации. Когда он узнал, что я практикую гипноз, он был рад рассказать мне все о том, как сильно он любит гипноз. Затем он продолжил рассказывать мне о своем знаменитом гипнотерапевте, у которого есть собственное радиошоу. У нее явно был престиж, который он заимствовал благодаря общению с ней. Очевидно, двадцать лет назад она помогла ему бросить курить. Он просто не мог наговориться о том, какая она замечательная.

Затем он закурил сигарету. Минуточку. Что?

Его гипнотерапевт, вероятно, может похвастаться 99-процентным успехом. Вопрос в том, как долго? Правда в том, что для получения стойкого результата необходимо провести тестирование. Может потребоваться время, чтобы устранить все аспекты, способствующие возникновению проблемы клиента. Люди - не машины. Вы не можете просто разобрать их на части и собрать снова, ожидая, что они будут работать идеально. Люди - сложные организмы. Нет двух одинаковых. К каждому нужно относиться с осторожностью, потому что перемены даются большинству из нас нелегко. Требуется время, чтобы полностью принять изменения, а затем интегрировать их. Тестирование - это способ

получения долговременного результата. Даже если вы совершите чудо за один сеанс, вам потребуется по крайней мере один последующий сеанс, чтобы убедиться, что проблема полностью устранена. Настройтесь на это заранее.

После того, как вы ознакомились с ожиданиями и опасениями клиента по поводу процесса, подтвердили его предполагаемую цель и преимущества, пришло время назначить вашему клиенту первый сеанс. К сожалению, именно на этом многие практикующие целители застревают. Они чувствуют себя некомфортно, обсуждая свой гонорар, и им трудно попросить о согласии на первую сессию. Они боятся показаться "барыгами". Именно здесь уточняющий вопрос № 6 снимет вас с крючка.

6. Если бы мы продолжили как скоро, в идеале, вы хотели бы приступить к работе?

Вот так. Просто, не так ли? Это простой способ, без напряжения и давления инициировать запись на сеанс, потому что он исключает продажи из уравнения. Уточняющий вопрос № 6 упрощает инициирование первого сеанса, потому что клиент не сталкивается со слишком большим выбором. Единственный выбор, который он должен сделать, - это как скоро он желает приступить к работе?

Не усложняйте ситуацию. Просто получите согласие на первую сессию. Если клиент готов продолжить, вы можете решить, как клиент желает платить. Затем запишите их на первую сессию. И это все, что вам нужно, чтобы продать человеку первую сессию. Ваша первая сессия дает вам и клиенту возможность решить, хотите ли вы продолжать работать вместе. Если по какой-либо причине вы не чувствуете, что это будет лучшим подходом для них, у вас есть выход. В любом случае большинство людей замечают позитивный сдвиг даже после первого сеанса. Это то, что обеспечит дальнейшие продажи, без дополнительных усилий с вашей стороны. Но цель состоит в том, чтобы настроить клиента на получение долгосрочных результатов, а не только на краткосрочный успех.

Первый шаг на пути к исцелению - это приверженность первому шагу. Вы не будете знать, с чем имеете дело, пока не проведете клиента через первый сеанс. Если после первого сеанса вы и клиент решите продолжить совместную работу, самое время предложить пакет из нескольких сеансов. До тех пор нет необходимости предлагать больше, чем первый сеанс. Это снимает нагрузку как с вас, так и с клиента, потому что это всего лишь одно небольшое обязательство. В этом секрет вашего успеха. Все, на чем вам когда-либо нужно было сосредоточиться, - это подготовка к следующему шагу. Когда клиент успешно делает этот шаг, вы сосредотачиваетесь на следующем.

Резюме

Квалифицировать своих клиентов - это не продажа или "осуществление продажи". Речь идет о собеседовании с человеком, чтобы понять, подходите ли вы друг другу. Если вы будете думать о позвонившем, как о человеке, который претендует на должность клиента, у вас не возникнет ощущения, что вы пытаетесь ему что-то продать. В результате вы будете чувствовать себя намного спокойнее и увереннее во время первого разговора с потенциальным новичком.

Как только вы определитесь с тремя "R" балла в R-R-результатах, - это означает, что проблема является чем-то, что можно разумно решить с помощью гипнотерапии, что клиент подходит именно вам, соответствует вашему уровню знаний и умений, и что клиент достаточно мотивирован, чтобы быть готовым участвовать в процессе исцеления, все, что вам нужно, - это приверженность первому сеансу.

Ваша предварительная беседа должна прояснить, что регрессионный гипноз - это не подход, рассчитанный на один сеанс. Это клиентоориентированный подход, основанный на потребностях клиента. Исцеление требует взаимоотношений. Это то, к чему вы готовите своих клиентов — терапевтические отношения.

С некоторыми людьми вы сразу поймете, что они вам не подходят. Именно тогда вы можете избежать проблем, которые вам не нужны, прежде чем они проявятся. С другими людьми вы можете чувствовать уверенность в том, что можете им помочь, но вы не будете знать наверняка, пока не проведете первый сеанс.

Первый сеанс дает вам возможность провести тщательный осмотр, ввести клиента в состояние гипноза и заглянуть "под колпак". Пока вы этого не сделаете, вы не будете знать, с чем имеете дело. Действительно не будете знать. Шесть уточняющих вопросов помогут вам оценить, является ли человек подходящим клиентом для вас, являетесь ли вы подходящим целителем для него и готовы ли вы начать совместное путешествие к исцелению.

ГЛАВА 4: Изучите историю болезни

Вводное занятие - это интервью перед гипнозом, в ходе которого вы сосредотачиваетесь на сборе истории болезни клиента. Это знаменует начало совместного с клиентом пути к исцелению и при стратегическом использовании может помочь вам раскрыть жизненно важную информацию, необходимую для руководства процессом исцеления.

Первым шагом в процессе исцеления всегда является поиск чувства. "Это чувство", будь то страх, печаль, гнев или что-то еще, напрямую связано с событием, которое вызвало его формирование в первую

очередь. Это сигнал, исходящий от Первоначального Сенсibiliзирующего События (ПСС). Клиент может испытывать этот сигнал как чувство напряжения или зажатости в теле. Это может быть физическая боль или эмоциональная боль. Это может быть нежелательное поведение. Что бы это ни было, "проблема" уходит корнями в историю клиента.

Меня учили не тратить время на разговоры с Сознательным Разумом. Аргументация заключалась в том, что если Сознательный Разум не знает, как решить проблему, зачем тратить время на его выслушивание? Подсознание обладает информацией, необходимой для решения проблемы клиента, поэтому нам нужно обратиться именно к нему. Вывод? Просто быстро погрузите клиента в гипноз и приступайте к работе. Другими словами, "Просто сделайте это".

Вот в чем проблема... Гипноз просто дает вам доступ к подсознательному уровню разума. Исцеление требует участия клиента. Вам нужно, чтобы клиент был готов пойти туда, куда вам нужно, и делать то, что вам нужно, когда вы проинструктируете его об этом. Для этого требуется доверие. Проблема в том, что взаимопонимание не является данностью. Его нужно заслужить. Если вы попытаетесь ввести человека в состояние гипноза до того, как он будет готов, вам придется столкнуться с ненужным сопротивлением.

Авторитарные подходы могут подходить для развлекательных целей, таких как сценический гипноз или уличный гипноз, но исцеление требует доверительных отношений. Когда вы имеете дело с эмоциональной проблемой, вам нужно найти время, чтобы прислушаться к тому, что говорит Сознание. Умение слушать - это стратегия. Это способ настроить себя на успех, потому что дело не только в умении слушать. Речь идет о том, чтобы заставить Подсознание человека работать с вами. Это основа терапевтических отношений.

Терапевтические отношения

Люди, которые долгое время боролись с какой-либо проблемой, иногда не готовы иметь дело с реальной проблемой. Вдобавок к проблеме они накапливают груз разочарования, гнева и депрессии. Это особенно верно в отношении клиентов, которые прошли через медицинскую практику. Система здравоохранения сосредоточена на диагностике и лечении симптомов, а не на клиенте. Душевное состояние пациента в значительной степени игнорируется, хотя это ключ к исцелению. Вы можете значительно снизить это давление, просто удовлетворив потребность Сознания быть услышанным. Это не только может дать вам клиента, с которым легче работать, но и может помочь вам добиться лучших результатов.

Гипноз редко является первым решением, к которому обращается большинство людей, когда у них возникает болезненная, постоянная проблема. Если клиента подвели другие методы терапии, ему будет нелегко доверять вам или процессу. Чтобы устранить это негативное предубеждение, вам нужно завоевать доверие клиента, прежде чем погружать его в гипноз. Если вы этого не сделаете, клиент просто возьмет это с собой на сеанс гипноза.

Некоторые клиенты будут не так откровенны, как вам от них нужно. Разоблачение постыдной правды заставляет их чувствовать себя некомфортно. Если они выросли в среде критики и оскорблений, они не будут чувствовать себя в безопасности, открываясь совершенно незнакомому человеку. В результате они будут утаивать информацию, которая может иметь решающее значение для их исцеления. Они могут даже проецировать на вас иррациональные страхи, основанные на жестоких прошлых отношениях. Терапевтические отношения должны быть безопасным местом, где клиент может обнажить темную сторону своего Подсознания.

Терапевтический гипноз требует союза между терапевтом и клиентом, потому что вам нужно сотрудничество клиента, чтобы добраться до первопричины проблемы. Каждый клиент должен знать, что он может доверить вам свои самые глубокие, мрачные секреты, что то, чем он делится с вами, держится в строжайшей тайне. Они должны знать, что ничто из того, что они скажут, никогда не шокирует вас, и что вы никогда не будете осуждать или запугивать их. Им нужно, чтобы вы были надежным союзником. Только тогда они почувствуют себя в достаточной безопасности, чтобы позволить вам вести их на неизведанную территорию.

Подготовьтесь к терапевтическому контракту

Главной заботой Подсознания является выживание клиента. Его работа заключается в защите клиента. Ваша работа заключается в работе с Подсознанием. Вы делаете это, обеспечивая клиенту безопасность в следовании вашим инструкциям. Это цель терапевтического контракта.

Терапевтический контракт дает вам разрешение выполнять свою работу, устанавливая соглашение между вами и клиентом относительно того, кто что делает. Думайте об этом как о Правилах поведения во время терапии. Ваша сторона соглашения заключается в заботе, защите и безопасном руководстве клиентом в процессе исцеления. Клиент соглашается позволить вам направлять его, следуя вашим инструкциям. В то время как это соглашение закрепляется во время предварительной образовательной беседы, процесс заключения терапевтического контракта начинается во время вводного занятия.

Терапевтические отношения закладывают основу для терапевтического контракта. Вот почему процесс вводного занятия стоит на первом месте. Вводное занятие позволяет вам адаптировать вашу образовательную предварительную беседу к конкретным потребностям и заботам каждого отдельного клиента. Некоторые гипнотерапевты полагаются на предварительные беседы и онлайн-формы вводного занятия, потому что эти стратегии экономят время терапевта. Но уделив время выслушиванию истории боли клиента, вы можете сэкономить время, когда оно вам больше всего нужно, установив взаимопонимание как с Сознанием, так и с Подсознанием. Это более клиентоориентированный подход к подготовке клиента к гипнотерапии.

Сделайте это безопасным

Сознание и Подсознание хотят одного и того же — безопасности. Просто у них разные стратегии для достижения этого. Поскольку и то, и другое является неотъемлемой частью благополучия клиента, вам нужно работать с обоими. Ваш процесс вводного занятия может стать способом обеспечить безопасное сотрудничество как Сознания, так и Подсознания в процессе исцеления.

Подсознательный разум естественным образом общается с Сознательным Разумом посредством образов, картинок, воспоминаний, эмоций и ощущений в теле. Когда Сознательный разум пытается подавлять, вытеснять или избегать в попытке контролировать Подсознательный разум, это приводит эти две части клиента в противоречие друг с другом. Возникает конфликт. Ваша задача - заставить эти две части клиента работать сообща, улучшив коммуникацию между ними. Чтобы привести эти две части клиента в соответствие, вы не можете отвергать одну сторону в пользу другой. Одна не лучше другой. Вам нужно прислушиваться к обоим.

Модель Сознания Айсберга Фрейда изображает Сознательный разум как верхушку айсберга, в то время как Подсознательный разум - это гораздо большая часть Разума, находящаяся под поверхностью. Но точно так же, как мозг состоит из двух полушарий, которые постоянно взаимодействуют друг с другом, Сознание и Подсознание не являются отдельными сущностями. Каждое выполняет разные функции и общается совершенно по-разному, но реального разделения между этими двумя частями клиента нет. Это единый разум.

Сознательный разум - это та часть клиента, которая полагается на мышление, аргументацию и логику, чтобы осмыслить окружающий мир. Это дает клиенту столь необходимое чувство контроля. Если вы не удовлетворите потребность клиента в понимании до того, как начнете вводный процесс, Сознательный разум просто попытается руководить процессом. Когда это произойдет, клиент будет занят размышлениями,

анализом и попытками разобраться во всем. К сожалению, это будет только мешать вам и не позволит добиться прогресса.

Для сознательного разума контроль равен безопасности. Проблема в том, что сознательно клиент не контролирует какую-то сферу своей жизни. Вот почему вы ему нужны. Контроль находится в руках Подсознания. История о боли рассказывает вам только историю Сознательного разума, то, что Сознательный разум думает о проблеме. Остальная часть истории принадлежит Подсознанию. Чтобы получить доступ к этой информации, вам нужно завоевать доверие Подсознания. Подсознание - это эмоциональная часть Разума. Оно не думает, оно чувствует, и оно обязано защищать клиента от любой предполагаемой угрозы. Если вы не заслужите его доверия, Подсознание попытается защитить клиента от вас. Оно заблокирует вас.

Пока вы разговариваете с Сознанием, Подсознание никуда не отлучается. Оно рядом с вами, делает то, что у него получается лучше всего - оценивает ситуацию на предмет безопасности. Оно внимательно наблюдает за вами, чтобы определить, можно ли вам доверять, основываясь на том, как вы взаимодействуете с клиентом. Если вы хотите, чтобы Подсознание сотрудничало с вами, вам нужно показать ему, что вы тот, кто прислушается к чувствам клиента.

Ваше отношение должно быть непринужденным и непредвзятым. Пусть это будет скорее беседа, чем собеседование. Это не допрос. Речь идет о том, чтобы узнать клиента немного лучше и показать, что вы заботитесь о нем. Докажите, что вы не представляете угрозы. Вы здесь, чтобы помочь. Это позволяет Подсознанию чувствовать себя в безопасности и расслабиться. Когда Подсознание расслабляется, оно похоже на домашнюю собаку, которая просто любит вас. Вы можете проникнуть в дом, и оно покажет вам, где зарыты все кости.

Происходит Гипноз

Изучение истории проблемы клиента, естественно, пробудит мысли и чувства. Когда клиент рассказывает вам историю своей боли, он будет вспоминать людей и ситуации из прошлого и связываться с чувствами и эмоциями, которые связаны с его проблемой. В какой части истории содержится это чувство? Какие эмоции они испытывают, рассказывая об этих вещах? Кого они обвиняют? Это ценная информация, которая может помочь вам направлять процесс. Чем больше вы помогаете клиенту осознать боль, вызванную их историей, тем больше они начнут испытывать эмоций. Когда это происходит, у вас отключается критическая способность. Это и есть гипноз! Чем сильнее чувство, тем глубже клиент погружается в Подсознание. Это может обеспечить вам глубокий гипноз.

Будьте внимательны, потому что в большинстве случаев клиент уже будет находиться в состоянии гипноза к тому времени, когда вы начнете вводную. Вам просто нужно это оформить. Вот что такое процедура индукции. Это ритуал. Формальное введение удовлетворяет потребность клиента знать, что он был загипнотизирован. Это то, за что, по мнению клиента, они вам платят. Но гипноз часто происходит задолго до того, как вы начинаете процесс индукции. Все, что вам нужно сделать, это наблюдать за этим. В тот момент, когда вы заметите, что на поверхность всплывает признак эмоции, обратите на него внимание. Покажите, что вы не будете осуждать, что вы не представляете угрозы, подтвердив это чувство. Поощряйте его. Дайте чувству разрешение присутствовать. Это углубит гипноз, увеличив взаимопонимание с Подсознанием. Например, "Вот это чувство! Этому чувству позволено быть! Осознайте, что оно напрямую связано с причиной, по которой вы здесь. Вам позволено это почувствовать!"

Когда вы подтверждаете какое-либо чувство, вы обращаетесь непосредственно к Подсознанию. Вот откуда берется боль. Это вытекает из события, которое его вызвало. Эмоции, которые возникают в процессе вводного занятия, связаны не с тем, что происходит в вашем офисе. Они поднимаются с подсознательного уровня Сознания, где хранятся все воспоминания и эмоции клиента.

Когда на ум приходит эмоциональное воспоминание, это переживание связано с проблемой, которую представляет клиент. Подсознание знает, как возникла проблема. Когда чувство всплывает на поверхность, это говорит Подсознание. Разрешить чувству быть - это способ утвердить Подсознание. Вы показываете ему, что, в отличие от остального мира, вы цените то, что оно может сказать. Вы здесь не для того, чтобы заглушить его. Вы здесь, чтобы выслушать, потому что понимаете, что Подсознание - не враг. Оно хочет лучшего для клиента. И вы тоже. Вы здесь для того, чтобы помочь клиенту получить то, что ему нужно. Вот как вы формируете альянс с Подсознанием клиента.

Формируйте альянс

У некоторых клиентов есть довольно серьезные истории, которыми они могут поделиться. У них будут осознанные воспоминания о травмах и жестоком обращении. У них будут болезненные обиды на близких, которые причинили им боль. Обмен этими переживаниями с совершенно незнакомым человеком может заставить клиента почувствовать себя уязвимым. Это может вызвать стыд. Стыд - это не чувство. Это мысль. Это убеждение, которое гласит: "Я уязвим и непоправимо сломлен. Со мной что-то не так. Я никчемный, не заслуживаю. Я нелюбим".

Независимо от того, чем клиент делится с вами, продемонстрируйте, что ничто из того, что он может сказать, никогда не шокирует вас. Вы

слышали это раньше, это печально, но это правда, и не вам их судить. Сделайте так, чтобы клиент мог спокойно взглянуть правде в глаза и понять, что он чувствует. Если клиент становится очень эмоциональным, это нормально. Так общается его Подсознание. Просто поощряйте клиента испытывать это чувство. Покажите, что позволять этим чувствам присутствовать безопасно. С вами безопасно испытывать эти чувства. Не нужно ничего запихивать внутрь. Это нормально - просто выплеснуть это наружу. Чувства нормальны и естественны. Они являются частью человеческого опыта.

Например, "Любой, кто прошел через то, через что прошли вы, чувствовал бы то же самое. Вам позволено чувствовать (злиться, грустить, обижаться и т.д.) Это ваши чувства. Вам позволено проявлять все свои чувства и исцеляться. Правда в том, что... вы не первый человек, который идет по этому пути. К сожалению, вы, вероятно, не последний. Мы здесь, чтобы помочь вам исцелиться. Мы здесь для того, чтобы освободить вас от прошлого, чтобы вы могли чувствовать себя хорошо и двигаться вперед по жизни. Понимаете?"

Сделайте так, чтобы клиенту было безопасно встретиться лицом к лицу со своими истинными чувствами, потому что вы собираетесь попросить клиента позволить вам направить его в ту часть его Сознания, которая обладает силой произвести желаемые изменения. Для этого требуется доверие. Вы собираетесь попросить Подсознание показать вам то, чего Сознание не знает или не хочет знать, не может исправить и, в большинстве случаев, пытается избежать. Для этого требуется доверие. Вы будете просить Сознательный разум позволить неприятным чувствам проявиться в осознании. Для этого требуется доверие.

Происходит регрессия

Когда клиент испытывает эмоцию, он уже начинает регрессировать. Он может не осознавать, что происходит, но это чувство возникает не из того, что происходит сейчас. Оно возникает из прошлого события, которое имеет непосредственное отношение к этому чувству. Помните, что в вашем офисе не происходит ничего, что могло бы вызвать это чувство. То, что всплывает в Сознании, связано с событием в прошлом. Но на вашем сеансе только что произошло нечто, что вызвало воспоминание.

Что случилось? О чем только что говорил или вспоминал клиент? Обратите пристальное внимание на слова, которые использует клиент. Незначительные изменения в языке и тональности могут указывать на то, что клиент вернулся в более молодой возраст. Например, клиент может говорить тише или чуть более высоким голосом. У меня был клиент, который сказал: "потрогал мою писю". Это не слова

Сознательного, Взрослого, Думającego Ума. Это слова детского ума. Это общение Подсознания.

Воспоминания и эмоции - это то, как Подсознание общается. Клиенту просто нужно знать, что безопасно позволять ему общаться, напоминая клиенту, что ему разрешено испытывать это чувство. Например, "Этому чувству разрешено присутствовать. Все ваши чувства хороши - даже те, которые вызывают дискомфорт. Вы позволяете себе испытывать это чувство. Переживание чувства освобождает чувство, так что вы можете чувствовать себя лучше."

Эмоций бояться нечего. Чувства возникают и проходят естественным образом, при условии, что мы позволяем себе их испытывать. Что делает чувство таким неприятным, так это наше сопротивление их ощущению. Избегание не избавляет от чувства. Оно просто загоняет его еще глубже в подполье. Попытки избежать чувства или заблокировать его выражение только усугубляют проблему, увеличивая внутреннее накопление неразрешенного эмоционального мусора. Когда давление становится невыносимым, крышка снимается. Это называется абреакцией.

Абреакции случаются

Когда клиент реагирует, он совершает глубокое погружение в Подсознание. Это может привести к спонтанной регрессии. Происходит то, что разум возвращается к прошлому событию. Проблема в том, что все, что вы можете видеть, - это то, что происходит на поверхности. Вы можете увидеть прилив сильных эмоций, но вы понятия не будете иметь, что происходит внутри. Вы должны спросить. Когда вы видите, как эмоция захлестывает Сознание, немедленно спросите: "Что только что произошло?"

Абреакция - это естественный и нормальный человеческий опыт. Бояться нечего. Просто это произошло очень внезапно. Это было неожиданно. И объем немного больше, чем удобно клиенту. Это свидетельствует о том, что клиент слишком долго пытался подавить это чувство. Что только что произошло? Ничего. У клиента возникла мысль. На ум пришла картинка. Что-то в этом изображении вызвало чувства - базовую реакцию на стимул.

Картинки и образчики связаны с воспоминаниями. Это воспоминание о событии, которое закончилось. Проблема в том, что Подсознание этого не знает. Клиент был спровоцирован и отреагировал так, как если бы он все еще находился в той ситуации. По сути, это и есть флэшбэк. Это что-то из прошлого, что в Сознании человека происходит снова и снова.

Когда клиент реагирует, крышка просто открывается с непереваренной памяти. Что-то в этом событии не было доведено до завершения. Оно все еще не решено и, как следствие, все еще доступно для запуска. Но когда

клиент погружается в неприятное чувство и реагирует неадекватно, он вручает вам подарок. Уважайте подарок, уважая чувство. Докажите, что вы не собираетесь заставлять их застревать в неприятных эмоциях, взяв на себя ответственность и доказав клиенту, что им не нужно подавлять свои чувства. Им не нужно избегать своих чувств. Им не нужно скрывать свои чувства. Испытывать чувство - это нормально. Они не умрут, если просто почувствуют это. Избегание чувств и воспоминаний только усугубляет ситуацию. Вот почему вы никогда не должны пытаться внушить эмоцию.

Подсознание хочет того же, что и вы, — чтобы клиент был в безопасности и чувствовал себя лучше. У него просто нет выбора. Оно должно защищать, и иногда оно будет делать это способами, которые нам не нравятся. Если вы попытаетесь переопределить Главную Директиву Подсознания, вы далеко не продвинетесь. Вы столкнетесь с сопротивлением, и клиент будет сопротивляться без необходимости. Это все равно, что пытаться закрыть дверь сарая, когда лошади пытаются вырваться на свободу. Если вы это сделаете, то, скорее всего, пострадаете в процессе.

Вместо того, чтобы пытаться захлопнуть дверь перед неприятным чувством, разрешите ему проявиться. Все, что вам нужно сделать, это взять на себя ответственность и направить энергию. Разрешите ему быть там. Затем дайте ему место, куда можно пойти. Вы можете попросить клиента выдавить ее или положить в подушку. Он может дышать через нее или проговаривать вслух. Ощущение эмоции - это то, что высвобождает ее. Это то, что поможет клиенту почувствовать себя лучше. Покажите клиенту, как безопасно преодолеть неприятную эмоцию. Докажите, что можно чувствовать себя лучше. Объясните клиенту, что испытывать какие-либо чувства - это нормально. Просто почувствуйте это. Все, что происходит, - это то, что некоторые неприятные чувства находят выход. Это хорошо.

Чувства, естественно, хотят двигаться, поэтому любое движение поможет клиенту очень быстро почувствовать себя лучше. В результате они обнаружат, что эмоции длятся недолго, когда они просто позволяют себе испытывать это чувство. Даже самое ужасное чувство не продлится более девяноста секунд, если клиент просто почувствует его. Тогда все кончено. Большинство людей этого не знают. Когда эмоция начинает пробиваться на поверхность осознания, они захлопывают крышку. Это заставляет их застревать в шаблоне повторения одних и тех же мыслей и чувств снова и снова, что усиливает проблему. В результате проблема со временем усугубляется.

Вы можете положить конец эмоциональной переработке, вмешавшись и взяв ответственность на себя. Это даст клиенту возможность проявлять

больше чувств в процессе, облегчая вашу работу. Лучше всего то, что клиент получит то, в чем он больше всего нуждается, — облегчение. Это и есть исцеление.

Насколько оно сильное?

Если клиент испытывает сильную эмоцию, измерьте интенсивность этого чувства. Это позволит вам подобрать метод высвобождения в соответствии с интенсивностью эмоции. "Насколько сильно это чувство по шкале от одного до десяти?"

Если оценка СЕД клиента составляет пять или шесть баллов, разговора часто бывает достаточно, чтобы разрядить энергию. Поощряйте клиента говорить правду о том, что он чувствует, ощущая ощущения в теле. Например, "Мне грустно" или "Я злюсь!"

Если СЕД выше, вы можете предложить клиенту сделать тэпинг или выплакать это ощущение в подушку. Более сильные эмоции (10+) могут проложить вам прямой путь обратно в ПСС. Клиент уже на полпути к этому. Все, что вам действительно нужно сделать, это просто проинструктировать клиента сосредоточиться на своем чувстве и проследить за ним до более раннего события. Сделайте это, и вы заставите клиента поверить в вас. Они поймут, что то, что заставило их так себя чувствовать, имеет прямое отношение к прошлому опыту. Они поймут, как их собственный Разум цеплялся за это чувство, что оно существует не просто так. Это возвращает их к выбору.

Как только клиент поймет, что вызвало проблему, ему больше не нужно будет цепляться за это чувство. Какое потрясающее открытие освобождает. Какое новое чувство силы они могут унести с собой домой!

Паника!

Что, если клиент начнет психовать? Что, если кажется, что клиент катится по спирали вниз? Что, если ему становится хуже? Задача номер один - обеспечить безопасность. Выведите его. Если клиент не может говорить, если он чувствует себя подавленным, возможно, у него проблемы со способностью управлять своими эмоциями.

Эмоциональная дисрегуляция может свидетельствовать о неразрешенной травме. Если клиент подавлен, осознайте, что для него это слишком. Он не чувствует контроля. Кто-то должен контролировать ситуацию, чтобы защитить клиента. Этим кем-то должны быть вы. Если вы не знаете, что делать, или реакция застаёт вас врасплох, или вы просто не готовы к такой интенсивности, лучшее, что можно сделать, - это просто вывести клиента. Говорите спокойно и твердо. Попросите его открыть глаза и посмотреть на вас. Не прикасайтесь к ним. Просто попросите их сосредоточиться на вас и сделайте приятный, глубокий вдох. Когда они

будут следовать вашим инструкциям, скажите: "Правильно. Хорошо, готово".

Как только клиент успокоится и начнет ритмично дышать, выясните, что только что произошло. Затем вы можете разобраться с этим задним числом, нажав на "что только что произошло". Это поможет высвободить остаточные эмоции, связанные с воспоминанием. Например, "Мгновение назад я столкнулся с неприятным чувством /И хотя я чувствовал (страх) / Сейчас я в порядке / Я прямо здесь / Жив и здоров / погружаюсь глубже"...

Чтобы осмыслить "то, что только что произошло", работайте в прошедшем времени. Это позволяет клиенту эмоционально дистанцироваться от того, что выводило его из себя, в то время как вы помогаете ему снять напряжение. Соппротивление клиента этому чувству составляет 90% проблемы. Научите своих клиентов, что испытывать их чувства безопасно. Переживание чувства высвобождает чувство. Высвобождение чувства позволяет им чувствовать себя лучше. Как только они заметят сдвиг в лучшую сторону, признайте это. Подтверждение каждого позитивного сдвига и каждого движения к лучшему самочувствию поможет клиенту лучше контролировать ситуацию и, следовательно, быть более готовым встретиться лицом к лицу с событием из прошлого, которое вызвало это неприятное чувство.

Если клиент открывает глаза и все еще волнуется, осознайте, что он застрял в воспоминаниях. Вам нужно взять на себя ответственность, используя авторитарный тон, чтобы вернуть его сюда и сейчас. Задавайте вопросы, которые помогают клиенту ассоциироваться с настоящим временем и пространством. Например: "Какой сегодня день? / Где вы сейчас находитесь? / Который сейчас час?"

Клиент не сможет думать, пока вы его не успокоите, поэтому подождите, пока он полностью не придет в себя и не сможет обратить на вас внимание. Затем помогите ему осознать три важные истины. Во-первых, с ним все в порядке. Во-вторых, он не одинок. В-третьих, вы знаете, что делать. Помогите своим клиентам понять, что их Подсознание создано для того, чтобы заботиться о них.

Они должны знать, что с ними все в порядке, что их Подсознание делает именно то, для чего оно было разработано. Их Подсознание просто вмешалось, чтобы избежать предполагаемой угрозы. Поскольку Подсознание не может отличить реальную угрозу от воображаемой, оно отреагировало так, как если бы она была реальной. Подсознание не осознает, что клиент больше не находится в той прошлой ситуации. Что касается его, то все это по-прежнему происходит сейчас.

Все, что вы можете сделать, чтобы привлечь клиента к участию в снижении энергоемкости, придаст ему сил. Вы можете прослушать мысли и чувства, которые испытывает клиент. Вы можете попросить их просто постучать по точкам карате (тэппинг) или потереть "больные места" в верхней части груди (тэппинг), произнося вслух: "Я чувствую (вставьте эмоцию)". Это подтверждает ощущение. Поочередно вы можете попросить их потереть или постучать по точкам ключицы. Все они эффективны для успокоения нервной системы организма.

Используйте самовнушение

Если вы еще не знакомы с тэппингом, просто используйте самовнушение. Это очень эффективно, потому что клиент участвует в своем собственном исцелении. Когда клиент делает заявление о себе, для самих себя, это обладает большей силой, чем все, что вы могли бы ему предложить. Используйте самовнушение, чтобы помочь восстановить равновесие, заставляя клиента повторять позитивные внушения, которые подкрепляют истину. Например: "Я в порядке. / Я все еще здесь. / Сейчас я в безопасности. / Я знаю, что я в порядке, потому что (поставьте точку)".

Продолжайте в том же духе, пока клиент не успокоится. Как только клиент начнет дышать более ритмично, вы можете использовать ретроспективный подход, чтобы осмыслить то, что только что произошло. Только что произошло что-то, что спровоцировало его, но вы понятия не имеете, что это могло быть. Куда только что завел его Разум? Вам нужно выяснить. Затем вы можете обработать это воспоминание задним числом. Способ сделать это - использовать язык прошедшего времени, чтобы признать то, что только что произошло. Например, "Я думал об (этом) / и это заставило меня почувствовать (эмоцию, т.е. хорошо) / И теперь я чувствую (эмоцию, т.е. хорошо)..."

Это помогает клиенту осознать, что произошло нечто, вызвавшее эмоциональную реакцию. Обычно это была мысль. Помогите клиенту установить связь между этой мыслью и этим чувством. Это помогает клиенту взять на себя ответственность за свои собственные мысли и чувства. Помните, это их разум. Например, "Хотя мгновение назад у меня была мысль (я умру), и это заставляет меня чувствовать (страх), сейчас я в порядке". Это возвращает их в настоящий момент более полно. Как только они поймут, что с ними все в порядке, они почувствуют, что лучше контролируют ситуацию.

Осознайте, что когда клиент реагирует, это Подсознание выражает потребность в безопасности. Оно делает именно то, для чего было разработано — обеспечивает безопасность клиента, избегая угроз. Тот факт, что угроза осталась в прошлом, еще не зафиксирован. В этом цель регрессионной работы — оставить прошлое в прошлом. Вы можете

провести клиента через серию утверждений, подтверждающих, что он в безопасности, потому что событие осталось в прошлом. Например, "Я в порядке. / Это в прошлом. / Я прошел через это. / Теперь я в безопасности. / Так что я могу расслабиться."

Переосмыслить

Проблема не в том, что только что произошло. Проблема в том, что клиент осуждает себя за потерю контроля. Они чувствуют себя немного сумасшедшими, потому что не знают, что только что произошло. Это появилось из ниоткуда. Это только усиливает беспокойство, которое они и так испытывают. Определите эти мысли и очистите их. Когда ваш клиент поймет, что с ним все в порядке, вы можете переосмыслить то, что только что произошло, в позитивном свете. Используйте это как доказательство того, что его Подсознание действительно хочет решить эту проблему. Дайте ему понять, что он находится в идеальном месте для этого. Это поможет клиенту осознать, что на самом деле он сам создает эту реакцию и что можно почувствовать себя лучше.

Если вы волнуетесь...

Что вы делаете, если клиент начинает нервничать, и вы начинаете нервничать? Если вам кажется, что это слишком для вас, вероятно, так оно и есть. Сосредоточьтесь на клиенте. Ваша главная ответственность всегда лежит на клиенте. Если вы чувствуете себя подавленным, выведите клиента, дав инструкцию: "Сцена исчезает, и вы успокаиваетесь вместе со своим дыханием". Затем выведите клиента. Полностью верните его внимание к настоящему моменту. Когда человек выходит из гипноза, он все еще гипервнушаем. Продолжайте вводить внушения, чтобы помочь клиенту стабилизироваться. Замедлите их дыхание, заставив их немного удлинить выдох. Использование счета может помочь клиенту сосредоточиться на вашем голосе. Например: "Хороший глубокий вдох, раз, два, три, правильно. А теперь выдохните: раз, два, три, четыре. Очень хорошо. Теперь вы здесь, все в порядке. Еще раз." Повторяйте, пока клиент не начнет нормально дышать.

Осознайте, что клиент, вероятно, чувствует себя сумасшедшим. Убедите его, что именно так работает разум, они просто столкнулись с неприятным воспоминанием, это всего лишь воспоминание, и они в безопасности, совсем взрослые, сейчас здесь, с вами. Позвольте им рассказать о своем опыте ретроспективно. Проведите небольшое переосмысление. Затем подумайте о направлении клиента к соответствующему специалисту в области психического здоровья. Помните, вам нужны клиенты, с которыми вы можете добиться успеха, а не клиенты, которые собираются бросить вас на дно к акулам!

Временные вложения

Я предпочитаю завершить процесс вводного занятия, прежде чем направлять клиента к прошлому событию, потому что регрессия может занять время. Прежде чем мы начнем погружаться в болезненные события прошлого, я хочу научить клиента, как добиться успеха, работая со мной. Это может сэкономить ваше время, когда оно вам больше всего нужно. Если клиент сталкивается с сильными эмоциями во время вводного занятия, вы можете использовать это как возможность научить клиента уважать свои чувства.

Научите их, как чувствовать себя лучше, освобождаясь от неприятных чувств и эмоций. Клиент обнаружит, насколько быстро он может почувствовать себя лучше, и его чувства не будут иметь над ним такой власти. Это не только даст вам клиента, который готов довериться вам в том, что вы направите его туда, куда ему нужно пойти, чтобы получить исцеление, но и он будет меньше бояться столкнуться лицом к лицу со своими чувствами, когда столкнется с ними лицом к лицу. Это даст вам гораздо более находчивого клиента для выполнения работы, когда вы начнете направлять его через процесс регрессии к причине.

Специалисты в области гипноза слишком быстро отказались от терапевтической ценности предоставления клиенту разрешения высказаться до индукции. Мы не хотим, чтобы нас обвинили в том, что мы практикуем "разговорную терапию". И на то есть веские причины. Разговор сам по себе не решит проблему клиента. Повторение одной и той же истории снова и снова может принести некоторое временное облегчение. Это может даже привести к некоторому пониманию причины проблемы. Но это ничего не меняет.

Разговор может разрядить часть энергии, заложенной в истории, но у человека все равно остается проблема. В результате энергия имеет тенденцию накапливаться обратно, снова заставляя клиента крутиться в колесе постоянной терапии. Вы же не хотите быть "тем парнем". Хотя регрессионная гипнотерапия считается кратковременной терапией, это не быстрое решение проблемы. Ее эффективность заключается в работе с той частью Сознания, которая обладает способностью создавать реальные и долговременные изменения. Время, которое требуется, действительно зависит от клиента. Ваше вводное занятие - это вложение времени, которое позволяет вам продемонстрировать, что вам можно доверять, что вы в безопасности. Выслушивание истории боли клиента - это способ заручиться сотрудничеством как Сознания, так и Подсознания, чтобы они позволили вам руководить процессом. Это то, что может дать вам процесс вводного занятия. Это не просто краткое введение перед тем, как ввести клиента в гипноз. Это интерактивный

процесс, в ходе которого вы устанавливаете взаимопонимание как с сознательным, так и с подсознательным уровнями разума.

Исцеление - это не то, что вы делаете сами. Исцеление - это то, что происходит, когда клиент готов позволить этому случиться. Ваша задача - просто создать условия, при которых безопасно позволить исцелению произойти. Это то, к чему вы готовитесь. Иногда достаточно просто доказать, что испытывать чувства - это нормально. Иногда достаточно показать клиенту, что смотреть в лицо своей истории безопасно, что возможно исцеление. Иногда это все.

Резюме

Процесс вводного занятия - это не просто беседа. Это стратегия установления терапевтических отношений, в то время как вы оцениваете готовность клиента продолжать работу с вами. Если вы будете внимательно слушать, клиент предоставит вам все необходимое для эффективного руководства процессом исцеления.

Вводное занятие - это первый шаг в процессе исцеления клиента. Здесь вы слушаете историю боли Сознательного разума, чтобы заручиться сотрудничеством как Сознания, так и Подсознания. Когда вы возьмете на себя роль проводника и защитника, Сознание будет менее склонно пытаться руководить процессом, а Подсознание расслабится и будет работать с вами.

Цель процесса вводного занятия - установить терапевтические отношения, в которых клиенту безопасно встретиться лицом к лицу со своими самыми глубокими, мрачными тайнами, чтобы он мог исцелиться. Терапевтические отношения обеспечивают безопасное место для исцеления. Ваше вводное занятие позволяет вам собрать информацию, необходимую для того, чтобы наметить курс к цели клиента, и в то же время обеспечить безопасность принятия ваших предложений вашим клиентом.

Клиент должен чувствовать себя с вами в безопасности, прежде чем вы начнете делать внушения, потому что все, что вы делаете на сеансе гипноза, основано на внушении. Гипноз происходит через внушение. Регресс происходит через внушение. Изменение происходит, когда предложение принимается. И клиент всегда выбирает, сознательно или бессознательно, принимать ваши предложения или нет, исходя из своего уровня доверия.

Вводное занятие - это также процесс закладки основы для терапевтического контракта. Терапевтический контракт дает вам разрешение руководить процессом лечения. Информация, которую вы собираете во время вводного занятия, позволяет вам адаптировать свою

образовательную предварительную беседу к конкретным потребностям и заботам каждого клиента.

В процессе вводного занятия вы можете помочь своему клиенту безопасно установить контакт с болезненными эмоциями, которые напрямую связаны с его проблемой. Это дает Подсознанию разрешение рассказать свою историю. Затем вы можете научить клиента, как безопасно отпустить чувство, чтобы почувствовать себя лучше.

Происходит гипноз. Когда клиент испытывает эмоцию, он уже находится под гипнозом. Чем сильнее эмоция, тем глубже гипноз. Когда у вас глубокий гипноз, происходит регрессия.

Когда у вас очень эмоциональный клиент или кто-то, кто глубоко огорчен, обычно это происходит потому, что проблема существует уже некоторое время. У них есть история с этой проблемой. Вот откуда берется внутреннее давление. Это может привести к спонтанному регрессу или абреакции. Ответная реакция - это подарок. Вы можете использовать ее, чтобы вернуться к событию, которое ее вызвало, или научить клиента, как снять часть внутреннего давления, чтобы почувствовать себя лучше. Это учит клиента тому, что можно почувствовать себя лучше очень быстро.

Вы можете узнать больше о моем подходе к первому занятию в курсе "Система подготовки к регрессии на первом занятии" здесь: <https://www.tribeofhealers.com/ready-for-regression-first-session-system-course/>

ГЛАВА 5: Оценка вводного занятия

В процессе вводного занятия вы раскрываете историю боли клиента. Вы подтверждаете чувства в истории и показываете Подсознанию, что вам можно доверять в том, что вы понимаете, что он чувствует. Вот почему важно не торопить клиента во время вводного занятия. Это потому, что Подсознание - это Чувствующий Разум, а Чувствующий Разум - это детский разум. Детей часто запугивают, заставляя торопиться и делать то, что им говорят. Это просто создает сопротивление. Это не поможет вам, когда придет время заниматься гипнозом.

Вы хотите настроить все так хорошо, чтобы клиент автоматически сделал следующий шаг. Тогда это становится естественным процессом, направляющим клиента шаг за шагом прямо к решению проблемы. Слушая и наблюдая за реакциями клиента в процессе вводного занятия, вы сможете оценить готовность клиента приступить к процессу исцеления.

Оцените взаимопонимание

Я не сторонница того, чтобы погружать людей в их проблемы. Люди приходят к вам, потому что они получили травму. Уважайте потребность Подсознания в защите. Если кажется, что клиент сдерживается, на то есть причина. Это может указывать на то, с чего должен начаться процесс заживления – доказывая, что для клиента безопасно позволять вам выполнять вашу работу. Например, если клиент опасается гипноза, выясните, в чем заключаются его конкретные проблемы, чтобы вы могли обучить его таким образом, чтобы он мог безопасно доверять вам.

Во время вводного занятия обращайтесь внимание на то, как клиент реагирует на вас во время вводного занятия, чтобы оценить уровень вашего взаимопонимания. Откровенны ли они? Или кажется, что они сдерживаются? Если клиент вам не доверяет, он не захочет позволить вам руководить процессом.

Оценивайте вербальные и невербальные реакции

Во время процесса уделяйте пристальное внимание как вербальному, так и невербальному общению в ответ на вопросы о приеме. Например, о чем говорит поза клиента? Замечаете ли вы некоторое напряжение в теле? Каковы эмоциональные реакции клиента? Присутствует ли слишком много чувств или их слишком мало? Использует ли клиент метафору для описания своих чувств? Насколько эмоционально грамотен клиент? Использует ли он мышление, чтобы подавить чувства? Используют ли они мыслительные слова, такие как "отвергнутый", "напряженный", "расстроенный", "тревожный", "подавленный" и "депрессивный", вместо эмоциональных слов, таких как "грустный", "испуганный" или "злой"?

Слова обладают силой. Клиент может думать, что он испытывает стресс, когда на самом деле ему грустно. Он может думать, что расстроен, когда на самом деле ему страшно. Он может думать, что испытывает тревогу, когда на самом деле он злится. Такие слова, как "расстроен" или "подавлен", относятся к эмоциональному переживанию, но они не являются эмоцией. В результате они создают дистанцию от того, что на самом деле чувствует клиент. Когда дело доходит до работы по эмоциональному исцелению, чем конкретнее вы сможете использовать свой язык, тем лучше будут ваши результаты. Вы не будете знать, что пытается донести Подсознание клиента, пока клиент не назовет эмоцию. Чтобы определить настоящую эмоцию, спросите клиента: "Если бы это (подчеркнутое) чувство могло говорить, что бы оно сказало?" или "Если бы это (преданное) чувство было эмоцией, что бы это было – злость, грусть, испуг или что-то еще?" Докопайтесь до подсознательной истины. Это то самое чувство.

Оцените эмоциональную стабильность

Насколько эмоционально стабилен клиент? Если ваш клиент эмоционально подавлен, это нормально. Чувства и эмоции - это территория, на которой вы работаете. Но если вам кажется, что это для вас слишком, вы можете подумать о том, чтобы направить их к кому-то более опытному. Некоторые люди могут быть немного неприятны в зале для сеансов. Последнее, что вам нужно, - это клиент, который собирается бросить вас на дно... к акулам.

Оцените эмоциональную связь

Кэндис Перт, автор книги "Молекулы эмоций", заявила: "Ваше тело - это ваше Подсознание". Именно там мы ощущаем свои чувства — в теле. Эмоции - это подсознательная коммуникация, которая физически ощущается в теле. Эмоции ощущаются в определенных областях тела, в первую очередь в кишечнике, груди или горле. "Этот страх" в кишечнике. "Эта печаль" в груди. "Этот гнев" в горле. Это специфические эмоциональные сигналы, которые привязаны к конкретным событиям в прошлом клиента.

Чтобы чувствовать себя полностью живым, требуется эмоциональная связь. К сожалению, многие люди рано учатся отключаться от своих чувств и эмоций. Возможно, это была необходимая стратегия выживания в детстве, но она отдаляет человека от самого себя. Это очень распространенная картина среди людей, страдающих депрессией. Они научились избегать своих чувств. Эмоции все еще присутствуют. Но вместо того, чтобы позволить своим эмоциям проявиться, человек загоняет их обратно, держа чувства запертыми внутри.

Если ваш клиент привычно отключается от своего эмоционального тела, ему может быть трудно найти чувство. Это может затруднить нахождение моста к прошлому. Обучение вашего клиента тому, как находить чувство, может значительно облегчить поиск причины эмоции и ее высвобождение. Вы можете использовать следующее упражнение, адаптированное из книги Юджина Гендлина "Фокусировка", чтобы научить клиента находить и ощущать ощущения в теле. Сначала попросите клиента закрыть глаза, погрузиться внутрь себя и следовать вашим инструкциям. Затем проведите его через следующую серию опытов.

Упражнение на ощущение.

Сосредоточьтесь на большом пальце ноги. Немного пошевелите им. Надавите на него. Обратите внимание на ощущения. Когда у вас появится это ощущение, дайте мне знать. (Дождитесь ответа.)

Обратите внимание на ощущения внутри большого пальца ноги. Обратите внимание, на что это похоже. Когда у вас появится такое ощущение, дайте мне знать. (Это может занять у них несколько минут, поэтому просто спокойно подождите. Пусть клиент несет ответственность за результаты!)

Поднимите свое осознание вверх по ноге до колена. Обратите внимание на ощущение в колене. Например, на положение колена или на что-либо, что может касаться колена. Затем найдите ощущение внутри колена. Когда у вас это появится, дайте мне знать. (Дождитесь ответа.)

Поднимитесь к паху и в живот. (Когда они заметят ощущение внутри живота, вы там!)

Поднимитесь дальше в грудную клетку, почувствуйте, что там.

Поднимитесь к горлу. Обратите внимание на ощущения там.

И все готово!

Теперь вы успешно ассоциировали клиента с его телом. Это всего лишь одна простая стратегия, которую вы можете использовать, чтобы быстро помочь клиенту восстановить связь со своей способностью чувствовать свои чувства. Это может показаться такой мелочью, но на самом деле вы помогаете клиенту воссоединиться с той частью себя, от которой он был закрыт. Когда приходит время выполнять регрессионную работу, это может положить конец разочарованию в попытках найти эмоции — как для вас, так и для вашего клиента.

Хитрость заключается в том, чтобы возложить на клиента ответственность за результат. Клиенту должно потребоваться всего несколько секунд, чтобы заметить ощущение в теле. Если он не может найти это ощущение, он просто недостаточно внимательно следит за тем, что происходит в теле. В этом основная проблема. Клиент научился избегать осознания своих чувств. Это нужно прекратить!

Изменение этого саморазрушительного паттерна начинается прямо здесь, требуя от клиента обращать внимание на чувства и эмоции. Это также краеугольный камень терапевтического контракта. Клиент должен согласиться следовать вашим инструкциям. Будьте терпеливы. Дайте клиенту время, необходимое для успешного поиска нужного чувства. Единственные люди, которые ничего не могут чувствовать, мертвы. Клиенту просто нужно научиться замечать свои чувства.

Ничто так не способствует успеху, как успешность. В тот момент, когда клиент замечает чувство или сенсацию в теле, отпразднуйте успех. Подтвердите это, сказав: "Хорошая работа!" Или "Правильно!" Или: "Теперь у вас получилось". Это учит клиента ассоциировать успех с

осознанием чувств и ощущений. Это учит клиента тому, что безопасно позволять своему Подсознанию общаться.

Некоторые клиенты психически рассеяны. Иногда это происходит из-за беспокойства. Иногда это побочный эффект лекарств. Иногда это потому, что они остро нуждаются во сне. Хроническое недосыпание заставляет их чувствовать себя измотанными и неспособными справиться с повседневной жизнью. Вы можете значительно улучшить жизнь человека, просто помогая ему лучше спать.

Просто достаточный отдых поможет улучшить отношение клиента к себе и другим и улучшить его общий взгляд на жизнь. Помогая вашим клиентам лучше спать, вы также получите лучшего клиента для работы, потому что недостаток сна ухудшает когнитивные способности. Это основная причина несчастных случаев, как на дороге, так и на рабочем месте. Улучшение качества сна вашего клиента сделает вас более проницательным и внимательным участником процесса лечения.

Если ваш клиент кажется действительно рассеянным или неуправляемым, возможно, будет полезно начать процесс исцеления с обучения его некоторым упражнениям на заземление. Если вы перенесете его из головы в тело, вам будет гораздо удобнее работать с клиентом.

Упражнение на заземление

Предложите клиенту закрыть глаза, погрузиться внутрь тела и представить... на что это могло бы быть похоже... иметь корни... растущие из подошв ног. Затем пустите эти корни вниз, в землю, через все слои земли, вплоть до самого ядра планеты.

Предложите клиенту описать, что он там находит. Что он обнаруживает в ядре планеты? Есть ли у него цвет? Температура? Качество вибрации? На что это похоже? (Чаще всего цвет красный или золотой.) Проинструктируйте клиента подключиться к этой жизненной энергии и жадно втягивать ее вверх через корни. Втягивайте ее вверх-вверх-вверх в подошвы ног. И теперь вы все готовы к обратному прогрессивному расслаблению!

Направьте энергию вверх в ступни и икры; обратите внимание на ощущения. Постепенно двигайтесь вверх по телу к макушке головы. Затем направьте его обратно вниз по всему телу, от макушки головы до подошв ног, расслабляя каждую мышцу, нерв и клетчатку тела. Это так приятно! Наконец, предложите клиенту использовать это упражнение с образами в любое время, когда он захочет или в чем нуждается, чтобы чувствовать себя более приземленным и расслабленным.

Это упражнение не требует гипноза. После того, как вы его освоите, потребуется всего несколько минут, чтобы пустить корни и направить энергию в нервную систему организма. Я использую его перед походом за покупками в Costco. Это работает чертовски хорошо!

Оцените ожидания

Некоторые люди думают, что они лягут на спину, вздремнут и выйдут из гипноза преображенными. Это не гипноз. Это волшебство. Мы все принимали таблетки от любой болезни. С клиентом не сложно. Это просто то, чему они научились. Проблема в том, что ожидание "почини меня" не даст им того, что им нужно. Это не значит, что они оставляют машину, чтобы починить тормоза. Эта старая модель разума как машины не только устарела, но и способствует возникновению стыда, уязвимости и зависимости. Мы хотим положить конец этим вещам, но для этого требуется участие клиента. Вам нужен клиент, который готов взять на себя ответственность за выполнение своей работы самостоятельно, потому что вы не можете сделать это за него. Ваша задача не в том, чтобы что-то выяснить. Ваша задача - попросить Подсознание показать вам, что необходимо для решения проблемы. Тогда вы сможете найти способ обеспечить это. Насколько клиент готов участвовать в собственном исцелении?

Резюме

На протяжении всего процесса вводного занятия вы можете слушать, наблюдать и оценивать готовность клиента к регрессии, обращая внимание на следующие факторы.

- Каков уровень взаимопонимания с клиентом?
- Какая информация передается устно?
- О чем говорят вам невербальные ответы клиента?
- Насколько эмоционально стабилен клиент?
- Насколько клиент в контакте со своими чувствами и переживаниями?
- Рассеян ли клиент мысленно?
- Являются ли проблемой качество и количество сна клиента?
- Насколько клиент готов участвовать в собственном процессе исцеления?

"Поверхностные методы, такие как прямое внушение и управляемые образы, подходят для лечения симптомов. Они эффективны для обеспечения комфорта или помощи человеку справиться с ситуацией. Например, человека, проходящего медицинское лечение, получающего химиотерапию или готовящегося к концу жизни, можно лечить с

помощью поверхностных методов. Но когда дело доходит до эмоциональных проблем, человек не может просто представить себя в лучшем свете." – Терапия дьявола

ГЛАВА 6: Ключи к разрешению симптомов

Каждая проблема, с которой человек обращается к вам, уходит корнями в прошлый опыт. Это означает, что проблема клиента уникальна для его личной истории. Вы не узнаете, в чем заключается настоящая проблема, пока их Подсознание не покажет вам. Сторона проблемы клиента со стороны Подсознания - это эмоциональная история. Это будет раскрыто в процессе исцеления. Это покажет вам, как возникла проблема клиента и как она развивалась с течением времени.

Чего оно вам не скажет, так это фактов о том, что произошло. Это потому, что история Подсознания не хранит запись правды или факта. Оно хранит запись восприятий, мыслей и чувств, которые произвели впечатление в то время, когда произошло событие. Все, что может показать вам Подсознание, - это то, как клиент интерпретировал конкретную ситуацию и какие чувства это вызвало у него. Вот что нужно изменить.

Вы не можете изменить прошлое человека. Что бы ни стало причиной проблемы, это древняя история. Все позади. Что вы можете изменить, так это то, как клиент думает о прошлых событиях, которые причинили ему боль. Это изменит его чувства.

Чувства управляют поведением и реакциями на ситуации в повседневной жизни, которые находят выражение в виде нежелательных симптомов. Изменение того, что чувствует клиент, изменит и то, как клиент реагирует на ситуации в повседневной жизни – ментально, физически и эмоционально.

Следующие десять стратегических вопросов помогут вам начать процесс выявления информации, необходимой для выявления и устранения первопричины проблемы клиента. Пока вы проводите клиента через этот процесс, главное - сохранять сосредоточенность на чувствах и эмоциях.

1. В чем проблема?

Эмоциональные проблемы бывают двух видов — простые и сложные. Простые проблемы коренятся в одном событии и относительно просты в разрешении. Простая проблема обычно имеет единственную первопричину, которая после устранения устраняет необходимость в проявлении симптома. Часто причина кроется в неправильном восприятии Ребенка. То, что происходило во время мероприятия, было неверно истолковано, что вызвало у Ребенка расстройство. Это базовая модель, которой большинство из нас обучалось в школе гипноза.

Привлечение внимания взрослых к событию может быстро разрешить любые недоразумения и восстановить внутреннюю гармонию. Но не всегда. Опыт изнасилования может быть разовым событием, но оно сопряжено с сильными эмоциями. Когда в событии заложен значительный эмоциональный заряд, может возникнуть множество слоев восприятия, мыслей и чувств, для прояснения которых может потребоваться время. Однократное крупномасштабное событие в раннем возрасте также может повлиять на идентичность. Это может повлиять на то, как человек видит себя в результате этого опыта. Из-за склонности Подсознания обобщать все знания, это может оказать широкое влияние на жизнь клиента. Например, родовая травма может сильно повлиять на человека на всю оставшуюся жизнь.

Простые проблемы

Простые проблемы связаны с одним ПСС. Это порождает проблему. Последующие ситуации в дальнейшей жизни затем действуют как напоминания о причинно-следственном событии, рестимулируя лежащий в основе паттерн и делая его сильнее. Это повторяющееся усиление паттерна означает, что со временем внутреннее давление нарастает. В результате все становится только хуже. Это называется эффектом компаундирования. Подсознание естественным образом усиливает любое обучение. По этой причине регрессионная гипнотерапия фокусируется на выявлении ПСС.

Нужно ли вам искать ПСС? Нет. Просто легче справиться с проблемой на начальном этапе. У нее еще не было времени вырасти и развиться в серьезную проблему. Попытка разобраться с накопившейся за всю жизнь мыслительной и эмоциональной энергией может оказаться тяжелой работой как для вас, так и для клиента. Поскольку ПСС - это первый раз, когда клиент испытал чувство, которое вызывает симптомы, это событие будет иметь самый слабый эмоциональный заряд, что значительно облегчит его обработку. Просто, не так ли?

Сложные проблемы

Сложные проблемы - это совсем другая история. Сложные проблемы - это не что-то одно. Они включают в себя множество аспектов. Например, человек, столкнувшийся с угрозой постановки диагноза, может страдать от депрессии или чувств страха, разочарования и гнева, которые накапливаются поверх основной проблемы. Для полного разрешения сложных проблем может потребоваться больше времени

Подсознание очень специфично. В то время как определенный симптом формируется в результате определенного переживания, может быть несколько ИИ, каждое из которых требует различных симптомов или

реакций, основанных на конкретных впечатлениях, произведенных событием.

Также может быть несколько событий, подпитывающих проблему. Разные события могут иметь одну и ту же тему, но в то же время вносить различные аспекты в симптомы клиента. Также может быть несколько правонарушителей, способствующих возникновению проблемы клиента.

В рамках одного события может быть несколько переживаний, порождающих множество эмоций, выражающихся через симптомы. Думайте слоями. Чтобы получить полное решение проблемы, вы должны раскрыть слои восприятий, мыслей и чувств, заложенных в событии.

Травма

Травма бывает двух видов — большая и маленькая. Большая травма — это очевидные вещи: изнасилование, свидетель убийства, выживший в авиакатастрофе. Маленькая травма — это то, что большинство людей упускает из виду, потому что взрослому Сознанию это кажется пустяком. Но для ребенка мелочи могут казаться ошеломляющими. Вот что такое травма. Это переживание подавленности. Проблема, однако, не в том, что произошло. Дело в том, как интерпретировалось происходящее в то время.

Травма была определена как восприятие угрозы в состоянии беспомощности. Ключевое слово здесь — "восприятие". Люди воспринимают информацию через шесть сенсорных каналов восприятия: мы видим, слышим, обоняем, пробуем на вкус, осязаем, ощущаем равновесие и положение в пространстве. Затем мы оцениваем эти восприятия. Большую часть времени это бессознательный процесс. Самая основная оценка касается безопасности. "Безопасно ли это?" Это главная забота Подсознания — безопасность, потому что безопасность служит выживанию.

Ребенок зависит от других в обеспечении безопасности. Если Ребенку приходится справляться со страшной ситуацией в одиночку, или он не в состоянии понять, что происходит, или ему не хватает способности предпринять действия, чтобы защитить себя, Подсознание будет генерировать сигнал бедствия, называемый страхом. Угроза даже не обязательно должна быть реальной. Воображаемая угроза вызовет реальный страх. Например, если мама и папа поссорятся, это вызовет у ребенка настоящий страх. Ребенок, которого впервые отдали в детский сад, может интерпретировать этот опыт как брошенность. Это очень реальная угроза выживанию.

Проблемы, которые возникают очень рано в жизни, влияют на развитие мозга и идентичность. Когда в раннем возрасте происходит много повторяющихся событий, нервные пути становятся похожими на колеи от

повозки. С каждым повторением колея становится глубже. Для изменения этих глубоко укоренившихся стереотипов может потребоваться время просто потому, что они закреплялись с самого раннего возраста. Например, жестокое обращение в детстве редко бывает разовым событием. Оно всегда порождает замешательство, страх и гнев. Если насилие было совершено со стороны любимого человека, это предательство и потеря доверия. Но все эмоции смешиваются с любовью. В этом сложность.

Алкоголизм в семейной системе означает, что ребенок растет в токсичной среде, где невозможно предсказать поведение другого человека. Алкоголик может быть счастливым и любящим в один момент и выходить из-под контроля в следующий. Это порождает тревогу и замешательство. Часто это приводит к неспособности доверять собственному восприятию. То же самое верно в отношении взросления с психически больным человеком, необходимости терпеть пренебрежение и переживать физическое, психическое и сексуальное насилие.

Если у вас есть клиент, который живет с алкоголиком или супругом, подвергающимся жестокому обращению, они не застряли в плохой ситуации. Они предпочитают оставаться там, потому что дискомфорт - это их зона комфорта. Решение оставаться в токсичной среде не является сознательным выбором. Это побочный продукт истории клиента. На каком-то уровне его текущее окружение приемлемо, потому что подсознательно оно знакомо. Клиент, переживающий банкротство или развод, имеющий дело с межличностными конфликтами дома или на работе, или проходящий судебный процесс, имеет дело не только с современными стрессорами. Они плывут против течения прошлых эмоциональных событий, которые резонируют с нынешней ситуацией. Дополнительный стресс просто делает их более уязвимыми для срабатывания.

Вы можете использовать все это, чтобы решить представленную проблему. Просто имейте в виду, что, хотя вы стремитесь перевести их в более спокойное русло, вам нужно будет зафиксировать [3] клиента на период между сеансами. Иногда прогресс будет на два шага вперед и на один шаг назад, потому что для достижения полного решения проблемы вам необходимо прояснить все аспекты, способствующие возникновению проблемы клиента. В этом секрет работы со сложными проблемами - упорствовать. Тщательно освободите все, и не останется ничего, что могло бы вызвать симптомы.

Синдромы

Когда у клиента появляется несколько симптомов, вы имеете дело не с одной проблемой. Вы имеете дело с синдромом. Синдром - это не просто что-то одно. Это группа симптомов, которые работают вместе, создавая

шаблон. Затем шаблону присваивается название. Например, фибромиалгия - это синдром. Хроническая усталость - это синдром. Синдромы часто проявляются в вашем офисе в виде диагноза. Но если вы попытаетесь лечить диагноз, вы ничего не добьетесь, потому что диагноз - это просто ярлык, который требуется врачу для назначения лечения. Вы не можете прикрепить ярлык. Депрессия - это ярлык. Если вы попытаетесь лечить депрессию, вы ничего не добьетесь. Вам нужно выяснить, как клиент "справляется" с депрессией. Затем вы можете обратиться к каждому из способствующих этому аспектов.

Когда вы имеете дело с синдромом, ваша лучшая стратегия - идентифицировать каждый отдельный симптом и бороться с ним отдельно. Составьте список всех симптомов, которые усугубляют проблему. Как клиент вообще узнает о наличии проблемы? Где болит? В чем выражается проблема? Как только у вас будет список всех симптомов, вы сможете систематически "устранять" их, один за другим. Это ключ к решению проблемы клиента - сосредоточьтесь на чем-то одном за раз. Одна цель. Один симптом. Одна мысль. Одно чувство. Это даст вам более ясный путь к причине и гораздо более тщательное прояснение сопутствующих аспектов. Если вам повезет, все симптомы будут связаны с одним событием, что упростит решение проблемы.

Эффект снежного кома

Как и большинство проблем, синдром начинается как одна проблема. Поскольку она не решена, со временем к схеме добавляются другие проблемы. Возникает эффект снежного кома. Проблема, возможно, начиналась как нечто незначительное в ПСС, но она продолжала расти и развиваться благодаря последующим сенсibiliзирующим мероприятиям (ПСМ), добавляя больше аспектов к шаблону. Это добавляет сложности. Чем чаще повторяются события, тем больше происходит закрепление лежащего в их основе паттерна, и тем больше материала добавляется к снежному кому, когда он катится по детству. В результате более поздние симптомы, как правило, будут более болезненными или беспокоящими, побуждая человека обратиться за помощью.

2. Когда началась проблема?

Когда впервые появились симптомы? Когда началось нежелательное поведение? Причинное событие произойдет за некоторое время до этого. Выясните, когда клиент впервые заметил появление симптомов. Обычно все начинается с чего-то одного - например, с головных болей. Затем к этому добавилось что-то еще. Это похоже на снежный ком, катящийся вниз по склону, набирая скорость. Вы обнаружите это у курящих клиентов. Привычка появилась не с первой сигареты. Именно тогда Подсознание нашло способ удовлетворить потребность с помощью сигарет. Такое поведение - всего лишь симптом неудовлетворенной

потребности. То, что вы ищете, - это мост для дальнейшего регресса назад. Какое чувство побудило клиента сунуть сигарету в рот? Сосредоточьтесь на этом чувстве!

То, что заставило человека положить в рот первую сигарету, произошло задолго до того, как он закурил. Первая сигарета не является причинно-следственным событием. Это событие, вызывающее симптом (СВС). Если клиент сможет идентифицировать самый ранний симптом, это может дать вам хорошее начало регрессии, потому что это более короткий путь назад к причинно-следственному событию. Это может сэкономить время на сеансе, потому что все, что вам нужно сделать, это вернуться к тому моменту, когда впервые появился этот конкретный симптом - ломота, болезненное ощущение, шишка или первая сигарета. Раскройте обстоятельства, связанные с конкретным симптомом. Вспомните чувство, связанное с этим событием, и начните восстанавливать связь, чтобы найти самое раннее событие. Самое раннее событие - это причинно-следственное событие. Это в первый раз. Решите, что есть, затем посмотрите, что осталось.

Люди с серьезными заболеваниями обычно имеют в анамнезе менее серьезные недуги. Это еще одна функция процесса вводного занятия. Если вы имеете дело с медицинской проблемой, ознакомьтесь с историей болезни клиента. Первый проявившийся симптом обычно является чем-то незначительным, поэтому клиент не осознает, что существует связь с его проблемой. Такие мелочи, как экзема, астма или аллергия в детстве, могут показаться несвязанными, но вы обнаружите, что они являются частью более масштабной истории, когда начнете выполнять регрессионную работу.

Сознательно запоминаемое событие редко является причинным событием, но если вы сможете идентифицировать конкретное сознательно запоминаемое событие, это даст вам возможность начать регрессию. Это может сэкономить время сеанса, потому что причинное событие будет предшествовать сознательно запоминаемому событию. Например, если клиент говорит, что проблема возникла, когда ему было четыре года, вы знаете, что причинно-следственное событие произойдет за некоторое время до достижения им четырехлетнего возраста.

Во время вводного занятия выясните, что происходило в жизни клиента в то время. Что происходило в семейной системе в то время? Как ладили мама и папа? Были ли у них братья и сестры? Следите за такими признаками, как злоупотребление психоактивными веществами, развод, рождение нового ребенка в семейной системе. Посмотрите, сможете ли вы определить конкретное событие, которое могло спровоцировать первое появление симптомов. Это даст вам отправную точку для регрессии.

"Никто не заболевает раком сразу" – Стивен Паркхилл

Гипноз улучшает вспоминание, поэтому, как только вы введете клиента в состояние гипноза, у вас будет доступ к большему количеству деталей. Как только вы углубитесь в сомнамбулизм, вы можете направить клиента вернуться к осознанно запомненному событию, и все готово для регрессии. Просмотр события поможет углубить гипноз и в то же время позволит вам найти мостик.

Большинство проблем начинаются с малого и со временем становятся больше. Это означает, что первое осознанно запоминаемое событие будет менее интенсивным, чем более недавнее. ПСС все равно будет ниже. Но что, если вы имеете дело с клиентом, у которого панические атаки? Вы же не хотите снова довести клиента до панической атаки. В этом нет необходимости. Но каждый помнит, когда у него впервые случилась паническая атака. Это вся информация, которая вам нужна, чтобы начать регрессию.

Когда вы возвращаете клиента к осознанно запомненному событию, проинструктируйте его вернуться назад до того, как что-либо произошло. Убедитесь, что вы возвращаете клиента к моменту, когда он все еще чувствует себя в безопасности. Правило номер один - безопасность. Клиенту не обязательно переживать приступ паники заново! Вам просто нужно выяснить, что происходит непосредственно перед появлением чувства паники. В какой-то момент клиент будет чувствовать себя хорошо, а затем что-то произойдет, чтобы изменить это. Что происходит? Когда это чувство меняется с нормального на что-то другое? Что происходит, чтобы вызвать это чувство?

Ответ заключается в том, как клиент воспринимает происходящее на мероприятии. Что он видит? Слышит? Обоняет? Прикасается? Что вызывает "это чувство"? Например, запах сигарет в его дыхании. Не останавливайтесь на достигнутом. Выясните, как клиент интерпретирует это восприятие. Какое значение придается этому восприятию?

Завершение основы предложения

Завершающее предложение - ценный инструмент раскрытия. Вы можете использовать его, чтобы снять слои восприятия, мыслей и чувств, чтобы определить основную причину проблемы. Например, "Запах сигарет в его дыхании заставляет меня задуматься (поставьте точку на этом.)".

Эта мысль, какой бы она ни была, связана с эмоцией. Что это за эмоция? Страх? Гнев? Грусть? Например, предположим, клиент говорит: "Запах сигарет заставляет меня думать, что он собирается причинить мне боль". Здесь вы могли бы предложить другое завершающее предложение, чтобы раскрыть эмоцию, вызванную этой мыслью: "Мысль о том, что он

собирается причинить мне боль, заставляет меня чувствовать (поставьте точку заканчивающийся на этом)."

Допустим, клиент отвечает: "...напуган!" Вы только что определили характер симптомов. Восприятие (запах изо рта) интерпретируется как угроза (мысль), которая порождает эмоцию страха. Теперь у вас есть мостик к событию, вызвавшему этот конкретный страх. Здорово, не так ли?

Вот еще один пример. Допустим, вы имеете дело с проблемой компульсивного переедания. Наступает момент, когда возникает непреодолимое желание. "Это чувство" - вот что побуждает клиента нырнуть в пакет с "Доритос" или искать утешения в "Хааген-Даз". Это то чувство, которое вы ищете, то, что приводит к неконтролируемому поведению.

Может показаться, что паническая атака - это не поведение, но это реакция на неприятную эмоцию, точно так же, как погружение "лицом в мороженое" является реакцией на чувство. Поведение - это то, что происходит, когда клиент не может избавиться от чувства. Цель второго вопроса - выяснить, как клиент впервые узнал о существовании проблемы. Как впервые возникла проблема? Как она выражалась? Потому что сейчас все может быть по-другому. Если вы сможете определить, какие симптомы проявились первыми, вы можете перейти "вверх по течению" от того, как проблема проявляется в настоящее время. Устраните этот самый ранний симптом, и вы можете просто отключить всю схему.

3. Что еще вы пробовали?

Мой физиотерапевт говорит: "Если вы не прислушиваетесь к шепоту, вам придется мириться с криками". Большинство людей, которые приходят к вам в кабинет, мирятся с криками. Проблема накапливается на подсознательном уровне, и они просто больше не могут игнорировать это чувство. Если клиент боролся с проблемой в течение некоторого времени, он, вероятно, пробовал другие решения, прежде чем обратиться к вам за помощью. Цель третьего вопроса - развеять любые сомнения или опасения относительно этого процесса. Эти опасения могут показаться мелкими, придирчивыми сомнениями или страхами, но они способны заблокировать вас. Узнайте, что пробовал клиент. Что сработало, а что нет? Клиенту просто нужно знать, чем то, что вы предлагаете, будет отличаться. Тогда они могут ожидать другого результата.

Возможно, то, что они попробовали, не решило проблему полностью, но, возможно, это помогло. Если предыдущие методы лечения вообще помогли, то, вероятно, потому, что они сняли некоторые поверхностные

слои. Просто клиенту нужна более глубокая техника, чтобы решить проблему навсегда. Например, я обнаружил, что клиенты, которые обращались за консультацией или психотерапией, являются лучшими клиентами. Они не ожидают, что вы взмахнете своей волшебной палочкой. У них высокая мотивация к исцелению. Они готовы участвовать в процессе исцеления и, как правило, более самосознательны и проницательны.

Никогда не проявляйте неуважения к предыдущим методам лечения клиента. Дайте вашим клиентам возможность доверять себе и своей способности принимать правильные решения от своего имени. Подтвердите все, что они сделали до сих пор. Вселяйте надежду. Напомните им, что они просто еще не закончили. На самом деле, они могут быть в нескольких дюймах от финишной черты и даже не осознавать этого. Иногда вы можете найти способ развить прошлый успешный опыт клиента, используя то, что клиент счел полезным. Например, если определенный план питания работал у клиента в прошлом, покажите ему, как вы можете побудить его придерживаться программы, обратившись к внутреннему побуждению переждать. Вы здесь не для того, чтобы заставлять его что-либо делать. Вы здесь, чтобы помочь им вернуть право выбора. Это важно.

Прошлые неудачи

Если предыдущие попытки решить проблему не увенчались успехом, у клиента возникнут чувства по этому поводу. Это может быть разочарование. Это может быть гнев. Это может быть чувство вины. Например, если клиент прошел медицинское обследование, он стал чувствителен к тому, что его тычут пальцем и относятся к нему как к проблеме, а не как к личности. У таких клиентов есть реальная потребность чувствовать, что их слышат. Если клиент все еще зол на своего последнего целителя, он может подсознательно спроецировать этот гнев на вас. Это будет только мешать вам. Но если вы попросите их рассказать вам об этом, а затем выслушаете, через что они прошли, вы сможете показать, что понимаете. Тогда вы станете надежным другом и наперсником.

Если что-то не сработало, это просто. Дайте клиенту понять, что вы не собираетесь этого делать. Что бы это ни было, выясните, что клиенту в этом не понравилось, чтобы вы знали, что делать по-другому. Например, если их предыдущий терапевт пробовал прогрессивную релаксационную индукцию, и им это не понравилось, или они не получили желаемых результатов, не делайте этого! Используйте другую индукцию. Докажите, что то, что вы делаете, отличается, и клиент будет ожидать другого результата.

Соппротивление технике

Некоторые клиенты сопротивляются регрессии. Они скажут: "Я не хочу туда идти". Очевидно, вам нужно решить эту проблему. Выясните, почему они не хотят туда идти. Затем вы можете устранить это сопротивление во время вашей образовательной предварительной беседы. Вы не можете позволить клиенту диктовать терапию. Если вы это сделаете, вы обречены. Вам нужно подчиняться, чтобы получить результаты. Подчинение означает сотрудничество. Вам нужно, чтобы клиент был добровольным участником процесса исцеления, чтобы добиться успеха. Чтобы добиться результатов, клиент должен быть готов идти туда, куда вам нужно.

Когда возникает сопротивление, всегда есть причина.

Я встретила человека, который категорически отказывался даже рассматривать возможность регрессии. Не собираюсь этого делать. И точка. Не подлежит обсуждению. Я не пыталась с ней спорить. Я просто спросила ее: "Как так вышло?" В ее случае у нее были веские причины избегать регрессии. Она посещала психолога, чтобы поработать над нерешенной проблемой из своего прошлого. Ее психолог решил попробовать с ней гипноз. Клиентка регрессировала к переживанию изнасилования.

Необходимость заново пережить опыт насилия нанесла ей повторную травму. Неудивительно, что она не хотела туда идти! Я завоевала ее доверие, подтвердив ее чувства. Затем я объяснил, почему нечто подобное никогда не могло произойти в моем офисе. Ее психолог может иметь лицензию на психотерапевтическую практику, но он явно не был квалифицирован для проведения регрессионной гипнотерапии. Если бы он был, он бы знал, что делать. Безопасность клиента всегда на первом месте.

Она согласилась стать моей клиенткой при условии, что я пообещаю не возвращать ее к болезненному событию. Я сдержал свое обещание. Но я действительно вернул ее к прошлому событию. Я также призвал ее мощно оживить его. Это был опыт возвышенного блаженства, пока клиентка плыла под парусом. Она чувствовала себя свободной, живой и полностью связанной с Силой Природы. Это был удивительный опыт для нас обоих. Я ухватилась за возможность использовать мощное ресурсное состояние, чтобы помочь ей преодолеть главный блок в ее жизни. Это не только решило проблему, с которой столкнулась клиентка, но и восстановило ее веру в терапию.

У меня были клиенты, которые не хотели делать тэппинг. Они пробовали это, и "это не сработало". В каждом случае клиент пробовал тэппинг эмоциональной свободы (EFT) со своим консультантом или психологом. Я

не могу нести ответственность за отсутствие навыков у другого терапевта, поэтому я просто сказал: "Да, я часто это слышу. Это другое". Затем я попросил клиента "отнестись к этому как к кукурузным хлопьям и попробовать еще раз в первый раз". С разрешения клиента я затем доказала, что то, что я делаю, отличается. Это все, что вам нужно сделать. Сделайте так, чтобы клиент мог безопасно выполнять то, о чем вы его просите. Докажите, что то, что вы делаете, отличается от других. Покажите, что вы можете помочь клиенту получить некоторое облегчение, и у вас не возникнет проблем с соблюдением требований.

Что насчет сейчас?

Другой вопрос, который следует задать клиенту, - что они делают сейчас, если вообще что-то делают? Некоторые клиенты проходят медицинское лечение или работают с другими терапевтами. Для клиента важно, чтобы вы поддерживали эти вещи. Что бы они ни делали, используйте это. Укрепляйте веру вашего клиента в свой выбор в пользу исцеления, потому что это поддерживает его в исцелении. Если клиент занимается какой-либо практикой самоисцеления, такой как йога или медитация, это клиент, который готов выполнять свою работу самостоятельно. Лучшие клиенты - это те, кто готов участвовать в собственном исцелении. Например, у меня была клиентка, которая занималась йогой. Ей это нравилось, поэтому я спросил ее, что ей в этом нравится. Она описала, как хорошо она себя чувствовала. Когда клиентка испытывает какие-то приятные чувства, обратите внимание! Это то, что вы можете использовать, чтобы наполнить резервуар клиента во время завершения сеанса. Просто добавляйте несколько советов в конце каждого сеанса, чтобы напомнить клиенту о том, каково это - находиться в состоянии любви. Любовь исцеляет.

Если клиент получает помощь из другого источника, иногда для полного решения проблемы необходим многосторонний подход. Например, у меня была клиентка с серьезной боязнью змей. Она уже проходила традиционные методы лечения, такие как когнитивно-поведенческая терапия (КПТ), которые помогли ей справиться с проблемой. Проблема заключалась в том, что у нее все еще была проблема. Клиентка добилась заметного прогресса с помощью регрессионной гипнотерапии, но у нее все еще оставалось какое-то незначительное сопротивление, которое просто не отпускало ее. Анализируя свой прогресс, клиентка обнаружила, что у нее была диагностирована органическая проблема, которая была напрямую связана с вегетативной нервной системой. Она сообщила мне, что это состояние вполне могло способствовать ее иррациональному страху. Мы согласились, что, возможно, сейчас самое подходящее время проконсультироваться со своим натуропатом по органическому вопросу. Это оказалось очень полезным и дало клиенту дополнительный уровень поддержки в лечении.

Пациентка, страдающая раком, которая отказалась пойти по медицинскому пути и подвергнуть себя химиотерапии, предпочла вместо этого поработать с натуропатом и регрессионным гипнотерапевтом. Она получала витамин С внутривенно, чтобы укрепить свою иммунную систему, пока мы работали над выявлением и устранением причины ее рака. В заключение каждого сеанса я высказывал предположения о том, что внутривенное введение эффективно укрепляет ее иммунную систему, в то время как мы продолжали работать вместе, чтобы устранить оставшиеся препятствия на пути к выздоровлению. Это то, чего она хотела. Это то, чего она ожидала. Это то, что она получила. Сейчас у нее нет рака, и это продолжается уже более десяти лет. Это был гипноз или внутривенное лечение? Я не знаю. Мне все равно. Может быть, и то, и другое. Она исцелилась. Это все, что имеет значение.

4. Как эта проблема влияет на вас в повседневной жизни?

Когда вы оцениваете клиента, этот вопрос служит для того, чтобы донести до клиента, насколько важно, чтобы он решил проблему. Чем больше сфер жизни, по признанию вашего клиента, подвержены влиянию проблемы, тем больше он осознает, насколько серьезной она является на самом деле. Это повышает мотивацию к переменам.

Исцеление - это обращение ко всему человеку, а не только к симптомам. По мере того, как вы решаете одну часть проблемы, другие проблемы чудесным образом решаются сами собой. Это потому, что единственным фактором, общим для всех симптомов, является клиент. Но клиент может не осознавать, что он связан, пока вы не укажете ему на это. Наличие списка областей, на которые влияет проблема, подскажет вам, где следует следить за изменениями в повседневной жизни клиента. Затем вы можете использовать эти данные в качестве доказательства того, что происходят изменения и что клиент добивается прогресса. Например, вы можете работать над устранением гнева клиентки по отношению к ее начальнику, но, поскольку проблема еще не решена полностью, ее гнев все еще провоцируется ситуациями в повседневной жизни. Тем временем клиентка теряет два размера одежды без соблюдения диеты. Правдивая история. В данном случае гнев по отношению к начальнику оказался неразрешенным гневом по отношению к ее бывшему мужу, который прослеживался вплоть до ее отношений с матерью в детстве. Сюрприз, неожиданность!

Выясните, какие конкретные сферы жизни клиента затронуты в результате возникновения проблемы. Например, как это влияет на их работу? Взаимоотношения? Сон? Здоровье? Когда вы начнете решать представленную клиентом проблему, произойдут изменения, но они могут проявиться не там, где вы ожидаете. Этот список поможет вам

определить преимущества, на которые клиент может рассчитывать в результате внесения этих изменений.

5. Занимаетесь ли вы духовной практикой?

Многие клиенты не будут делиться информацией добровольно, если не думают, что это имеет какое-либо отношение к проблеме. Но исследования показывают, что вера в высшие силы может улучшить результаты. Моя философия заключается в том, что если у клиента это есть, используйте это. Занимается ли клиент какой-либо духовной практикой? Например, медитация, йога, церковь, молитвенная группа и т.д.

Если клиент считает себя духовным, какое слово он использует для обозначения своей высшей силы? Некоторые люди решительно сопротивляются "слову Бога". Для этого всегда есть причина. Иногда это происходит потому, что клиент вырос в религиозной семье и по какой-то причине это причинило ему боль. В результате Бог означает нечто иное, чем безопасность, любовь и доброжелательность.

Когда я проводил занятия по самогипнозу 7-го пути, у меня было много клиентов, которые говорили мне, что "заряд", который они имели вокруг слова Божьего, просто растворился в процессе практики. Если клиенту удобнее использовать какое-то другое слово или фразу, ничего страшного. Это их слово. Если у них есть вера во "Вселенную", используйте это. Некоторым людям нравится слово "Дух". Некоторые чувствуют связь с Иисусом. Важно не само слово. Важно значение, которое придал ему клиент.

У меня была клиентка, которая внезапно осознала, что ей нужно простить Бога. Она поняла, что обвиняет Бога во всем плохом, что произошло в ее жизни. Это оказалось очень интересной частью работы по прощению. Это также был мой первый клиент, страдающий раком. Клиентка была медицинским работником и проходила курс химиотерапии и лучевой терапии, когда она была у меня на приеме. Но она приписывает свое исцеление работе по прощению, которую мы проделали вместе.

Расспросив человека об его духовной жизни, можно получить значимую информацию. Для одного клиента этот вопрос открыл дверь к разговору о детском инцесте. Для другого это вызвало счастливые воспоминания о том, как он учился в католической школе. Еще один рассказал, как его утащили в церковь бабушка с дедушкой, которые, как оказалось, были ключевым игроком в корне проблемы.

Этот вопрос также служит естественным переходом к разговору о семейной системе в детстве. Просто спросите: "А как насчет взросления?"

Ваша семья была какой-нибудь религиозной?" И теперь вы заставляете их говорить о детстве.

6. Каким было детство?

Терапевтические отношения создают безопасное место, где Внутренний ребенок клиента может быть услышан, замечен и подтвержден. Это означает, что работа с Внутренним ребенком начинается во время вводного занятия. Когда вы спрашиваете клиента, как бы он описал детство, вы приглашаете его Внутреннего ребенка принять участие в разговоре. Вы получите множество ответов. Просто знайте, что у каждого есть нерешенные проблемы из детства.

Каждому клиенту нужно видеть в вас более сильного и мудрого человека, чем он есть на самом деле. В результате он в какой-то степени назначит вас на роль родителя или "фигуры привязанности". Когда это произойдет, внутренний ребенок клиента проявит себя. Моделируя здоровое родительское поведение во время процесса вводного занятия, вы можете сделать так, чтобы клиент был уверен в своих чувствах. Например, у меня был клиент, который сказал мне плаксивым тоном: "Я не могу сбросить вес, потому что моя жена готовит всю еду". Это говорит не взрослый! Это голос ребенка, который чувствует себя бессильным, неважным и находящимся под контролем других. (В данном случае первопричина лишнего веса клиента на 100 фунтов проявилась в неудовлетворенных потребностях Внутреннего ребенка.)

Не ходите туда!

Когда клиент говорит вам, что у него было "идеальное детство", что его родители были любящими, и они никогда не испытывали никаких травм или боли, это тревожный сигнал. Это Сознание говорит вам: "Не ходи туда!" Нет необходимости оспаривать восприятие клиента. Подсознание знает правду. Оно покажет вам это во время регрессии. Просто знайте, что зондировать нужно осторожно. Это чувствительная область.

Если Сознание считает, что детство было замечательным, хорошо. Просто попросите клиента рассказать вам, какими были его отношения с каждым из родителей в детстве. О ком они говорят больше всего? О ком они, кажется, избегают говорить или явно не хотят говорить? Это может быть человек, с которым у них проблемы. Например, у меня была одна клиентка, которая не хотела говорить о своем отце. Она была непреклонна в том, что ей не нужно говорить о нем. Она прошла курс терапии, простила его, вопрос был решен и не подлежал обсуждению. Но даже упоминание о дорогом старом папе явно вызвало у нее раздражение. Она стала громче. Ее лицо стало ярко-красным. Ее Подсознание прямо говорило мне: "Не ходи туда!" Угадай, где были корни ее проблемы? (Она тоже была удивлена до глубины души.)

Не помню

Иногда клиент мало что помнит о детстве. Возможно, у него было небогатое событиями детство. Более вероятно, что есть травмирующие переживания, которые произошли так рано в жизни, что клиент не помнит их сознательно. Травма - неизбежный факт взросления. Это либо укрепляет устойчивость, либо сбивает нас с ног. Возьмем, к примеру, рождение. Рождение по своей сути травматично. Многие жизненные проблемы могут возникнуть, пока вы пытаетесь сделать свой первый вдох. Кто это помнит?

Ученые придумали выражение "детская или инфантильная амнезия", чтобы описать завесу забвения, которая опускается примерно в три года. Все, что происходит до трехлетнего возраста, как правило, теряется полностью. Сознательное воспоминание о событиях в возрасте от трех до примерно семи лет, как правило, более отчетливое, чем в более позднем возрасте. Воспоминания, которые, скорее всего, сохраняются, - это высокоэмоциональные переживания.

Травмирующие переживания - это всегда эмоционально заряженные события. Даже когда вспоминается болезненный опыт детства, разум Взрослого может оценить эти переживания как "ничего особенного". Но именно восприятие ребенка так часто создает проблемы для людей в дальнейшей жизни. Это потому, что они формируют основу основных убеждений человека. Наши основные убеждения решают, чего мы собираемся добиться в жизни. Они говорят нам, кем мы должны быть, чтобы удовлетворять наши потребности, чего мы заслуживаем и чего ожидать от других и жизни.

История жестокого обращения

Иногда становится ясно, что в детстве все было не так уж хорошо, и клиент это знает. Был алкоголизм. Злоупотребление. Соперничество между братьями и сестрами. Ребенку тяжело справляться с этим в одиночку. Изоляция оставляет глубокие раны. Ко мне приходили клиенты, чтобы решить проблемы жестокого обращения в детстве. Они осознавали, что с ними произошло. Они осознавали, что этот прошлый опыт все еще влияет на них и их способность строить любящие отношения. Они хотели примириться со своим прошлым. Когда у человека есть такой уровень готовности встретиться лицом к лицу с прошлым, вы можете свернуть горы и изменить свою жизнь к лучшему.

Семейная система

Некоторые люди попытаются забыть о детстве и рассказать о своих отношениях с членом семьи сейчас. Они будут говорить о своих отношениях с мамой сейчас, или о своих отношениях с папой сейчас, или о том, насколько хороши отношения с их сестрой сейчас. Это еще один

тревожный сигнал. Это говорит вам о том, что отношения изменились с детства. Возможно, вам придется немного покопаться, чтобы докопаться до истины, но, если описание детства клиента было менее чем любящим, его Внутренний ребенок все еще может испытывать страдания. Возможно, в этом корень проблемы.

Проработайте семейную систему. Начните с мамы и папы. Затем просмотрите список братьев и сестер. Как их зовут? Они живы или умерли? Также могут быть другие значимые люди, которые жили в семье происхождения — например, бабушка с дедушкой, или родственник, или постоялец. Узнайте, как они ладили с этими людьми. Братья и сестры могут быть значимыми. Например, у меня были клиенты, которые подвергались травле со стороны старших братьев и сестер.

Некоторые клиенты родились в многодетных семьях, и их родители пренебрегали ими просто потому, что было слишком много детей, о которых нужно было заботиться. Когда к вам приходит клиент из многодетной семьи, составьте список братьев и сестер. Обратите внимание на качество отношений каждого из них. (Я просто ставлю плюс или минус рядом с каждым именем.) Таким образом, у вас будет что-то, на что вы сможете ссылаться, когда будете выполнять регрессионную работу. Кто самый старший? Кто самый младший? Где находится клиент в порядке рождения? Существует множество исследований о влиянии порядка рождения. Вообще говоря, первенцы часто берут на себя ответственность быть родителями младших братьев и сестер. Они берут на себя роль няни или суррогатной матери. В результате они чувствуют, что у них не было детства. "Ребенок" в семье часто является особенным или привилегированным, что делает его мишенью для негодования. Если клиентка была результатом незапланированной беременности, это может быть истолковано как нежелание.

Модели привязанности

Исследования показывают, что то, как ребенок привязан к своим опекунам, может оказывать серьезное влияние как в детстве, так и в дальнейшей жизни. Ненадежная привязанность может оказывать длительное влияние на отношения взрослых в дальнейшей жизни. Например, эмоциональные проблемы, такие как незащищенность, неуверенность в себе, тревога, зависимость, социальные нарушения и даже болезни, могут корениться в моделях привязанности раннего детства.

Человеческие существа нуждаются в привязанности. Паттерны привязанности - это усвоенные реакции, основанные на опыте ребенка до достижения им двенадцатимесячного возраста. Они отражают то, как Ребенок адаптировался к конкретным отношениям, и касаются этих

отношений, а не ребенка. Самая важная связь для ребенка - это связь с основным воспитателем. Обычно это мать.

Привязанность - это не просто связь между двумя людьми. Это связь, которая включает в себя переживание страдания при разлуке с этим человеком. Младенцы и дети младшего возраста остаются рядом со своими опекунами для защиты. Это увеличивает их шансы на выживание. Эта эмоциональная связь обеспечивает детям безопасность, необходимую им для того, чтобы выходить на улицу и исследовать окружающую среду. Клиенты, которые были усыновлены, часто испытывают травму, связанную с разлукой с мамой при рождении. Между ребенком и матерью существует связь, которая устанавливается в утробе матери. Разлука с мамой после родов разрушительна для ребенка.

Исследователи выделили четыре различных стиля привязанности, которые описывают эту эмоциональную связь между детьми и их основным родителем или опекуном. Следующая информация может помочь вам определить основные неудовлетворенные потребности Внутреннего ребенка клиента.

Надежная привязанность

Идеальные условия приводят к надежной привязанности. Именно здесь ребенок чувствует себя в безопасности, ища связи с фигурой привязанности/родителем, потому что Родитель чувствителен к потребностям Ребенка и своевременно реагирует на них. Это приводит к здоровому социальному, эмоциональному и когнитивному развитию.

Избегающая привязанность

При избегающей привязанности ребенок чувствует себя отвергнутым или контролируемым родителем. Проблема в том, что Родитель не настроен на потребности Ребенка. Кажется, что она либо не улавливает сигналы Ребенка, либо не реагирует должным образом. В конце концов, ребенок перестает пытаться установить контакт, потому что это не срабатывает. Ребенок сдается и учится отключаться внутренне и внешне.

Результатом этого паттерна является социально контролируемое поведение, избегание других, не очень интерактивность, эмоциональное дистанцирование и жизнь в голове.

Амбивалентная или тревожная привязанность

При таком паттерне ребенок усиливает внутренние и внешние сигналы, что приводит к гиперэмоциональности (противоположности избеганию). При амбивалентной или тревожной привязанности стиль воспитания часто настолько непоследователен, что ребенок не может предсказать реакцию. Это порождает неуверенность и двойственное отношение к

родителю. Затем ребенок связывает тревогу с происходящим. Например, гнев мамы во время кормления ребенка привязывается к еде. Иногда эмоциональное состояние родителя влияет на состояние ребенка. Затем ребенок перенимает чувства Родителя через эмоциональный резонанс.

Этот паттерн часто проявляется в подростковом возрасте в виде неуверенности в себе и неспособности регулировать эмоции.

Неорганизованная привязанность

Неорганизованная привязанность указывает на какую-то травму. Например, физическое, эмоциональное или словесное оскорбление; неконтролируемое поведение из-за алкоголизма; буйство; насилие и т.д., которые вызвали у Ребенка ужас. Ребенок нуждается в привязанности, потому что не может позаботиться о себе сам. Поскольку ребенок зависит от основного воспитателя в плане защиты и успокоения, это порождает внутренний конфликт, когда родитель является источником угрозы.

Это приводит к социальным, эмоциональным, когнитивным нарушениям. Этот паттерн выражается в хаотичном или запутанном поведении. Человек может казаться нормальным, пока его не спровоцируют. Например, колебание между цеплянием и избеганием (движение навстречу/ убегание).

7. Значимые другие?

Проблемы в отношениях могут быть отражением ненадежной привязанности в детстве. Партнеры могут быть выбраны подсознательно в качестве суррогатных родителей. Затем человек пытается удовлетворить свои детские потребности через своего партнера. Это просто никогда не срабатывает, потому что проблема связана с прошлым клиента.

Проблема коренится в отношениях с основным опекуном в детстве, а не в нынешних отношениях. Если клиент был женат несколько раз, возможно, существует модель взаимоотношений. Как бы клиент описал свои отношения со своим супругом? Как долго они женаты? Были ли у них предыдущие браки? Сколько раз они были женаты?

Дети

Всевозможные нерешенные проблемы из прошлых отношений могут быть перенесены в нынешние отношения, включая отношения клиента со своими детьми. Проблемы смешанной семьи всегда вызывают трудности. Могут возникать конфликты из-за стиля воспитания, который может иметь корни в собственном детстве клиента. Есть ли у них дети? Как бы клиент описал свои отношения с ними? Теряли ли они когда-нибудь ребенка?

Если у вашего клиента когда-либо был выкидыш или аборт, это может быть источником подсознательного горя или вины, усугубляющих симптомы клиента.

8. Принимаете ли вы какие-либо лекарства?

Многим клиентам были назначены лекарства. Некоторые будут принимать несколько лекарств. Если клиент принимает несколько лекарств, составьте список, чтобы вы могли изучить, для чего предназначен препарат и какие могут быть побочные эффекты. Что это такое и для чего они нужны? Если клиент не знает, выясните. Некоторые лекарства должны контролироваться лечащим врачом клиента. Некоторые могут заставить вас дважды подумать, прежде чем вообще работать с клиентом.

Все лекарства имеют побочные эффекты, и некоторые из них могут на самом деле способствовать возникновению проблемы у клиента. Например, антидепрессанты или селективные ингибиторы обратного захвата серотонина (СИОЗС) являются наиболее часто назначаемыми лекарствами. К сожалению, они работают, накладывая химический барьер на способность клиента чувствовать свои эмоции.

Антидепрессанты

Антидепрессанты работают, но они не делают различий. Они работают, подавляя все чувства, хорошие и плохие. Клиент больше не чувствует себя плохо, но и не чувствует себя хорошо. Они теряют способность испытывать свои хорошие чувства. Это угнетает. В результате к вам будут приходить люди, потому что им надоело постоянно чувствовать себя зомби. Они хотят отказаться от наркотиков, чтобы снова чувствовать. Если к вам приходит клиент, который хочет отказаться от антидепрессантов, убедитесь, что у вас есть направление врача. Клиент не должен просто прекращать принимать свои лекарства. СИОЗС имеют период полураспада, что означает, что клиента нужно постепенно отучать от них.

Антидепрессанты обычно не являются проблемой, когда дело доходит до создания чувства для регрессионной работы. Чувства все еще присутствуют; они просто приглушены. У меня были клиенты, принимавшие несколько антидепрессантов, которые смогли найти и почувствовать достаточную эмоциональную напряженность, чтобы выполнить эту работу.

Некоторые клиенты просто не хотят смотреть в лицо своим чувствам. Сильные чувства, особенно те, которые уходят корнями в детскую травму, могут казаться подавляющими, потому что они были подавляющими для клиента в детстве. Проблема в том, что эти неразрешенные эмоции никуда не делись. С тех пор внутри нарастает

внутреннее давление. Если клиент не решается позволить чувствам и эмоциям проявиться, объясните ему, что все чувства хороши. Чувства и эмоции естественны. Они предназначены для того, чтобы быть полезными.

Эмоция - это биохимическое событие, которое ощущается в организме. Это сигнал-мессенджер, исходящий от мозга, сообщающий организму, что делать. Например, голод - это чувство, которое говорит, что вам нужно накормить себя. Страх - это чувство, которое говорит, что вам нужна безопасность. Гнев - это чувство, указывающее на необходимость установления здоровых границ. Печаль - это чувство, указывающее на потерю связи. Сигнал подсказывает организму, как реагировать, чтобы вы могли позаботиться о себе.

Чувства - это биологическая система обратной связи природы. Они существуют не просто так. "Хорошие" чувства говорят нам, что мы удовлетворяем наши потребности в безопасности, достижениях и связи. "Плохие" чувства говорят нам, что нам нужно что-то сделать. Нам нужно что-то изменить или предпринять действия, чтобы снова почувствовать себя "хорошо". Когда мы игнорируем чувство или пытаемся избежать его, чувство не уходит. Оно просто становится более настойчивым. Это похоже на то, как ребенок дергает за завязки фартука, говоря: "Мама. Мама. Мама. Мама." Это попытка привлечь твое внимание, чтобы ты могла удовлетворить важную потребность. Это хорошо.

Испытывать свои чувства естественно. Чувство становится проблемой только тогда, когда мы сопротивляемся ему, или избегаем его, или пытаемся избавиться от него. Именно тогда оно становится настойчивым, как тот ребенок, который говорит: "Мама. Мама. Мама. Мама". Но, как и у ребенка, чувства никогда не являются проблемой. Чувства нормальны и естественны. Их испытывают все млекопитающие. Только когда вы сдерживаете свои чувства, они становятся проблемой. Способ покончить с неприятным чувством - это почувствовать его. Тогда все кончено.

Способ избавиться от неприятного чувства - просто встретиться с ним лицом к лицу и прочувствовать его. Это похоже на повторяющийся кошмар. "Плохое предчувствие" продолжает преследовать вас, и вы продолжаете пытаться избавиться от него, но не можете, потому что оно не "снаружи". Оно внутри! Способ остановить кошмар - обернуться и встретиться лицом к лицу с этим чувством. Даже самое ужасное чувство не продлится более девяноста секунд, если вы позволите себе его почувствовать. Простое осознание истинности своих чувств положит конец кошмарам навсегда.

Вещества для отдыха

Прежде чем перейти к следующему вопросу о приеме, небрежно поинтересуйтесь о веществах для отдыха, таких как наркотики, алкоголь, фармацевтические препараты или что-то еще. Вы здесь не для того, чтобы судить. Вы просто хотите знать, занимается ли клиент самолечением каким-либо образом. Если да, то как? Как часто они употребляют? Это привычно или более социально? Марихуана может вызвать паранойю у некоторых людей. Это может сделать человека забывчивым. Это также может повлиять на гипноз и испортить ваши результаты.

9. Чего вы надеетесь достичь в результате нашей совместной работы?

Это поворотный момент в процессе вводного занятия. Клиент поделился с вами историей своей боли. Разговор о болезненности проблемы пробудил мысли и чувства из прошлого. Для некоторых клиентов это может быть эмоциональным переживанием. Теперь пришло время переключить энергию, чтобы вы могли завершить процесс вводного занятия на более легкой ноте. Переключите внимание на ощущение возможности. Клиент может не знать, как это возможно, но теперь у вас есть вся необходимая информация, чтобы сообщить ему. Вот почему предварительная беседа проводится после процесса вводного занятия. Ваше вводное занятие позволяет вам настроить образовательную предварительную беседу в соответствии с конкретными потребностями и озабоченностями клиента.

Чтобы завершить прием, пригласите любопытство клиента стать частью процесса, представив, как мог бы выглядеть успех. Это то, что мотивирует его стремиться к переменам. Это дает вам позитивную ноту для завершения вводного занятия. Когда вы просите клиента представить, вы используете язык Подсознания. Интересные вещи могут произойти, когда вы обращаетесь к Подсознанию за помощью. Как клиент хочет, чтобы закончилась история? Как это будет выглядеть, когда он исцелится? Как он узнает, когда достигнет своей цели?

Спросите клиента: "Если бы вы могли уйти отсюда сегодня, полностью преобразившись в результате нашей совместной работы, как бы это выглядело?" Заметили, как мы проходим полный круг, возвращаясь к причине, по которой они пришли к вам в первую очередь? Внутри есть чувство, которое говорит клиенту, что это возможно. Возможно исцелиться. Возможно почувствовать себя лучше. Возможно справиться с этой проблемой. Это все, что вам нужно, эта маленькая надежда.

10. Есть еще что-нибудь, что, по-вашему, мне следует знать?

Процесс вводного занятия - это предварительный процесс раскрытия, который устанавливает более глубокий уровень близости между вами и клиентом. По мере того, как вы будете отвечать на вопросы, клиент будет испытывать воспоминания и эмоции. В результате инсайты могут начать всплывать в Сознании. Могут быть выявлены другие проблемы. Но если клиент не упоминает об этом, вы можете упустить что-то, что может иметь решающее значение для его исцеления. Это возможность клиента признаться вам во всем.

Некоторым клиентам просто нужно больше времени, чтобы полностью раскрыться. Последний вопрос предлагает клиенту свободно делиться. В большинстве случаев клиент скажет: "Нет, я думаю, мы все рассмотрели..." Иногда они скажут: "Черт возьми, я и не подозревал, насколько эти вещи все еще беспокоят меня!" И время от времени клиент скажет: "Ну... на самом деле... есть кое-что еще...." Иногда ответ на этот вопрос может указать на реальную проблему! Например, клиентка, у которой была модель разрыва отношений, со слезами на глазах сказала: "Я никогда не могла чувствовать близость со своей мамой". Бум. Угадайте, кто был в центре эмоциональной бури клиента?

Резюме

Целительство - это обращение ко всему человеку в целом, а не просто лечение симптома. Процесс вашего вводного занятия - это стратегия установления более глубокого уровня близости как с Сознанием, так и с Подсознанием. Выслушивание истории боли клиента помогает удовлетворить потребность Сознательного разума в контроле, чтобы быть уверенным, что он не попытается руководить шоу. Это также позволяет Подсознанию понять, что вам можно доверять в том, что вы безопасно поведете клиента. Это основа терапевтических отношений.

По мере того, как клиент делится своей историей боли, чувства и воспоминания естественным образом поднимаются с подсознательного уровня Сознания до осознания. Эти эмоциональные воспоминания имеют непосредственное отношение к проблеме, с которой сталкивается клиент, и помогают вам уверенно и эффективно руководить процессом исцеления.

Вводное занятие - это гораздо больше, чем просто изучение истории проблемы клиента. Это предварительная процедура выявления, которая позволяет вам определить ключи к разрешению симптомов. Например:

- Как проблема проявляется в виде симптоматического паттерна?
- Когда впервые появились симптомы и как?

- Какие методы срабатывали в прошлом?
- Каких методов вам нужно избегать?
- Где вы можете искать признаки изменений?
- Каков источник энергии клиента для перемен?
- Какой была семейная система клиента в детстве?
- Что сейчас происходит в семейной системе клиента?
- Какие эмоции связаны с представленной клиентом проблемой?
- Известны ли какие-либо случаи травматизации?
- Занимается ли клиент каким-либо образом самолечением?
- На какой результат надеется клиент?
- О чем клиент не упомянул?

ГЛАВА 7: Подготовка к завершению

Как только вы завершите процесс руководства клиентом с помощью вводных вопросов, у вас будет информация, необходимая для эффективного руководства процессом исцеления. Но прежде чем вы начнете вводить клиента в гипноз, потратьте несколько минут на определение важной информации, которая поможет вам эффективно руководить процессом исцеления.

Настройтесь на эффективное завершение сеансов, создав рабочий лист сеанса. Это займет всего несколько минут. Рабочий лист сеанса поможет вам добиться долговременного результата, организовав информацию, необходимую для каждого сеанса, на одном листе бумаги. Таким образом, у вас под рукой будет информация, необходимая для эффективного проведения сеанса исцеления. И вы можете использовать ее для эффективного завершения своих сеансов – без необходимости в сценарии.

Сценарии - отличный способ научиться эффективно излагать предложения. Они являются отличным местом для поиска идей и могут научить вас составлять элегантные предложения. Но они вам не нужны, потому что клиент предоставит вам все, что вам нужно. В процессе вводного занятия вы соберете три важных фрагмента информации, которые вам понадобятся, чтобы завершить каждую сессию таким образом, чтобы она соответствовала желаемому клиенту результату. Эти три важных фрагмента информации напоминают клиенту о том, почему он отправляется в это путешествие с вами. Они принадлежат клиенту:

1. Терапевтическая цель.
2. Условия для изменений.

3. Преимущества изменений.

Куда вы направляетесь? Чего клиент хочет достичь, выполняя эту работу с вами? Это терапевтическая цель клиента.

Что должно произойти для достижения этой цели? Как они собираются достичь своей цели? Какие действия или модели поведения будут способствовать созданию этого изменения? Таковы условия изменения, предложенные клиентом.

Как вы узнаете, когда достигнете этого? Какие награды клиент надеется получить в результате внесения этого изменения? Что является мотивирующим фактором? Таковы преимущества изменений для клиента.

Как только вы соберете эту информацию, у вас будет все необходимое для завершения каждого сеанса таким образом, чтобы он соответствовал наиболее важным потребностям и вожелениям клиента.

Терапевтическая цель

Ошибка, которую совершают слишком многие гипнотерапевты, заключается в неспособности установить четко определенную терапевтическую цель. Если вы когда-нибудь чувствовали, что крутите баранку, пытаясь добиться результата, это, вероятно, потому, что вы были недостаточно конкретны. Это основная причина разочарования и неудач как для терапевтов, так и для клиентов.

Вы и клиент собираетесь отправиться в удивительное путешествие самопознания и самоисцеления. Куда вы направляетесь? Если вы не знаете, куда направляетесь, как вы туда доберетесь? У вас должна быть четко определенная, конкретная цель, на которой вы должны сосредоточиться, прежде чем приступать к работе над проблемой клиента. Прежде чем вы вступите на территорию Подсознания, проясните ситуацию. Каков желаемый результат клиента? Каков пункт назначения? Чего хочет достичь клиент, выполняя эту работу с вами?

По мере того как вы продвигаетесь по процессу исцеления, терапевтическая цель клиента будет действовать как ваша полярная звезда, указывая вам правильное направление.

Как только вы завершите процесс вводного занятия, вернитесь к проблеме клиента. Пройдите полный круг, возвращаясь к проблеме. Это то, что привело клиента к вам в первую очередь. Попросите клиента сделать заявление своими словами, чтобы определить, в чем заключается его конкретная терапевтическая цель. Каков желаемый результат? Убедитесь, что он конкретен. Обобщения не приведут вас туда, куда вы хотите. Чем конкретнее вы сможете быть, тем эффективнее вы будете, потому что все, что вы делаете в процессе исцеления, будет направлено на это. Чтобы установить четко

определенную терапевтическую цель, клиенту необходимо выбрать одну конкретную цель, на которой можно сосредоточиться. Но что, если у клиента более одной проблемы?

Несколько проблем

Когда клиент борется с несколькими проблемами, у него могут возникнуть трудности с формулированием четко определенной терапевтической цели. Все эти проблемы должны быть признаны обоснованными. Но попытки справиться с более чем одной проблемой одновременно очень затрудняют достижение какой-либо цели. Если вы хотите добиться прогресса, вам нужно сосредоточиться на одной цели за раз. Вы можете помочь клиенту отложить в сторону все остальные заботы, составив список всех его проблем.

Составление списка - это способ почтить эти проблемы. Вы даете им направление, записывая их. Подтверждение каждой проблемы, вызывающей беспокойство, облегчает клиенту ее решение, чтобы вы могли сосредоточиться на одной конкретной терапевтической цели. Записывая проблемы клиента, вы не избавляетесь от них. Это просто дает им направление. Клиент передает их вам на хранение. Простое перечисление всех своих проблем, тревог и опасений может помочь клиенту разобраться в своих мыслях и прийти к ясности.

После того, как вы создали список, вам нужно что-то с ним сделать. Следующий шаг - просмотреть список и попросить клиента расставить приоритеты по каждой из своих проблем. Какая проблема самая серьезная? Какая проблема самая старая? Процесс определения приоритетности каждой проблемы, вызывающей беспокойство, может помочь определить, с чего начать процесс исцеления. Один из способов сделать это - использовать субъективную единицу измерения дистресса (СЕД). Попросите клиента оценить каждую проблему по шкале от одного до десяти. Например, "Насколько это серьезная проблема по шкале от одного до десяти?" Какая из жалоб наиболее актуальна? Кто из них сеет наибольший хаос в своей жизни? Возможно, именно с этого момента следует начать процесс исцеления.

Проблема, которая принесет клиенту наибольшую отдачу от его терапевтических усилий, будет большой, болезненной эмоциональной проблемой. Любая проблема с большим эмоциональным зарядом может привести к резкому сдвигу, потому что именно там энергия оказывается в ловушке. Возникает большее давление в поисках выхода. Но если это что-то действительно серьезное, сопротивление будет больше. Иногда эффективнее начать с чего-то меньшего. Это дает вам основу для развития, позволяя клиенту добиться некоторого успеха, прежде чем решать более волосатую проблему.

Как только ваш клиент добьется с вами определенного успеха, вы обнаружите, что с другими проблемами будет гораздо легче справляться. Вера клиента в процесс будет основана на личном опыте, что придаст ему больше уверенности. У них разовьются навыки работы с вами в команде, что облегчит вашу работу. Вы избавитесь от части накопившегося внутреннего стресса и давления, которые они носили в себе, что облегчит решение других проблем.

Ничто так не укрепляет успех, как успешность, и ничто так не вселяет уверенность, как доказательства. Небольшая победа может проложить путь к большим победам. Все зависит от клиента. Если вам нужно повысить доверие клиента, небольшая проблема позволит вам быстрее добиться результата. Если клиент испытывает эмоциональный катарсис во время процесса вводного занятия, это то, к чему стремится его Подсознание. Оно говорит вам громко и ясно: "Вот в чем проблема!" Если Подсознание выталкивает чувства и эмоции на поверхность осознания, то это потому, что оно хочет, чтобы вы позаботились об этом. Используйте это!

Составление списка необходимых вещей может помочь вам определить терапевтическую цель клиента. Все, что вы делаете, направлено на достижение одной конкретной цели, что позволяет вам получить более быстрый результат. Как только вы решите эту проблему, вы можете вернуться к списку проблем клиента, чтобы посмотреть, что еще осталось, если вообще что-то осталось. Затем клиент может решить, хочет ли он или ему нужно поработать над другой проблемой.

Техника составления списка проблем

1. Составьте список. Перечислите все проблемы, с которыми сталкивается клиент. Укажите ему, куда обратиться.
2. Расставьте приоритеты. Попросите клиента расставить свои проблемы в порядке приоритетности. Оцените по шкале СЕД. Насколько это плохо по шкале от одного до десяти?
3. Выберите что-нибудь одно. В зависимости от клиента, выберите для начала конкретную проблему. Тот, у кого самый большой эмоциональный заряд, даст более впечатляющий результат. Сосредоточение внимания на более мелкой проблеме может помочь вселить уверенность, позволяя клиенту быстрее добиться победы.
4. Сделайте заявление. Попросите клиента дать вам четкое заявление о намерениях. Слова обладают силой. По их собственным словам, чего они хотят в результате?

Все, что есть в списке проблем клиента, имеет одну общую черту — клиента. Это означает, что некоторые из этих проблем, вызывающих беспокойство, будут связаны. Будет центральная тема, объединяющая их

все вместе. Поскольку Подсознание склонно обобщать изменения, когда вы разрешаете подсознательный паттерн или тему, это оказывает волновой эффект по всей системе Разум-Тело. Когда это происходит, другие проблемы могут начать отпадать. Это означает, что по мере того, как вы сосредотачиваетесь на решении одной конкретной проблемы, другие проблемы начнут смещаться. Некоторые просто решатся сами по себе.

Список проблем клиента также подскажет вам, где искать признаки изменений. Однако вам нужно следить за ними, потому что клиент может не осознавать, что эти изменения являются результатом работы, которую вы выполняете вместе. Клиент может этого не осознавать, но они меняются. Иначе почему эти другие проблемы отпадают сами собой? То, что вы делаете, работает!

Во время завершения сеанса помогите клиенту соединить точки. Отмечайте каждое изменение к лучшему, каким бы незначительным оно ни было! Относитесь к нему так, как будто клиент только что выиграл золотую олимпийскую медаль! Помогите клиенту осознать, что эти изменения происходят в его собственном Сознании. Даже небольшое изменение может стать большой победой, которая внесет вклад в общее счастье клиента в жизни. Помогите клиенту осознать, что это сила его собственного Разума. Выгоды от изменений намного больше, чем он мог себе представить! Если клиент боролся со сложной проблемой, это может быть как раз тем ободрением, в котором он нуждается, чтобы довести дело до конца и достичь результатов. У него все еще могут быть симптомы, связанные с представленной проблемой, но что-то изменилось на подсознательном уровне Сознания. Они меняются. Используйте это как убедительное свидетельство того, что прогресс налицо! Это может побудить клиента продержаться достаточно долго, чтобы достичь своей терапевтической цели.

Как только вы определили терапевтическую цель клиента, сформулируйте утверждение для цели для своего рабочего листа сеанса, спросив клиента: "В двух словах, чего вы хотите?" Затем протестируйте это с помощью субъективной единицы истины (СЕИ). Спросите своего клиента: "По шкале от одного до десяти, где десять - "абсолютная убежденность", насколько верным кажется это утверждение о цели?"

Условия для изменений

Терапевтическая цель клиента говорит вам, чего клиент хочет достичь. Она определяет, куда вы направляетесь. Список условий для изменений определяет, как вы собираетесь этого достичь. Что необходимо изменить клиенту, чтобы реализовать свою терапевтическую цель? Условия для изменений - это список изменений, которые, по мнению клиента,

помогут ему достичь своей цели. Вы можете использовать эту информацию, чтобы проложить курс к конечному пункту назначения.

Условия для изменения конкретно привязаны к терапевтической цели клиента. Спросите клиента: "Что должно быть правдой, чтобы ваша терапевтическая цель осуществилась?" Составьте список конкретных действий или моделей поведения, которые, по мнению клиента, необходимы для достижения его цели. Какое поведение или действия, по мнению клиента, будут способствовать успеху?

- Что необходимо изменить?
- Что нужно делать клиенту?
- Что он уже делает, чего ему нужно делать больше?
- Что ему нужно прекратить делать?
- Что он мог бы сделать вместо этого?

Это дает вам список стратегий, в которые клиент уже инвестировал. Вера клиента дает ему силу.

Цель определения условий для изменений состоит в том, чтобы возложить на клиента ответственность за внесение изменений. Это закладывает основу для терапевтического контракта. Клиент обычно знает, что ему необходимо изменить для достижения своей цели. Хотя вы можете облегчить клиенту принятие мер, вы не можете сделать это за него. Например, если вы работаете над поведенческой проблемой, такой как потеря веса, клиентка уже знает, что ей следует делать. Она просто не смогла этого сделать. Вот почему ей нужна ваша помощь. В этом случае клиентка знает, что ей нужно изменить свой образ жизни. Она знает, где находятся проблемные точки и где она, скорее всего, подвергнется саботажу.

Список условий для изменений содержит информацию, необходимую для формулирования постгипнотических внушений, домашних заданий и проверки результатов между сеансами. Какие формы поведения способствуют возникновению проблемы? Какие новые, более здоровые формы поведения будут способствовать успешному достижению терапевтической цели? Что она делала в прошлом, что сработало? Что клиентке нужно делать с этого момента, чего она сейчас не делает? Что должно произойти, чтобы клиентка исцелилась? Кем ей нужно стать, чтобы добиться желаемых изменений?

Не каждая проблема требует изменения поведения, но список условий для изменений также может дать вам возможность проверить ожидания клиента и выявить любые скрытые проблемы. Например, если клиент ожидает, что вы выполните всю работу, это проблема. Если он думает, что вы взмахнете волшебной палочкой и заставите его измениться, вам

нужно решить эту проблему. Если клиент ожидает, что он будет продолжать съедать по две большие пиццы и галлон мороженого каждый вечер, это неразумно. Вы не можете отменить законы природы. Условия для перемен должны быть реалистичными.

Нереалистичное ожидание, на которое следует обратить внимание, - это требование, чтобы кто-то другой изменился, прежде чем клиент сможет стать счастливым. Это скрытый блок, который может помешать клиенту добиться успеха. Например, у меня была клиентка по снижению веса, которая была замужем за алкоголиком. Она была непреклонна в том, что не сбросит вес, пока ее муж не бросит пить. Это нереалистичное ожидание. Если способность клиентки получить то, что она хочет, зависит от изменения кого-то другого, угадайте, у кого вся власть? Это также указывает на недовольство. Человек, которого клиентка считала ответственным за проблему, был тем, кого нужно было простить, прежде чем клиентка сможет вернуть контроль над своей жизнью. Эта клиентка считала, что она толстая, потому что ее муж был алкоголиком. Это была его вина. Отказываясь от ответственности за себя, она удерживала себя в режиме жертвы.

Чтобы избавиться от проблемы, клиентке нужно было вернуть себе власть. Для этого ей нужно было отпустить обиду и позволить мужу быть таким, каким он хочет быть. Это реалистично. Привлекайте своих клиентов к ответственности за создание изменений. Что нужно было услышать этому клиенту, так это: "Он не в этом кресле. Если ему нужно измениться, ему придется записаться на вводное занятие самостоятельно. Единственный человек, который может измениться прямо сейчас, - это Вы. У вас проблема. Вы тот, кто в кресле. Выбор за вами". Она поняла.

Список условий клиента для изменений может дать вам рекомендации по созданию позитивных изменений. Реалистичны ли ожидания клиента? Что должно произойти, чтобы клиент достиг своей цели? Вы можете использовать эту информацию для формулирования предложений, определения этапов изменений и тестирования результатов.

Формулируйте предложения

Сценарий предоставляет ваш клиент. Предложения, исходящие от клиента, всегда более приемлемы, чем все, что вы могли бы придумать! Просто спросите - "Что нужно изменить?" Что клиенту нужно прекратить делать или начать делать, чтобы добиться успеха?

Составьте список. Какие новые модели поведения будут способствовать достижению их цели? Например, клиент, стремящийся похудеть, может сказать вам, что ему нужно отказаться от трех порций за ужином или что прогулка с собакой перед ужином поможет ему расслабиться и позволит

лучше контролировать свой выбор пищи. Затем спросите себя, выполнимо ли такое поведение? Способен ли клиент внести это изменение? Есть ли что-нибудь, что могло бы помешать ему сделать это? Готов ли он принять меры? Если да, то у вас есть все необходимое для формулирования предложений, специфичных для потребностей этого клиента.

Установите основные этапы изменений

Некоторые условия для изменений будут небольшими, их легко внедрить. Другие будут более сложными и на их внедрение уйдет больше времени. Небольшая победа на раннем этапе может повысить мотивацию клиентов и проложить путь к большим успехам. Давая клиенту почувствовать вкус успеха, вы можете придать ему импульс, необходимый для решения более сложных задач. Если вы начнете с чего-то небольшого, вы обнаружите, что легче добиться больших побед. Например, клиент, который хочет сбросить более 100 фунтов, сталкивается с более сложной проблемой. Клиенту потребуется некоторое время, чтобы безопасно сбросить вес.

В этом случае вы можете разбить задачу на более мелкие, легко достижимые этапы. Подумайте о постепенности изменений. Краткосрочная цель, скажем, первые двадцать фунтов, устанавливает веху, которая заставляет клиента двигаться в правильном направлении. Некоторые программы по снижению веса называют это "быстрым стартом". Они используют преимущество более высокой мотивации в начале программы, чтобы добиться быстрых побед для клиента. Успешное достижение одного этапа дает клиенту разрешение на дальнейшие изменения. Условия для изменений выступают в качестве позитивных действий, которые вы можете выстроить в ряд вех на пути к более масштабной цели клиента.

Краткосрочные стратегии преодоления

Условия клиента для изменений также могут быть использованы для формулирования краткосрочных стратегий преодоления ситуационного стресса. Хотя вы не можете изменить внешние условия с помощью гипноза, вы, безусловно, можете помочь клиенту справиться с токсичным окружением, изменив его внутренние реакции на триггеры в повседневной жизни. Например, упомянутая ранее клиентка, занимающаяся похудением, стремилась изменить своего мужа-алкоголика. Проблема была не в том, что клиентка ела. А в том, что съедало ее. В результате они с мужем постоянно ссорились. Клиентка затевала драки в попытке удовлетворить свои потребности. Эти потребности уходили корнями в детство, но ее фрустрация и гнев, когда она стала взрослой, породили тревогу, которая заставляла ее заниматься

самолечением с помощью еды. В данном случае условием для изменений было изменение ее реакции на поведение мужа. Это дало нам ориентир для работы на пути к ее терапевтической цели. Это также дало возможность проверить результаты.

Протестировать результаты

Когда мы освободили внутренний гнев и тревогу, клиентка почувствовала себя спокойнее и лучше контролировала ситуацию. Необходимость бороться за удовлетворение своих потребностей начала таять. В результате ссоры с мужем прекратились. Это изменило ситуацию в ее отношениях. Пока она выходила из-под контроля и затевала ссоры, ее муж мог отмахиваться от нее как от иррациональной. Когда она перестала требовать, чтобы он изменился, чтобы сделать ее счастливой, она начала находить другие способы удовлетворения своих собственных потребностей. Именно тогда ее муж начал пытаться саботировать происходящее, пытаясь переустановить старый шаблон. Это была полезная обратная связь, потому что она позволила нам определить, где были ее конкретные триггеры. Затем они были использованы для руководства процессом, чтобы мы могли добраться до основной проблемы, которая, конечно же, не имела никакого отношения к муженьку.

У меня была клиентка с избыточным весом, которой нужно было перестать есть конфеты. Каждый вечер она сидела перед телевизором и ела конфеты. Она знала, что ей нужно прекратить такое поведение. Она просто не могла этого сделать. Вы не можете просто предложить это. Попытки избавиться от эмоций не принесут вам долгосрочных результатов. Во всяком случае, это только усилит внутреннее сопротивление. И этот клиент не собирался принимать предложение просто перестать есть конфеты.

Она уже проходила когнитивно-поведенческую терапию и консультирование. Сама мысль о том, чтобы отказаться от конфет, усиливала тревогу. Причина, по которой поведенческие подходы потерпели неудачу, заключалась в том, что проблема заключалась не в поведении. Поведение было подсознательным решением реальной проблемы. Вот что побудило ее обратиться за утешением к конфетам.

Сахар успокаивает тревогу.

Тревога тоже не была проблемой. Проблема заключалась в том, что стояло за тревогой, которая представляла собой груз накопленного, неразрешенного страха и гнева, ищущих выхода. Хотя ее условием для перемен было перестать есть конфеты каждый вечер, это выполняло другую функцию. Вместо того чтобы пытаться установить его как новое

поведение, к которому клиент был очень устойчив, мы использовали его как способ протестировать результаты.

Это дало нам возможность измерить прогресс клиента. Клиентка знала, что, когда реальная проблема будет действительно решена, ей будет легко сделать то, что она сознательно хотела сделать, – перестать объедаться сладостями. Поведение исчезнет само по себе. И это произошло. День, когда она смогла выбросить шоколадные батончики в мусорное ведро и вынести его на обочину, стал днем, когда она поняла, что проблема исчезла навсегда. Год спустя она стала на пятьдесят фунтов легче, физически и эмоционально.

Преимущества перемен

Терапевтическая цель клиента говорит вам, чего он хочет. Его условия для изменения говорят вам, что должно произойти, чтобы он мог этого добиться. Список преимуществ клиента предоставляет вам мотивирующие факторы. Каждое преимущество действует как напоминание о том, почему клиент отправляется в это путешествие вместе с вами. Это все реальные причины, по которым клиент отправляется с вами в это путешествие. Как выглядят их "долго и счастливо"? Почему стоит проделать работу, необходимую для осуществления этих изменений? Человеческие существа мотивированы искать удовольствия и избегать боли. Каковы преимущества перемен?

Составьте список.

- Каковы преимущества достижения терапевтической цели?
- Как улучшится жизнь в результате реализации этой цели?
- Как клиент узнает, что он прибыл в пункт назначения?

Например, что они почувствуют, когда посмотрят в зеркало и поймут, что совершили это изменение? Что подумают другие люди? Как они будут по-другому реагировать в определенных жизненных ситуациях?

Будьте конкретны

Это картины и представления о том, кем становится клиент в результате осуществления этих изменений для себя. Это означает, что они должны быть конкретными. Фраза "Я буду счастлив" просто недостаточно конкретна, чтобы мотивировать человека к изменениям. Как выглядит "счастливый"? Как они узнают, что у них это есть? Подумайте о здоровье, взаимоотношениях, сне, настроении и так далее.

Спросите своего клиента: "Как улучшится его жизнь?" Например, работа, здоровье, сон, настроение, отношения и т.д. Чем больше преимуществ сможет предложить клиент, тем больше рычагов воздействия у вас

будет. Чем выше его мотивация к переменам, тем больше надежды он будет чувствовать. Составьте список как минимум из семи преимуществ.

Преимущества перемен должны быть личностными и эмоционально мотивирующими. Они предназначены для клиента. Не для его супруга, детей, родителей, врача или кого-либо еще. Они должны чувствовать себя действительно хорошо. Стимулированными. Вдохновленными. Что они будут делать/иметь/кем быть в результате внесения этих изменений? Это все причины для того, чтобы предпринять действия и позволить переменам произойти.

Используйте силу воли

Иногда клиент попытается дать вам список всех вещей, с которыми ему больше не придется мириться. Он скажет: "Мне больше не придется этого делать". Или: "Мне больше не придется иметь с этим дело". Или: "Я не буду чувствовать себя так плохо все время". "Не будет власти" не даст им того, чего они хотят. Что вы ищете - список конкретных положительных преимуществ.

Когда клиент дает вам список "не буду", осознайте, что он застрял слишком надолго. У них есть привычка сосредотачиваться на том, чего они не хотят или чего не имеют. Проблема с этой привычкой в том, что она самоусиливается. Чем больше они сосредотачиваются на том, чего не хотят, тем больше укрепляют эту истину в своем Сознании, так что не закливайтесь на этом! Возложите на клиента ответственность за поиск реальных мотиваторов. Это награды за перемены, которые вдохновляют клиента и заставляют двигаться в направлении его заветного желания. Это сила воли.

Почувствуйте

Награда за перемены всегда эмоциональна. Когда клиент представляет себе преимущества достижения своей терапевтической цели, это должно иметь положительный эмоциональный заряд. Это должно волновать клиента, потому что награда за перемены не внешняя, а внутренняя. Они должны вызывать в воображении образы грядущих лучших времен. Они должны чувствовать надежду.

Как только вы составите список преимуществ, протестируйте каждое из них, просмотрев список вместе с клиентом, чтобы получить прочувствованное представление о каждом преимуществе. Попросите вашего клиента закрыть глаза и слушать, как вы зачитываете ему каждое из преимуществ. Скажите им: "Просто слушайте и замечайте, что чувствует каждое из них". Напомните клиенту, что вы не хотите, чтобы он думал; вы хотите, чтобы он замечал, как ощущается каждое преимущество, когда он представляет его в своем воображении. Каждая

картинка должна содержать небольшой "всплеск" волнения. Если этого не происходит, это недостаточно мотивирует. Будьте более конкретны и увеличьте силу воли клиента.

По мере того, как вы будете читать список, Подсознание часто начнет выявлять дополнительные преимущества, которые вы можете добавить к списку преимуществ перемен для клиента. Чем больше, тем веселее!

Преимущество Большого взрыва

Как только вы ознакомитесь со списком преимуществ, спросите клиента: "Какое из этих преимуществ кажется вам наиболее важным?" В каком из них больше всего пользы? Если клиент не уверен, повторите процесс ознакомления. Попросите клиента закрыть глаза и погрузиться в себя, пока вы зачитываете каждое преимущество, еще раз, только на этот раз вы хотите, чтобы он почувствовал ответ на этот вопрос: "Какое из них кажется ему самым важным?" Какое из этих важных личных преимуществ вызывает наибольший всплеск эмоций, когда они представляют себя делающими, имеющими или существующими? Это их преимущество "Большого взрыва"! Если клиент не уверен, вы можете использовать субъективную единицу удовольствия (CEU). По шкале от одного до десяти, где десять - полное блаженство, насколько приятна эта выгода?

Резюме

Прежде чем вы начнете процесс исцеления, вам нужна четко определенная конкретная цель, которая будет направлять процесс исцеления. Чего хочет клиент в результате выполнения этой работы с вами? Это определяет терапевтическую цель.

Если у клиента более одной проблемы, составьте их "список для стирки". Затем сосредоточьтесь на чем-то одном за раз. Если вы попытаетесь работать более чем над одной проблемой одновременно, в конечном итоге у вас просто закружится голова. Есть более простой способ.

Серьезные эмоциональные проблемы приведут к более драматичному результату, но иногда выбор более мелкой проблемы для работы более эффективен. Создание фундамента успеха дает вам то, на чем можно опираться. Помните, ничто так не укрепляет успех, как успешность.

Поскольку некоторые проблемы в списке связаны общей нитью, решение одной проблемы может нейтрализовать несколько других одновременно, облегчая вашу работу! Если вы имеете дело с проблемой, в которой много движущихся частей, это может удержать клиента в игре достаточно долго, чтобы успешно устранить всю закономерность.

После того, как вы сформулировали терапевтическую цель клиента, сделайте паузу. Насколько правдивой кажется формулировка цели?

Условия для изменения конкретно связаны с терапевтической целью клиента. Спросите клиента: "Что должно быть правдой, чтобы ваша терапевтическая цель осуществилась?" Это даст вам список изменений, в которые клиент уже инвестировал. Вы можете использовать список условий клиента для изменений, чтобы:

- Выявить нереалистичные ожидания.
- Выявить проблемы вторичной выгоды.
- Сформулировать предложения.
- Установить этапы достижения.
- Сформулировать краткосрочные стратегии преодоления.
- Повысьте мотивацию.
- Протестируйте результаты.
- Предоставьте доказательства изменений.

Список преимуществ изменений для клиента определяет мотивирующие факторы, определяющие достижение терапевтической цели. Как улучшится жизнь клиента? На какие области эти изменения окажут положительное влияние? Составьте список, по крайней мере, из семи преимуществ. Это награды, которые клиент получает за то, что отправился в это путешествие с вами.

Преимущества должны быть конкретными. Они должны вызывать в воображении картину того, что он делает, имеет или кем является.

Преимущества - это личные награды. Они не предназначены ни для кого другого, и они должны быть действительно приятными, захватывающими, вдохновляющими.

Преимущества позитивны и вдохновляют. Сосредоточьтесь на "я буду", а не на "я не буду".

Выгоды от изменений эмоциональны. Когда клиент представляет себе свою выгоду, он должен чувствовать возбуждение.

Как только вы составите список преимуществ для клиента, просмотрите список в последний раз, чтобы определить наиболее важное преимущество. Обратите внимание на всплеск эмоций. Это преимущество "Большого взрыва". Если клиент не уверен, попробуйте! Какое преимущество обещает наибольшее удовольствие?

"Прощать - значит смириться с этим - со всем этим. В конечном счете, речь идет об уважении к себе. Когда вы глубоко и безраздельно любите и принимаете себя, вы не позволяете другим людям наступать вам на пятки или обращаться с вами как с грязью. Вы можете требовать

уважения. Если они откажутся, они могут отправиться в ад, и вы не захотите присоединиться к ним." – Терапия дьявола

ГЛАВА 8: Настройтесь на работу по прощению

В жизни клиента есть люди, которые могут способствовать возникновению проблемы. Эти люди будут проявляться во время сеансов регрессии, но часто они раскрываются в процессе вводного занятия. Вы можете перенести эту информацию на оборотную сторону рабочего листа сеанса для удобства использования во время сеансов. Чтобы сэкономить время, вы можете делать это даже во время вводного занятия.

В вашем рабочем листе сеанса также есть место для отслеживания любой проделанной работы по прощению. Ведение списка ключевых участников в вашем рабочем листе сеанса означает, что, если клиент вернется на мероприятие с участием этого человека, вам не придется запоминать, кто они такие. Вы можете с первого взгляда определить, имеет ли этот человек статус ангела или демона в жизни клиента.

Ключевые игроки

Ключевыми игроками являются важные взаимоотношения, которые вносят свой вклад в историю боли клиента. К ним относятся мама, папа, братья и сестры и любые значимые люди, такие как бабушки и дедушки, супруги, бывшие супруги и т.д. Как их зовут? Они живы или умерли? Если живы, каковы отношения клиента с ними сейчас? Если умерли, когда они умерли? Потеря родителя может спровоцировать нерешенные проблемы детства. Например, подсознательное осознание того, что мама никогда не удовлетворит детские потребности клиента.

Неразрешенное горе может способствовать возникновению проблемы у клиента. Например, у меня была клиентка, которая была последним живым членом своей семьи. Один за другим каждый из них умирал от болезни в течение пятнадцати лет. Это слишком много накопленных потерь, с которыми приходится иметь дело!

Качество отношений

Отметьте качество каждой связи, используя знак "плюс" или "минус" рядом с каждым именем. Например, если отношения клиента с этим человеком были положительными, поставьте знак "плюс" рядом с его именем (+). Тогда этот человек будет представлять собой внутренний ресурс, доступный клиенту.

Если отношения каким-то образом противоречивы, поставьте знак плюс и знак минус рядом с их именем (+/-). Например, клиент может осознать, что любит родителей, но по какой-то причине не ладит с ними. Возможно, отношения изменились. Возможно, у них были проблемы в

детстве, но с тех пор они разрешили свои разногласия. Запишите это, поскольку конфликт все еще может существовать на подсознательном уровне разума.

Если есть человек, который каким-то образом причинил клиенту боль, поставьте двойное отрицание рядом с его именем (-/-). Например, клиенты расскажут вам, что их оскорбил родитель или брат. Часто они все еще несут боль от этого опыта.

Другие игроки

Обратная сторона листа предназначена для хранения любой информации, имеющей отношение к процессу исцеления клиента. Вы можете продолжать добавлять дополнительную информацию по мере ее поступления в ходе регрессионной работы. Например, в процессе могут быть выявлены другие участники или источники поддержки.

Прощение

Рабочий лист сеанса также дает вам возможность отслеживать любую проделанную работу по прощению. Затем вы можете протестировать результаты, чтобы обеспечить долговременный результат.

Идеи и доказательства

У клиента могут быть инсайты, которые вы можете подкрепить дополнительными ресурсами. Когда клиент переживает инсайт, что-то изменилось внутри него. Запишите это. Когда клиент осознает, что между сеансами произошли положительные изменения, добавьте это в конец вашего рабочего листа сеанса. Затем вы можете использовать эти осознания для формулирования предложений во время завершения сеанса. Напоминание клиенту о том, что происходят изменения и что он движется в правильном направлении, может помочь повысить мотивацию, одновременно усиливая происходящие изменения.

Резюме

На обратной стороне рабочего листа вашего сеанса вы можете отслеживать дополнительную информацию, которая может помочь вам в руководстве процессом заживления. Например:

- Взросление ключевых игроков.
- Качество каждого отношения.
- Другие игроки, выявленные в ходе регрессионной работы.
- Люди, которые нуждаются в прощении.
- Люди, которые были прощены.

- Позитивные ресурсы и источники поддержки.
- Идеи и свидетельства изменений.
- Тесты между сессиями.

Эту дополнительную информацию можно использовать для формулирования предложений во время подведения итогов сессии.

"Вы не можете заставить человека исцелиться. Никто не может. Сила исцеления находится в Сознании клиента. Чтобы исцелиться, клиент должен быть готов позволить исцелению произойти. На это может потребоваться время. В то время как исцеление может произойти мгновенно. В большинстве случаев требуется процесс накопления достаточного количества "зачисток", чтобы сместить баланс. По этой причине Терапия дьявола - это не быстрое решение; это решение, ориентированное на клиента". ~ Терапия дьявола

ГЛАВА 9: Откажитесь от сценария

Вы готовы отказаться от сценария и начать предлагать целенаправленные рекомендации, имеющие отношение к исцелению клиента. Как только вы заполните свой рабочий лист сеанса, все, что вам понадобится во время сеанса, будет у вас под рукой! Вы настроены на то, чтобы эффективно завершить сеанс, даже не прибегая к скрипту. Это не только упростит вашу работу, но и предложения, которые вы предоставите, также будут по-настоящему полезными, потому что они исходят от клиента. Они не исходят из какого-то универсального сценария. Это именно то, что знает и чего хочет ваш клиент.

Когда вы используете свой рабочий лист для создания предложений, вы обращаетесь к надеждам и мечтам клиента. Вы будете вызывать в воображении картины того, как выглядит достижение того, чего они хотят, и каково это - преуспеть. В вашем рабочем листе сеанса содержится вся информация, необходимая для выработки предложений, специфичных для терапевтической цели клиента, условий для изменений, преимуществ изменений, работы с прощением, доступных ресурсов, свидетельств изменений и многого другого.

Глазурь на торте

Завершение сеанса - это процесс нанесения глазури на торт. Это происходит непосредственно перед тем, как вы выводите клиента из гипноза. Здесь вы делаете краткий обзор, чтобы все, что произошло на сеансе, имело отношение к проблеме клиента и настроило на следующий сеанс.

Терапевтическая цель

Начните с напоминания клиенту о том, почему он отправляется в это путешествие вместе с вами. Это терапевтическая цель клиента. Это то, чего он хочет достичь, куда вы его ведете. Готовность клиента выполнять работу, необходимую для достижения его цели, основана на его терапевтической цели. Сделайте все, что произошло на сеансе, актуальным, высказав предположение, что Подсознание теперь располагает информацией, необходимой для того, чтобы начать вносить желаемые изменения. Проанализируйте любые сдвиги, озарения или лучшие ощущения, которые произошли во время сеанса, и используйте это как доказательство того, что изменения уже происходят. Затем поощряйте более глубокий уровень исцеления, проинструктировав Подсознание принять все эти изменения и интегрировать их таким образом, который наиболее выгоден клиенту — физически, ментально, эмоционально и духовно.

Напомните клиенту, что все, что нужно, - это определиться с направлением, а затем взять на себя обязательство сделать следующий шаг. Затем предложите, что, поскольку они уже сделали первый шаг, путешествие уже началось. Многого произошло. Многого вот-вот произойдет. Поощряйте клиента чувствовать уверенность в том, что изменения уже происходят и что успех - это только вопрос времени. Затем проинструктируйте Подсознание продолжать исцеление между сеансами.

"Путешествие в тысячу миль начинается с одного шага" – китайская пословица.

Преимущества перемен

Терапевтическая цель - это не просто изменение, которого хочет добиться клиент. Это его видение будущего. Это представление о человеке, которым он станет в результате осуществления этого изменения. Список преимуществ расскажет вам, почему клиент хочет воплотить эту мечту в жизнь, и предоставит вам все основания для выполнения работы, необходимой для создания изменений. Это то, что будет поддерживать приверженность клиента достижению своей цели.

Воображение и эмоции - это языки Подсознания. Награда за перемены всегда эмоциональна, потому что эмоция является мотивирующим фактором Подсознания. Воображаемые преимущества перемен должны вызывать приятные ощущения и эмоции. Они должны вызывать возбуждение. Предложите клиенту живо представить, каково это - достичь своей цели. Попросите клиента задействовать все свои пять чувств — зрение, слух, вкус, обоняние, осязание — и пережить это так, как если бы это уже было правдой. Затем ознакомьтесь с их списком

преимуществ и предложите клиенту испытать, каково это - наслаждаться вознаграждением за достижение своей цели.

"То, чего ожидает разум, как правило, реализуется". – Джеральд Кейн

Это может быть интерактивный процесс, или вы можете просто высказать несколько предложений. Это зависит от того, сколько времени у вас осталось на сеанс. Цель состоит в том, чтобы завершить сеанс на высокой ноте. По крайней мере, вы хотите, чтобы клиент вышел из сеанса с чувством надежды. Какие чувства связаны с картинкой, которую они держат в уме? Какие эмоции соответствуют переживанию от того, что они произвели это изменение? Усиливайте эти приятные чувства!

Социальное одобрение - еще один сильный мотиватор. Предложите клиенту представить, что он делится этим изменением с близкими. Дайте ему почувствовать, каково это, когда другие признают и одобряют то, что они внесли эти изменения. Помогите клиенту понять, как это усиливает гордость за достигнутое, которую он уже испытывает из-за того, что сделал себе этот замечательный подарок.

Условия для перемен

Список условий для изменений рассказывает вам, как клиент собирается достичь того, к чему он стремится. Это дает вам возможность разработать стратегию успеха, установив контрольные точки достижения и протестировав результаты. Вам не нужно заставлять клиента что-либо делать, чтобы измениться. Вам просто нужно создать пространство для нового ощущения возможностей, а затем заполнить это пространство позитивными предложениями. Думайте об этом как о наполнении резервуара клиента. Заполните его с его разрешения, чтобы позволить изменениям произойти. Дайте ему разрешение смело предпринять эти первые несколько шагов или с энтузиазмом предпринять действия по внесению этих изменений. Это то, что позволит им получить все вознаграждения, которые они хотят!

Когда клиент представляет, что у него есть результаты, он испытывает состояние вознаграждения. Это уменьшает сопротивление принятию мер по созданию этих изменений. Как они осознали это изменение для себя? Насколько они гордятся тем, что совершили это изменение? Насколько лучше стала их жизнь сейчас? Какими еще наградами они сейчас наслаждаются? Каким образом достижение их цели и все преимущества являются естественным следствием правильного выбора? Более здоровый выбор?

Понимаете, что я имею в виду? Вы не найдете этого ни в одном стандартном сценарии. Этот материал ценен, потому что вы получаете его от клиента. Вот где кроются ответы. Все, что вам нужно сделать, это

помочь клиенту соединить все точки, а его Подсознание сделает остальное. По мере того, как вы устраняете внутренние блоки, которые мешали им достичь своей цели, позитивные образы, которые приходят на ум, станут более правдоподобными для клиента. По мере того, как сопротивление разрешению изменений исчезнет, поведение, которое способствовало возникновению проблемы, исчезнет. Новые, более здоровые модели поведения, которые будут способствовать достижению желаемого результата клиентом, затем станут более выполнимыми в повседневной жизни.

Соедините точки

Соединение точек - это разновидность головоломки, в которой для соединения двух точек проводится линия. По мере того, как все больше точек соединяются линиями, раскрывается форма объекта. Это то, что должно быть сделано при подведении итогов вашего занятия. Вы связываете все, что произошло на сеансе с клиентом, с его терапевтической целью, условиями для изменений и преимуществами изменений, чтобы создать картину будущего, в котором живет клиент. Вы можете использовать следующие 3 рекомендации в итоговом обзоре, чтобы настроить своих клиентов на реализацию гораздо более светлого будущего.

3 Рупии в итоговом обзоре

Итоговый обзор дает вам возможность помочь клиенту расставить все точки над Ё, проанализировав все, что произошло во время сеанса. Затем вы можете превратить это в учебный опыт, чтобы расширить возможности клиента.

Первое слово в обзоре имеет отношение к делу.

Все, что клиент обнаруживает во время сеанса, напрямую связано с причиной, по которой он обращается к вам. Это их терапевтическая цель. Цель состоит в том, чтобы взять то, что было обнаружено во время сеанса, и сделать это соответствующим проблеме клиента. Используйте итоговый документ сеанса, чтобы помочь клиенту сопоставить то, что произошло во время сеанса, с его реальной жизнью. Затем вы можете использовать собственные осознания клиента как доказательство его способности добиться желаемых изменений.

Сценарий этого не сделает, потому что это всего лишь ваши слова. Но если клиент сам устанавливает эти связи, значит, это должно быть правдой. Творчески подходите к завершению сеанса и используйте все, что пришло в голову клиенту на сеансе, чтобы направить его в направлении достижения терапевтической цели. Если клиент вернулся к болезненному событию из прошлого, вы могли бы использовать это как

захватывающее свидетельство того, что его Подсознание хочет решения проблемы. Используйте это как доказательство того, что клиент дал себе разрешение исцелить реальную проблему и освободиться от прошлого.

Все, что клиент обнаружил во время сеанса, должно быть полезным. Это указывает ему направление к его терапевтической цели. Если было обнаружено что-то болезненное, предположите, что это имеет непосредственное отношение к проблеме, с которой боролся клиент. Помогите клиенту осознать, что это не его вина. Это потому, что что-то случилось, или он был просто ребенком, или он был слишком молод.

Во-первых, свяжите сеанс с терапевтической целью клиента. Что бы ни произошло только что на сеансе, это облегчит ему достижение его цели. Кое-что прояснилось. Произошли сдвиги. Что-то произошло. Свяжите это с его целью. Например: Почему он отправляется в это путешествие вместе с вами? Как возвращение части его жизни, которая отсутствовала или вышла из-под контроля, поможет клиенту достичь своей терапевтической цели?

Во-вторых, соотнесите сеанс с условиями изменения клиента. Какие действия будут способствовать достижению им своей цели? Например: Почему им стало намного легче действовать из-за того, что произошло на сеансе? Стали ли они более расслабленными? Больше осознают себя? Более мотивированы? Как они меняются? Гордятся ли они тем, что предпринимают действия для достижения своей терапевтической цели? Что еще меняется из-за этих вещей?

В-третьих, свяжите сеанс с преимуществами изменений для клиента. Как внесение этих изменений вознаградит его? Например: Каковы преимущества внесения этих изменений? Почему он чувствует себя намного лучше по отношению к себе? Как меняются к лучшему его отношения? Насколько здоровее он себя чувствует? Где он находит источники расширения прав и возможностей в повседневной жизни, которые поддерживают его? В чем его самая важная выгода? Кем он становится в результате того, что отправляется в это путешествие вместе с вами?

Вторая часть обзора - "Откровение".

Откровение - это удивительный, неизвестный факт. Воспринимайте это как "ага!" Что обнаружил клиент? Чему он научился? Что он знает сейчас, чего не знал раньше? Как они меняются к лучшему? Что еще может измениться в результате? Что бы клиент ни обнаружил во время сеанса, это новая информация, которая только что была открыта ему его Подсознанием. Это формирует основу для предложений, которые начинаются словами: "Теперь вы знаете..." В конце каждого сеанса просматривайте свои записи и собирайте любые идеи, знания или

осознания, которые были выявлены во время сеанса, и превращайте их в откровения, напоминая клиенту: "Теперь вы знаете..."

Например, "Теперь вы знаете... у вас есть эта замечательная способность. Вы можешь использовать ее, чтобы добиться желаемых изменений".

"Теперь вы знаете... то, что случилось, когда вам было два года, не было вашей виной. Тогда вы были всего лишь Ребенком. Но вы больше не Ребенок. Вы взрослый, способный с этого момента принимать лучшие решения для себя и своего благополучия. (Привязать к условиям для списка изменений)."

"Теперь вы знаете... вам позволено испытывать свои чувства. Вам позволено исцеляться. Те чувства, которые застряли внутри, имеют прямое отношение к (проблеме). Сейчас вы меняетесь. Дайте себе разрешение, наконец, стать тем человеком, которым вы всегда должны были быть, отпустив все, что мешало вам чувствовать себя хорошо (ссылка на список условий для изменений)."

"Я хочу, чтобы вы осознали, какой замечательный подарок вы сделали себе сегодня. Вы разрешили себе чувствовать себя лучше сегодня. Вы продолжите пользоваться всеми преимуществами этого изменения, потому что теперь вы знаете... вы открыли в себе эту замечательную способность. Вы можете использовать это, чтобы добиться желаемых изменений. Это позволит вам начать чувствовать себя здоровее, счастливее и успешнее во всех отношениях. И по мере того, как мы продолжаем работать вместе, освобождая все оставшиеся блоки, все больше и больше, вы можете открыть для себя, каково это - по-настоящему наслаждаться жизнью, свободной от прошлого".

"А теперь найдите минутку, чтобы представить, каково это — двигаться вперед по жизни - двигаться в свое будущее, забирая с собой все эти замечательные, позитивные изменения, которые вы сами для себя создали. И по мере того, как вы это делаете, ощутите, каково это - делать что-то, свободное от прошлого. Позвольте себе пережить это ярко, используя все свои органы чувств, как будто это уже правда. Ощутите это, посмотрите на это, послушайте это, прочувствуйте это. Используйте все свои чувства. И ощутите, каково это - пользоваться всеми преимуществами (просмотрите список преимуществ)."

"Это хорошо. Подсознание теперь располагает необходимой информацией (пауза). Просто уделите несколько мгновений тому, чтобы просто побыть в этом месте, расслабиться и заметить, насколько лучше вы себя чувствуете. Хорошо себя чувствуете?"

Когда клиент возвращается к болезненному прошлому событию, у вас может не хватить времени, чтобы все обдумать. Если вам нужно

завершить сеанс до того, как все прояснится, ничего страшного. Просто используйте то, что было раскрыто, чтобы вселить уверенность в процесс. Например, вы можете переосмыслить любое болезненное событие как момент прорыва в исцелении клиента. Его Подсознание только что открыло нечто, что имеет непосредственное отношение к его терапевтической цели! Что он только что обнаружил? Чему он учится? Это захватывающее свидетельство того, что происходят изменения.

Независимо от того, что выявляется во время сеанса, цель состоит в том, чтобы связать все воедино таким образом, чтобы это имело отношение к цели исцеления клиента. Соедините все точки, используя предложение "Теперь вы знаете...", подтвердите любые идеи, которые могли возникнуть у клиента. Превратите их в откровения. Это наделяет клиента силой.

Третий пункт обзора - Подкрепление.

Чтобы получить быстрый результат, вам нужно внедрить внушение в Подсознание, а затем мощно подкрепить его. Чтобы внедрить внушение, оно сначала должно быть приемлемым. Когда внушение приемлемо, оно проникает в Подсознание, как горячий нож в масло.

Что делает любое предложение приемлемым, так это его соответствие желаниям и внутреннему опыту клиента. Повторение предложений, основанных на желаемых результатах и инсайтах клиента, будет способствовать более быстрому изменению, усиливая истинность предложения. Например, вы можете предположить, что клиент учится, растет и меняется в процессе исцеления.

Актуальность и откровения предоставляют доказательства, подтверждающие истинность предложения. Чем правдивее предложение, тем более приемлемым оно становится. Например, как клиент узнает, что происходят изменения? Где произошел сдвиг в сторону лучшей мысли или чувства? Что обнаружил клиент? Что они знают сейчас такого, чего не знали раньше? Насколько лучше они себя чувствуют сейчас, чем когда начинали?

То, что человек говорит себе в уединении собственного разума, всегда будет иметь больший вес, чем все, что вы могли бы сказать. Почему бы не использовать это? Самовнушение было разработано в начале двадцатого века Эмилем Куэ. Именно Куэ придумал знаменитую аффирмацию: "С каждым днем, во всех отношениях, я становлюсь все лучше и лучше".

Куэ признал, что внушения недолговечны, если вы не подкрепляете их неоднократно. Это то, что мы уже делаем. Это называется разговором с самим собой. Самовнушение использует это, когда клиент дает себе

внушение, произнося его вслух. С каждым повторением внушения сила концепции или идеи, которую оно предлагает, становится все сильнее.

Сначала сформулируйте приемлемое внушение. Например, "Обратите внимание, насколько лучше вы себя чувствуете (прямое внушение). Чувствуете себя хорошо?" (Проверьте приемлемость внушения, прежде чем продолжить).

Во-вторых, попросите клиента произнести предложение вслух. Например, "Повторяйте за мной: я чувствую себя лучше".

В-третьих, добавьте к нему что-нибудь. Например, "Мне позволено чувствовать себя лучше".

В этом примере самовнушение используется для постепенного повышения готовности клиента к изменениям. Первое внушение устанавливает подсознательную истину (например, "Я чувствую себя лучше".) Повторение усиливает силу внушения, открывая дверь для дополнительного приемлемого внушения (например, "Мне позволено чувствовать себя лучше".)

Откажитесь от сценария

Вам не нужны скрипты. Поскольку каждая проблема является результатом жизненного опыта, вы не найдете ответов, которые ищет клиент, ни в одном сценарии. Ответы находятся в Сознании клиента. Вот куда вам нужно обратиться, чтобы найти свои предложения. Если вы будете использовать своё вводное занятие стратегически, то сможете получить всю необходимую информацию для формулирования эффективных предложений. В результате вам никогда не понадобится сценарий.

Когда вы проводите клиента через процесс исцеления, все, что вам нужно делать, - это вести хорошие записи. У вас будет все необходимое для создания предложений, которые непосредственно отвечают потребностям клиента. Отмечайте инсайты, понимания, осознания и изменения в мышлении, чувствах и поведении. Вы можете использовать это для формулирования предложений во время завершения сеанса. Передавайте клиенту концепции и идеи, расширяющие возможности, в виде прямых предложений. А еще лучше, используйте самовнушение. Позвольте клиенту самому сказать то, что ему больше всего нужно услышать.

Лучшие предложения всегда исходят от клиента, потому что именно эти идеи имеют для него наибольшую силу. Иногда сценарий может быть полезен. Иногда вы просто знаете, что у вас есть идеальный сценарий, который идеально подходит для конкретного клиента. В этом случае, во

что бы то ни стало, используйте его. Используйте свои скрипты, чтобы дополнять предложения, поступающие от клиента.

Цель состоит в том, чтобы заставить клиента чувствовать себя действительно хорошо из-за того, что он принял решение работать с вами. Дайте ему почувствовать чувства, которые сопутствуют достижению его цели. Чувства - это то, что делает ее реальной. Каково это - получать удовольствие от своего самого важного преимущества? В этом их огромная выгода. Затем добавьте несколько предложений о том, как преимущества продолжают расти и расширяться по мере того, как вы продолжаете работать вместе. Не сводите глаз с приза. Это их терапевтическая цель.

Резюме

Цель вашего рабочего листа для сеанса - помочь вам в руководстве процессом исцеления. Он дает вам место для хранения важной информации, необходимой вам во время сеанса. Поскольку все это содержится на одном листе бумаги, оно всегда у вас под рукой, когда вам это понадобится. Это дает вам удобный справочный лист со всей информацией, необходимой для облегчения процесса заживления. Ключевая информация, на которую вам нужно ссылаться на каждом сеансе, включает:

- Терапевтическую цель
- Список условий для изменений
- Список преимуществ изменений
- Важные отношения, прошлые и настоящие
- Качество каждого отношения
- Инсайты, возникающие во время сеансов
- Свидетельства перемен
- Работа по прощению

Рабочий лист вашего сеанса дает вам удобный справочный лист со всей информацией, необходимой для создания предложений, которые связывают точки соприкосновения, усиливают позитивные изменения, увеличивают позитивное ожидание и побуждают Подсознание продолжать исцеление.

Когда придет время завершать сеанс, все, что вам нужно сделать, это вытащить свой рабочий лист сеанса и составить предложения, которые непосредственно соответствуют надеждам и мечтам клиента. В конце каждого сеанса все, что вам нужно сделать, это сделать обзор, чтобы

усилить исцеление, которое было начато с использованием 3 пунктов в итоговом обзоре:

- Актуально
- Откровение
- Усилить

Итоговый документ вашего сеанса должен отражать все, что произошло во время сеанса, в соответствии с терапевтической целью клиента, условиями для изменений и преимуществами изменений. Он должен вызывать в воображении образы светлого будущего и давать клиенту эмоциональное представление о том, что значит быть успешным.

Терапевтическая цель напоминает клиенту о том, с какой целью он выполняет эту работу для вас. Это то, к чему вы стремитесь. Поскольку клиент находится в центре терапевтического процесса, независимо от того, что выявляется во время сеанса, это будет иметь отношение к терапевтической цели клиента.

Условия для изменений напоминают клиенту о том, что должно произойти, чтобы он добился успеха. Именно так клиент собирается достичь того, к чему стремится. Во время завершения сеанса предложите клиенту представить, как он будет вести себя, что позволит ему достичь своей терапевтической цели.

Список преимуществ напоминает клиенту о реальной причине, по которой клиент отправляется в это путешествие вместе с вами. Вознаграждение за перемены всегда эмоциональное. Во время завершения сеанса предложите клиенту представить, как он наслаждается вознаграждением за предпринятые действия для достижения своей терапевтической цели.

Лучшие предложения всегда исходят от вашего клиента, потому что именно эти идеи имеют для него наибольшую силу. В конце сеанса это те вещи, которые вы хотите подкреплять снова и снова. Мощно их сочетайте. Они войдут в Подсознание, как горячий нож в масло.

Вы можете скачать бесплатный PDF-шаблон рабочего листа сеанса здесь: www.tribeofhealers.com/download-ditch-the-script-session-worksheet/

ГЛАВА 10: Подготовка к следующему сеансу

Регрессионная гипнотерапия - это путешествие к самопознанию и самоисцелению. Во время сеанса регрессии за кулисами происходит много такого, о чем вы ничего не знаете. Разум обрабатывает информацию намного быстрее, чем человек может говорить. В

результате не все, что происходит на сеансе регрессии, обязательно будет передано вам. Клиенты могут утаивать информацию, которая может иметь отношение к их исцелению, потому что они не считают это важным или слишком смущены, чтобы рассказать вам об этом. Возможно, им будет неудобно сразу поделиться этим с вами.

Осознайте, что, когда клиент выходит из гипноза, он все еще обрабатывает все, что произошло во время сеанса. Мысли и чувства могут всплывать на поверхность Сознания. Посвящение нескольких минут разбору полетов после сеанса позволяет клиенту поделиться мыслями, чувствами и прозрениями, которые, возможно, не были упомянуты во время сеанса. Это также позволяет вам продолжить работу по исцелению, переосмысливая или усиливая то, чем вы делитесь, чтобы привести это в соответствие с терапевтической целью клиента.

Между сеансами

Изменения происходят не во время сеанса. Это происходит после сеанса. Именно тогда вступают в силу постгипнотические внушения. Поскольку процесс исцеления естественным образом активизирует процессы на подсознательном уровне разума, Подсознание продолжит работать над проблемой клиента после сеанса. Это будет сортировка вещей и поиск путей интеграции изменений. Когда это происходит, клиент может вспомнить вещи, о которых он не думал годами. У него могут быть интересные сны. Неприятные эмоции могут всплывать на поверхность, иногда неожиданно. Клиент должен знать, что такие вещи могут произойти и что они имеют отношение к представляемой им проблеме.

У клиента должны быть реалистичные ожидания. Исцеление - это процесс. Пока проблема не будет полностью решена, клиент будет по-прежнему уязвим к определенным триггерам в своей повседневной жизни. Но вы не узнаете, каковы они, пока не протестируете результаты между сеансами. Если между сеансами происходит что-то, что запускает клиента, или клиент не в состоянии удержать лучшие чувства, это на самом деле может быть отличной новостью для вас. Но если клиент не подготовлен заранее, он может решить, что "гипноз не работает". Ничто не может быть дальше от истины. На самом деле, когда клиент испытывает дискомфорт между сеансами, это часто происходит потому, что то, что вы делаете, работает!

Что бы ни происходило между сеансами, это подскажет вам, каким должен быть следующий шаг в процессе исцеления клиента. Это информация, которую вам необходимо получить во время следующего сеанса при предварительной регистрации. Предварительная регистрация является ценной частью многосессионной системы, потому что единственный способ обеспечить полное решение проблемы клиента - это проверить результаты между сеансами. Ваша предварительная

регистрация перед гипнозом дает вам информацию, необходимую для эффективного руководства процессом исцеления.

Следующие инструкции предназначены для того, чтобы настроить клиента на проверку результатов между сеансами. Они составляют основу ваших вопросов для предварительной регистрации. На первом сеансе я всегда даю эти инструкции непосредственно перед выходом клиента из гипноза. Затем я повторяю эти инструкции во время разбора полетов после гипноза, чтобы убедиться, что и Сознание, и Подсознание получили инструкции. На последующих сеансах, прежде чем отправлять клиента из вашего офиса, все, что вам нужно сделать, это напомнить клиенту, что между сеансами может произойти одна из трех вещей, и вы будете полностью готовы к следующему сеансу.

Три важные вещи

В перерывах между сеансами я хочу, чтобы вы внимательно следили за своими чувствами, потому что после сеанса могут произойти три важные вещи.

Во-первых, вы можете почувствовать себя лучше. Это хорошо! Это то, чего мы хотим!

Но вы также можете почувствовать себя хуже. Подсознание знает, почему мы это делаем. Оно будет работать за кулисами между сеансами. Иногда оно может вытащить что-то на поверхность, потому что хочет, чтобы это исцелилось. Просто осознайте, что это часть процесса. Если ты заметишь, что какие-то неприятные чувства всплывают на поверхность, дай мне знать, и я позабочусь об этом, хорошо?

Третье, что может случиться, - это то, что вы можете испытывать некоторые взлеты и падения. Это нормально. У каждого в жизни бывают взлеты и падения, верно?

Эти инструкции настраивают клиента на ожидание того, что что-то произойдет между сеансами. Что произойдет? Чувства. Вы хотите, чтобы клиент обращал внимание на чувства. Он должен ожидать, что будет лучше осознавать свои чувства. Либо он будет чувствовать себя лучше, хуже, либо у него будет несколько взлетов и падений, но вы хотите, чтобы он был очень хорошо осведомлен о своих чувствах. Таким образом, когда они придут на следующий сеанс, у вас все будет готово для предварительной регистрации.

Предварительная регистрация

Ваша предварительная регистрация - это просто продолжение предыдущей сессии клиента. Цель этой регистрации - ответить на два важных вопроса.

1. Что вы помните о последней сессии?
2. Что происходило между сессиями?

Первый вопрос - это способ продолжить с того места, на котором вы остановились на предыдущем сеансе. Попросите клиента мысленно "немного отмотать назад" к их последнему сеансу с вами. Затем спросите: "Что вы помните об этом сеансе?"

Этот вопрос поможет освежить вашу память. Он также может быть очень показательным. Часто у клиента появляются какие-то осознания после окончания сеанса. В результате они расскажут об этом сеансе больше, чем в первый раз. Предоставление клиенту нескольких минут для ретроспективного анализа может привести к выявлению большего количества инсайтов. Инсайт - это предшественник понимания. Понимание - это осознанное осмысление вещей, в том числе того, почему клиент отправляется в это путешествие вместе с вами.

Второй вопрос: "Что происходило между сеансами?" Возможно, клиент впервые за долгое время стал лучше спать. Возможно, они заметили уменьшение или даже прекращение симптомов. С другой стороны, возможно, клиент чувствовал себя прекрасно после сеанса, но это продолжалось всего пару дней. Может быть, они перестали чувствовать себя лучше. Хуже того, возможно, что-то случилось, что спровоцировало их.

Лучше

Если клиент вернется и скажет, что после сеанса он почувствовал себя лучше, вы будете знать, что все, что вы делали на этом сеансе, было эффективным. Вы добились определенного прогресса. Это хорошо. Например, если клиент сообщает, что стал лучше спать, это хорошая новость, потому что многие люди страдают от недосыпания. Простое улучшение сна человека может существенно повлиять на то, как он думает, чувствует и ведет себя.

Когда клиент сообщает о какой-либо мере улучшения, что должно произойти дальше в его программе исцеления, так это отпраздновать успех. Относитесь к этому так, как будто он только что выиграл олимпийское золото, потому что Подсознание работает качественно, а не количественно. Закрепляйте каждый позитивный сдвиг к лучшему, прежде чем переходить к следующему кусочку головоломки. Это побуждает Подсознание продолжать позволять изменениям происходить.

Хуже

Даже если клиент чувствует себя прекрасно после того, как покинет ваш офис, он может не сохранить это чувство. Это явный признак того, что вы еще не решили проблему полностью. Это нормально. Это просто

означает, что предстоит проделать еще больше работы. Если ваш клиент вернется и сообщит, что после сеанса он почувствовал себя хуже, вы будете знать, что затронули "ваву". Вот откуда берется болезненность проблемы.

Подсознание дает клиенту понять, что оно хочет, чтобы проблема была решена. Это отличная новость! Это также дает вам следующий шаг в процессе исцеления. Сосредоточьтесь на "этом чувстве". Это то, что их Подсознание считает наиболее важным. Итак, это то, о чем вы хотите позаботиться в следующий раз. Следующим логичным шагом было бы проследить за этим чувством до того момента, когда оно возникло, и разрешить его там.

Если клиент был возбужден между сеансами, это дает вам возможность поработать с недавним событием. Следующий шаг в процессе исцеления - ввести клиента в гипноз и вернуться к недавнему событию. Проанализируйте, что произошло, и определите конкретную эмоцию, которая вызвала срабатывание. Следуйте за "этим чувством" назад, пока не найдете ПСС.

Взлеты и падения

Если клиент сообщает, что испытывает какие-то взлеты и падения между сеансами, это жизнь. Мне нравится говорить: "Добро пожаловать на планету Земля". Взлеты и падения - это факт жизни здесь, на планете Земля. Что вам нужно выяснить, так это были ли они спровоцированы. Если да, то что произошло? Какая конкретная ситуация вернула их на эмоциональные американские горки? Это даст вам конкретное событие для работы. С этим событием связан определенный набор чувств. Это дает вам возможность вернуться в прошлое. Просто создайте ощущение моста и приступайте к работе.

Независимо от того, что происходит между сеансами, с вашей точки зрения, все хорошо! Это просто информация. Вы можете использовать эту информацию, чтобы помочь и направлять себя в эффективном облегчении процесса заживления. Помните, если ничего не меняется, значит, ничего не меняется. После сеанса должно быть какое-то движение. Вам просто нужно, чтобы клиент заметил это движение.

После сеанса требуется всего пара минут, чтобы подготовить вашего клиента к следующему сеансу. Знание того, на что обращать внимание, поможет вашему клиенту распознать, когда что-то происходит. Это информация, необходимая вам для руководства процессом исцеления. Что бы ни случилось, это подскажет вам, что должно произойти дальше в процессе работы с клиентом.

ГЛАВА 11: Выводы

Вам нужны клиенты, с которыми вы сможете добиться успеха? Квалифицируйте своих клиентов! Неразумно ожидать, что вы будете всем для всех. Вы не хотите работать с кем попало! Вам нужны клиенты, с которыми вы сможете добиться успеха и которые подходят вам по уровню квалификации, опыта и умений. Это то, что увеличит ваши знания, навыки и уверенность. Если вы хотите улучшить свои результаты прямо сейчас, используйте шесть квалификационных вопросов, чтобы квалифицировать своих клиентов, прежде чем записывать их на первый сеанс.

Вы хотите чувствовать себя уверенно, руководя программой исцеления? Стратегически подходите к процессу вводного занятия. Процесс вводного занятия - это гораздо больше, чем короткая беседа перед введением клиента в гипноз. Это дает вам возможность установить терапевтические отношения как с Сознанием, так и с Подсознанием. Ваше вводное занятие также может быть использован для того, чтобы заложить основу для заключения терапевтического контракта. Изучая историю проблемы клиента, вы можете определить характер симптомов. Вы можете оценить готовность клиента продолжать работать с вами. При стратегическом использовании ваше вводное занятие дает вам инструмент предварительного выявления, который может предоставить информацию, необходимую для уверенного и эффективного руководства процессом заживления. Используйте десять стратегических вопросов вводного занятия, чтобы найти ключи к разрешению симптомов.

Вы хотите эффективно завершать каждый сеанс, даже не прибегая к сценарию? Создайте рабочий лист сеанса, который поможет вам руководить процессом исцеления. Вся информация, необходимая для руководства каждым сеансом исцеления, у вас под рукой. И вы можете использовать его для эффективного завершения ваших сеансов — даже без использования сценария.

Чтобы эффективно руководить процессом исцеления, вам необходимо установить четко определенную терапевтическую цель. Именно по этой причине клиент отправляется с вами в это путешествие. Условия для изменений содержат конкретную информацию, необходимую вам для формулирования целевых предложений, определения этапов изменений, разработки краткосрочных стратегий преодоления и тестирования результатов. Преимущества изменений дают вам мотивирующий фактор клиента. Вы можете использовать их, чтобы суммировать все выгоды от достижения терапевтической цели.

Ваш рабочий лист сеанса также помогает вам отслеживать дополнительные инсайты, свидетельства изменений и работу с

прощением по мере того, как вы продолжаете направлять процесс исцеления. В конце каждого сеанса все, что вам нужно сделать, это вытащить свой рабочий лист сеанса и соединить точки с итоговым обзором.

Изменения не происходят во время сеанса. Изменения происходят между сеансами. Именно тогда вступают в силу постгипнотические внушения. Вы не будете знать, продлится ли изменение, пока не проведете тестирование. Сразу после выхода клиента вы можете настроиться на следующий сеанс, напомнив клиенту о трех важных вещах, которые могут произойти между сеансами. Это позволяет вам проверять результаты между сеансами. На следующем сеансе клиента вы можете продолжить с того места, на котором остановились, используя два вопроса для предварительной регистрации. Это настраивает вас на то, чтобы облегчить клиенту следующий сеанс.

Вот и все.

Я хочу помочь вам изменить то, как вы думаете - о гипнозе, клиенте и результатах, — чтобы вы могли развивать целительскую практику, основанную на рекомендациях. Это лучший способ.

Успех всегда будет зависеть от вашей установки. Теперь у вас есть все необходимое, чтобы отказаться от сценария и настроить себя (и своих клиентов) на успех в сеансах регрессионной гипнотерапии.

Каков следующий шаг?

"Терапия дьявола" - это целостная система, состоящая из трехфазного семиступенчатого протокола, который превратит ваши сеансы гипноза в сеансы исцеления, неизменно приносящие реальные и долговременные результаты. "От гипноза к исцелению" - вторая книга серии.

Если вам понравилось то, что вы узнали на данный момент, пожалуйста, найдите минутку и напишите мне отзыв. Ваши отзывы помогают другим людям решить, подходит ли им эта книга.

Если вы преподаете регрессию с целью вызвать гипноз, "Терапия дьявола" может помочь расширить возможности ваших учеников на сеансах с клиентами. По мере того, как они приобретут опыт, это поможет углубить их понимание процесса исцеления. По мере того, как они проявляют себя в работе с клиентами, этот свет будет отражаться и на вас.

[1] Если вам не нравится "сквернословие", смирись с этим. Ваши клиенты будут его использовать, и это на самом деле хорошо.

“Сквернословие” имеет терапевтическую ценность на ваших сеансах, поэтому узнайте, когда его следует поощрять.

[2] В своей первой книге я использую сказку Братьев Гримм, чтобы проиллюстрировать трехэтапный семиступенчатый протокол эффективной регрессии с целью вызвать гипноз. Из этой книги вы узнаете о системном подходе к регрессивной гипнотерапии, состоящем из трех отдельных этапов. Каждая фаза закладывает основу для следующей фазы, предоставляя вам пошаговый подход к реализации программы исцеления. Первый этап - это этап настройки. Если вы хотите получить бесплатную инфографику всей системы, перейдите по ссылке www.devilstherapy.com

[3] Стивен Паркхилл использовал этот термин для обозначения завершения сеанса, когда процесс заживления еще не завершен. Застегнуть пуговицы на клиенте /сеансе - это все равно что временно закрыть рану, чтобы позже вернуться и закончить работу.