

## מה בין coaching ומיומנויות ראיון?

מפגש ה-coaching הינו מקרה פרטי של הדיאלוג הייעוצי, הקרוי לעיתים ראיון. מערך האינטראקציות בין שני הצדדים מתרחשים דרך שתי קטגוריות: פגישות פרונטליות ואינטראקציה דרך מדיומים אחרים, כגון טלפון, פקס, מייל, צ'טים וכו'. מטרת החומר הנסרק כאן היא להקנות ללקוח מודעות ושליטה באופן השימוש במיומנויות התקשורת פנים-מול-פנים.

## ניתוח מיומנויות בסיס בייעוץ/ראיון

עיצוב סגנון  
 ותאוריה אישיים

### אינטגרציה של מיומנויות:

- תאוריות שונות דורשות שימוש במיומנויות שונות
- סיטואציות שונות דורשות שימוש במיומנויות שונות
- תרבויות שונות דורשות שימוש במיומנויות שונות

1

מיומנויות ואסטרטגיות של השפעה בין-אישית: הנחיות, ניתוח לוגי של תוצאות התנהגות, אינטרפרטציה, הסגרה עצמית, מתן עיצה / מידע / הסבר / הכוונה, משוב, סיכום מעצב ומשפיע.

### שיקוף משמעויות

### התמקדות - Focusing

### עימות – Confrontation והערכת התקדמות

חמשת השלבים של מבנה הייעוץ:

1. עיצוב/פיתוח קשר עם הנועץ.
2. הגדרת הבעיה / נושא היעוץ.
3. הגדרת מטרות המפגשים.
4. בחינת אלטרנטיבות ועימות עם חוסר עקיבות.

רצף הקשבה בסיסי:

1. תישאול – שאלות פתוחות, סגורות וכיו"ב.
2. מיומנויות תצפית בנועץ / מרואיין.
3. עידוד, ניסוח מחדש וסיכום.
4. שיקוף רגשות.

התנהגות של שימת לב לזולת:  
 יצירת קשר עין מתאים לתרבות ולמרואיין הספציפי, שפת גוף, איכויות קול ועקיבת מלל.

ישנם שלושה חלקים מובחנים לכל מפגש ייעוצי: שלב הפתיחה, שלב הפיתוח והעיבוד ושלב הסיום. **שלב הפתיחה** - בשלב זה מתייחסים לקבלת המרואיין ויצירת סיטואציה בין אישית רצויה. יש ליצור אווירה של אורח-מארח. משפטי הפתיחה צריכים לגרום ליצירת אווירה טובה של המרואיין, פיזית ונפשית, יש לברר נוחות ולמנוע הפרעות. "well being" של המרואיין היא המטרה המרכזית. המרואיין מתמקם בחדר ובסיטואציה. **שלב פיתוח ועיבוד** - בשלב זה מבקש המרואיין להכיר את המרואיין באופן מעמיק יותר, כשבסופו תהיה למראיין תמונה טובה יותר של המרואיין, מאפייניו ובעיותיו. הולכת ונוצרת אינטימיות בין המראיין למרואיין. יש ללכת בעקבות המרואיין, לפתח, להבהיר מידע לא ברור ולמקד. כאן נעשה מעבר בין שם ואז לכאן ועכשיו וחיבור לתוכן המפגש.

**שלב הסיום** - שלב זה מיועד להשאיר את הלקוח עם הרגשה נינוחה, לתת לו מידע רלוונטי ולתכנן איתו את צעדיו הבאים. בשלב זה, ישנו סיכום של הנאמר במפגש, מתקבל "מרשם לפעולה" ולבסוף מתבצעת הפרידה הפורמאלית. **מיומנויות הייעוץ**

## התנהגות לא מילולית

### הבעות הפנים

הבעות הפנים מבטאת באופן מיידי האם האדם מתעניין במה שנאמר או שמא מחשבותיו נתונות לדבר אחר. הבעות הפנים של היועץ הנה משמעותית ללקוח ממש כשם שזו של הלקוח משמעותית ליועץ. הלקוח יכול למצוא הבעות פנים כמעודדת או כמעכבת. הבעות הפנים מבטאות מצב רגשי וכוונות ומשקפות עמדות בין-אישיות. הן מספקות משוב לא מילולי על הנאמר, ויש הסבורים כי זה מקור המידע הראשי לאחר המלל. חיוך יכול לבטא עניין, נדיבות לב וסימפטיה, אשר יכולים בתורם לעורר את הלקוח. כמובן שהמינון חשוב: הגזמה עלולה להביא את הלקוח לחשוב כי דבריו אינם נלקחים ברצינות, ואילו פנים זועפות תיתפסנה כמביעות חוסר הסכמה. עם זאת, כיווץ קל של הגבות יכול לרמז ללקוח שנעשה מאמץ להבינו. דבר זה מראה על מעורבות, ויכול לעודד את הלקוח להבהיר יותר את דבריו.

### מבט

על היועץ להביט על או בכיוון הלקוח ברוב רובו של הזמן, וליצור עמו מדי פעם קשר עין. מחד, יש להימנע מבהייה שעלולה לעורר בלקוח חרדה ותחושה שבוחנים אותו במבט חודר. אולם מאידך, הימנעות ממבט עלולה לעורר בלקוח תחושה שהיועץ אינו מעורב. היועץ יכול לבטא את תשומת הלב שלו גם בתנועה רגועה וסימפטית. תנוחה כזו גם מקלה על היועץ להקשיב ללקוח. מחוות עידוד-הנהוני ראש ומחוות יד תומכות, עשויות גם לסייע.

### התנהגות מילולית

#### עידוד מינימאלי

הינה בעלת אפקט של הבהרה. עידוד מינימאלי היא תגובה מילולית קצרה, אשר נועדה לעודד את הלקוח ולהראות לו כי מקשיבים לו. נעשה ע"י שימוש מרובה במממ... אהה... כן, ואז?, תמשיך, כמו גם חזרה על המילים בטון שואל. למרות שנדמה שתגובות אלו הן חסרות משמעות, הן מסייעות בעידוד הלקוח להמשיך ולדבר.

## שתיקות

שתיקה קצרה יכולה אף היא להוות סימן לעידוד, שכן היא מאפשרת ללקוח הזדמנות לחשוב בשקט על מה שאמר ועל מה שאולי ירצה להוסיף.

ישנן שתיקות שנגרמות על ידי היועץ ויש הנגרמות על ידי הלקוח. קיימת הבחנה בין שתיקה קצרה, הנשלטת על ידי היועץ לבין שתיקה ארוכה ובלתי נשלטת שעלולה "לתקוע" את השיחה, שכן הלקוח עלול לחשוב "כעת אפילו היועץ איננו יודע מה להגיד, מה לא בסדר אצלי?". שתיקות כאלו נחשבות מביכות, ובצדק.

כאשר השתיקה הנה ביוזמת הלקוח, יכולות להיות לכך שלוש סיבות:

1. הסיבה החיובית ביותר לשתיקה הנה שהלקוח עסוק בעיבוד כלשהו של הדברים, לדוגמא, הוא חושב על דרכים לפתור את הבעיה שכרגע הציג.

2. הלקוח נתקל בקושי להמשיך לדבר. אפשר שנוצר עומס רגשי גדול והלקוח מפחד להמשיך. יתכן כי בשתיקה קיימת הימנעות- לעיתים, המשך הדיבור משמעו הודאה בטיפשותך או בספקות שלך, דבר המפחיד את הלקוח.

3. הלקוח פשוט איננו יודע מה עוד עליו להגיד או לעשות.

על היועץ לזהות את סוג השתיקה, בדרך כלל על פי ההקשר של השיחה. כאשר הוא מתקשה להבין מדוע הלקוח שותק לזמן ארוך כל כך, הוא יכול לשאול אותו, לדוגמא: "שמת לי לב שהיית שקט לזמן מה. מדוע אתה חושב שזה כך?". שאלה כזו פותחת לדיון את נושא השתיקה.

### **שאלות פתוחות וסגורות**

בשלב הראשון של ראיון ייעוצי, מטרת השאלות הנה לעזור ללקוח לתרגם את מחשבותיו למילים ולהבהיר את הבעיות. קיים הבדל ניכר בין שני סוגי שאלות:

1. שאלות פתוחות- משאירות ללקוח מרחב סביר של חופש בניסוח התשובה. כלומר, הוא יכול לנסח במלותיו שלו את מה שעובר בראשו. הוא יכול לדבר מתוך מסגרת ההתייחסות שלו ולקבוע לעצמו את תוכן התשובה. דרך פשוטה ויעילה לשאול שאלה פתוחה, הנה להתחיל ב: "איך", "מה" ו"האם אתה יכול להגיד לי משהו על...".

היועץ יכול להשתמש בשאלות פתוחות בכמה נקודות במהלך הראיון:

\*בתחילת הראיון- לדוגמא: "במה אוכל לעזור?", או "איך היו הדברים בשבוע האחרון?"

\*במהלך הראיון- למשל, במצב בו היועץ איננו מבין את הלקוח או מעוניין לדעת יותר בנושא מסוים. הוא יכול לשאול: "למה אתה מתכוון?", או "תוכל להרחיב מעט על הנושא?".

חלוקה נוספת שניתן לעשות, הנה בין שאלות פתוחות שהנן קשורות למה שאמר הלקוח לבין שאלות פתוחות הקשורות לנושא חדש.

2. שאלות סגורות- בסוג זה של שאלות, התשובה נקבעת, במידה רבה, על ידי תוכן השאלה. לרוב, האדם העונה נותן תשובה של אישור או הכחשה (כן או לא) והאדם מוגבל לתשובה קצרה מאוד. דוגמאות: "האם אתה בסדר?", "האם אתה נשוי?", "האם אתה מבקר את הוריך לעיתים תכופות?".

שאלות סגורות נובעות לרוב מתוך מסגרת ההתייחסות של היועץ. לסוג זה של שאלות יש מספר חסרונות. ראשית, הדבר מגביל את טווח התשובות האפשרויות של הלקוח. שנית, ייתכן כי השאלות נובעות מתוך השגות מוקדמות של היועץ ומרמזות על מוכנות לקבלת תשובה מסוימת. שאלות מסוג זה עלולות להיות סוגסטיביות, לפגוע בזרימה של הראיון ולהשאיר אותו במסגרת ההתייחסות של היועץ ולא של הלקוח. בנוסף, ייתכן מצב של רצייה, בו הלקוח

יסכים לדברי היועץ, למרות שהם לא כונו ל"דבר האמיתי" כפי שהוא חווה אותו. לבסוף, לשאלות מסוג זה עלולה להיות השפעה שלילית על מהלך השיחה. הלקוח עלול להרגיש פחות ופחות אחריות להמשך הדיון, לתת תשובות שהולכות ומתקצרות ולהביא את היועץ להתמקד בעיקר בחשיבה על שאלות חדשות. סגנון הייעוץ עלול להפוך דומה ל"חקירה צולבת" והדבר עלול להלחיץ את הלקוח.

#### לסיכום:

**שאלות פתוחות**-שאלות פתוחות נותנות למרואיין מרחב סביר של חופש בניסוח התשובה. כלומר, הוא יכול לנסח במילותיו שלו את מה שעובר בראשו.

**שאלות סגורות** - בשאלות מסוג זה, התשובה נקבעת, במידה רבה, על ידי תוכן השאלה. לרוב, העונה נותן תשובה של אישור או הכחשה, והוא מוגבל לתשובה קצרה מאוד.

#### מתי להשתמש בשאלות פתוחות ומתי להשתמש בשאלות סגורות?

כאשר היועץ רוצה לתת ללקוח מרחב ולשמוע את דרך חשיבתו, עדיף לשאול שאלה פתוחה. אולם, כאשר היועץ רוצה לדעת משהו ספציפי, או לבחון האם הבין דבר מסוים, עדיף שישאל שאלה סגורה.

#### שאלות למה

שאלות אלו, מבחינת המבנה שלהן הן שאלות פתוחות וקורה שהן מתאימות כיוון שלעיתים קרובות יש לאנשים סיבה לשמה עשו דבר מסוים. אולם לעיתים, בעיקר בתחילת הייעוץ, מומלץ שלא להשתמש בהן, כיוון שהן עלולות ליצור בלקוח הרגשה כי הוא נאלץ לתת צידוקים למעשיו, כשלמעשה מטרת הייעוץ בשלב זה הנה לחקור את מחשבות ורגשות הלקוח. כאשר לקוח יצטרך להשיב לשאלה מסוג זה (לדוגמא, "למה יש לך בעיות?") הוא עלול להפוך מבולבל, ולכן יש לנקוט בשאלות אלו בזהירות רבה.

לטון בה נשאלת שאלה זו יש חשיבות רבה. שימוש בטון מסוים עלול ליצור משמעות כפולה: לא רק בקשת הסבר אלא גם רמיזה על ביקורתיות.

#### ניסוח מחדש של תוכן (פראפרזה)

בטכניקה זו מנסח המרואיין את דברי המרואיין באופן תמציתי במילים אחרות. לשימוש במיומנות זו מספר מטרות:

1. הלקוח כאמור מודע שמקשיבים לו. בנוסף, הוא יכול להקשיב לדבריו בפעם שנייה, ובניסוח שונה. הדבר מצריך את היועץ להיות גמיש בשימושו בשפה על מנת לתפוס את הדקויות בסיפור. חזרתיות פשוטה יכולה להישמע מגוחכת לפעמים.
2. היועץ מגלה האם הוא הבין את הלקוח בצורה נכונה. זה בעיקר יעיל כאשר סיפורו של הלקוח מסובך, או מכיל הרבה אינפורמציה.
3. המיומנות מאפשרת לבטא בצורה יותר מדויקת את מה שהלקוח התכוון לומר, ועל ידי כך לתת לו תמונה ברורה של בעיותיו. על ידי ניסוח מחדש, אנו בוחרים אלו חלקים אנו רוצים להדגיש ואלו להזניח. במונחים של למידה חברתית זה נקרא "חיזוק סלקטיבי". על היועץ להיות מודע להנחות המקדמות שלו, ולא לשלב אותן בניסוח המחודש.

על היועץ לומר את הפראפרזה בטון טנטטיבי, כך הוא נותן ללקוח אפשרות לתקן את היועץ, כאשר הוא לא פוגע במטרה.

#### שיקוף רגשות

להבדיל ממימונות הפראפרזה, העוסקת בתוכן, מיומנות השיקוף עוסקת ברגש. היועץ יכול להגיב בשתי דרכים לסיפורו של הלקוח: או להדגיש את האספקט התוכני-עובדתי, או להדגיש אספקטים רגשיים יותר. על ידי ניסוח מחדש של תוכן מנסה היועץ להבין מה הלקוח מתאר. ע"י שיקוף רגשות מנסה היועץ להבין איך הלקוח מרגיש לאורך היעוץ, או איך הוא הרגיש בסיטואציה מסוימת. כאשר היועץ משקף רגשות, הוא נמנע מלהיות שיפוטי. זהו כלי להפגנת אמפתיה, מאחר שבראש ובראשונה הוא מראה ללקוח כי רגשותיו מובנים, ומקבלים את מלוא תשומת הלב. היועץ מוכיח ללקוח כי הוא יכול להיכנס לתוך העולם החווייתי שלו. מטרה נוספת של שיקוף היא בדיקה האם השיקוף ביטא את רגשות הלקוח במדויק. חשוב לזכור שכאשר היועץ לא בטוח שהוא שיקף נכון, עליו לנקוט בטון טנטטיבי, אך כאשר הרגשות מובנים בבירור, טון מאשר יהיה מתאים יותר.

### קונקרטיזציה

מיומנות זו מסייעת ללקוח להיות מדויק ככל האפשר. נטייתם של הלקוחות להציג את הבעיה בצורה מופשטת, עלול לגרום לכך שהבעיה תישאר לא ברורה, ולכן חשוב להגיע לעומק ההצהרה של הלקוח. למשל, כאשר הלקוח אומר "שהכול לא בסדר" - למה בדיוק הוא מתכוון. מילים היכולות לרמז על עירפול: "זה", "תמיד", "הכול", "לעולם לא", או הכללות כמו "הכול לא בסדר".

באופן כללי, הקונקרטיזציה צריכה להגיע עד רמה מסוימת, אחרת תהיה גלישה של השיחה לנושאים לא רלוונטיים.

### סיכום

בסיכום מציגים הן את התוכן והן את הרגשות של דברי המרואיין, במטרה להבנות את המרואיין עד לזמן הסיכום, תוך סידור הנקודות העיקריות. תזמון הסיכום:

- כאשר היועץ חש בצורך לסכם דברים ממושכים ומבולבלים של הלקוח
  - כאשר הלקוח אומר דברים שנראים משמעותיים
  - בתחילת השיחה, על מנת לרכז את חוט המחשבה של השיחה
- אין להשתמש בסיכום כאשר הוא מפריע לסיפור הלקוח ואין להשתמש בו כאמצעי ליועץ, כאשר אין לו אומץ להמשיך.

### מחשבה בקול רם

מתרחשת כאשר המרואיין מבטא את מחשבותיו בכנות במילים. כלומר, היועץ משתף את הלקוח במחשבות ובהתלבטויות שהובילו אותו לאמירה הגלויה. לחשיפת המחשבות יכולות להיות מספר מטרות:

1. הפחתת חרדה של הלקוח בכך שהלקוח מקבל את המידע לגבי מחשבות היועץ.
2. אפקט משחרר של היועץ, ברגע שהוא נתקע וכן מאפשרת יותר שיתוף פעולה.
3. נתינת דוגמא אישית ללקוח של "חשיבה בקול" ובכך העלאת הסיכוי שגם הלקוח יחשוב בקול.
4. קידום שיתוף פעולה, ע"י חשיבה משותפת של היועץ והלקוח.

כמובן שיש להיות סלקטיביים באשר לאמירות שעשויות לקדם את היעוץ.

### מתן פרשנות

משמעות הפרשנות הפסיכולוגית היא שהיועץ מנסה למקם את האינפורמציה שהלקוח נותן לו לתוך מסגרת עבודה של תיאוריה פסיכולוגית. פרשנות הינה דרך אחרת לתאר או לסדר את המידע ע"י המראיין. רק לאחר זמן מה, האוירה הייעוצית מאפשרת מצב של מעבר הדרגתי מפרשנויות הקרובות למסגרת ההתייחסות של הלקוח לכאלה שרחוקות ממנו במידת מה, כלומר לדברים שהלקוח פחות מודע אליהם. יש להקפיד על תזמון נכון של מתן הפרשנות, וכן על אמירתה בשפה שתהיה מובנת ללקוח, כלומר בשפה יומיומית ולא במונחים תיאורטיים מופשטים.

### מיומנויות הבחנה

מיומנויות אלו הן "מתקדמות" יותר במובן שהן מפרשות את המידע שמעלה המרואיין ומסייעות לסדר אותו בדרך הנותנת היבט רחב ומובחן על הבעיה.

### אמפטיה מתקדמת מדויקת (Advanced Accurate empathy)

אמפטיה מתקדמת מדויקת היא מיומנות שמתייחסת למה שנאמר "בין השורות" ובה המראיין משקף משהו למרואיין, שהמרואיין לא היה מודע לו כלל. כלומר, היועץ לא רק מקראה הבנה על ידי שיקוף מדויק של הרגשות שבטאו על ידי הלקוח, אלא הוא גם מוצא את הטון הרגשי החצי-חבוי בסיפורו של הלקוח. ביטויים מעשיים של המיומנות עשויים להתרחש כאשר:

1. בזמן ההקשבה ללקוח היועץ יכול להשתמש בהקשר של הסיפור, בנוסף למה שהוא כבר יודע משיחות מוקדמות יותר עם הלקוח. כך, הוא יוצר קשרים בין חלקי הפאזל השונים.
2. טון הדיבור וכל דרך התבטאות של הלקוח מכילים מידע רב. בכך שהיועץ משקף את המידע הזה, הוא נותן ללקוח תובנות כלפי דברים שלא נראו בעיניו לפני כן.
3. ביצוע סיכום, ובכך מיקום הנקודות המרכזיות בסדר מסוים.

### עימות

עימות משמעו להעמיד משהו כנגד המרואיין, באופן שיוכל לקבלו. בהיבט זה, יש בכך מידה של קשיחות, שכן בדרך כלל במסגרת העימות ישנו אלמנט של חשיפת האדם האחר, והורדת המסכות מעליו. ראשית, חשוב לציין שאין הכוונה שאנשים צריכים לחיות בלי מסכות, שכן המסכות מהוות צורה חשובה וחיובית של הגנה במצבים רבים. עם זאת, קורה שאדם נתקע עם דימוי שיש לו על עצמו, או דימוי שהוא משדר לעולם על עצמו. המטרה של העימות היא להציג ללקוח זווית שונה שלו או של סביבתו, על מנת לסייע לו במצב בעייתי. חשוב להבין שיש הבדל בין תוכן העימות לבין דרך ההצגה שלו. חשוב להציג את הדברים בטון שקט, ענייני, מציע, ובעיקר מקבל. ללקוח נותר מקום לשמור על כבודו, ישנו סיכוי שהיועץ טועה, והכי חשוב זווית הראייה (החד צדדית) של הלקוח מקובלת אף היא. ישנם מספר טיעונים בעד סוג כזה של עימות. עלינו לזכור שלכל אדם יש את דרכו שלו לחשוב על עצמו ועל אחרים, על מנת להגן על כבודו כלפי עצמו ואחרים. כאשר דרך חשיבה זו נפגעת במפתיע על ידי עימות, התגובה הראשונה היא של פחד. ייתכן שהלקוח לא מודע לדימוי הלא מציאותי שיש לו על עצמו ועליו להסתגל לדימוי חדש, וייתכן גם שהוא מנסה לראות תמונה חיובית מדי. בכל מקרה, גישה רגועה ומקבלת מאפשרת ללקוח לקבל את הדברים כפי שהם. הלקוח רואה שהיועץ ממשיך לקבל אותו, שהוא מתנהג בטבעיות ושאינו מאשים אותו. מהפכה כזו בחשיבה ובעשייה של הלקוח עומדת בלבו של תהליך הייעוץ. האומץ להסתכל על חסרונות ולהודות בהם הוא במקרים רבים פריצת דרך משמעותית ונקודת התחלה לשינויים בונים.

הטון המציע נועד להקל על הלקוח להתווכח או להתנגד לעימות. היועץ הוא אנושי, וככל האדם יש לו "נקודות עוררות", ולכן ייתכן שהוא טועה לחלוטין. חשוב להיות זהירים. ייתכן שגם עבור הלקוח יהיה זה צעד חכם לא לקבל את דברי היועץ מייד, גם אם הם נכונים, במקרים מסוימים הלקוח מגן על עצמו בדרך הנכונה כאשר הוא מתנגד לדברים, גם אם הדבר עשוי להיראות ליועץ כצעד לא רציונלי. השימוש בטון רגוע וענייני עוזרים לתת ללקוח זמן. חשיבה ועיבוד של עימות גוזלים זמן, כיוון שנוספת אינפורמציה חדשה. אל לו ליועץ "לדחוף" את הדברים ללקוח כשזה אינו מקבל אותם, ואסור לו לפתוח בעימות חדש אם הוא חושד שהזווית החדשה שיש לו להציע לא תעזור ללקוח. העימות הוא כישור מורכב, שתמציתו באפקט ההלם שמרגיש הלקוח. יש גם לשים לב ל"עימות עם נקודות חוזק", ולא רק ל"עימות עם חולשות". התמונה המתקבלת מדיון בנקודות החלשות בלבד יכולה להיות עגומה למדי, ותפקיד חשוב של היועץ הוא לציין גם את הנקודות החזקות.

### שיום חיובי (rephrasing)

משמעות השיום החיובי היא להקנות הבנייה חיובית לחלקים של הבעיה שבמקור נמצאו כשליליים. המטרה היא להאיר את חלקיו "חוליים" של האדם באור חיובי. הגדרה זו היא חשובה כיוון שקל לבלבל שיום חיובי עם הדגשה של האספקטים הבריאים. כאן הכוונה היא להקנות משמעות חיובית לתלונות ולסימפטומים עצמם, ולא לציין שישנו גם צד חיובי בנוסף לצד השלילי. מאפיין נוסף של שיום חיובי הוא שניתן מניע חיובי למה שאמור להיות מקור הבעיה, למשל לראות איטיות כזהירות שלעיתים במקומה. כלומר, ההתנהגות שנשפטת בשליליות על ידי הלקוח מוצבת בהקשר אחר, תוך הנחה כי מניע חיובי עומד בבסיס ההתנהגות אותה מחשיב הלקוח לשלילית. התפקיד החשוב ביותר של כישור זה הוא שינוי הדימוי העצמי השלילי של הלקוח. כאשר הלקוח משתף פעולה עם השיום החיובי, תוצאה אפשרית של תהליך הייעוץ היא שלא בכל המקרים יצטרך הלקוח לשנות את התנהגותו, או לפחות לא בצורה קיצונית. כך, הלקוח יכול להחליט שהוא מרוצה מן המצב כפי שהוא, וכן כתוצאה של מבט יותר מובחן על הבעיה, קל יותר להחליט כיצד לפעול בנוגע אליה. תפקיד שלישי הוא שהיועץ יכול להאיר על סטנדרטים לא רצויים להתנהגות, שהנם נורמטיביים בסביבתו החברתית של הלקוח.

### מתי משתמשים בשיום חיובי?

1. כאשר הלקוח עצמו נותן הסבר שלילי להתנהגות, מחשבות או רגשות, שמוביל להחמרה של מצב בעייתו. במקרה כזה השיום מהווה תיקון.
2. כאשר הלקוח אינו יכול להסביר את הבעיה: "אני לא מבין מדוע אני אומר את הדברים האלו". במקרה כזה, ההשפעה תהיה הבנה של הלקוח את המצב שלא היה מובן לו קודם לכן. כאשר הדבר מתאפשר, רצוי שהלקוח יציע הסברים אפשריים בעצמו לפני שהיועץ מציג לו הסברים חיוביים.

### דוגמאות אישיות

בדוגמאות אישיות הכוונה היא לכך שהיועץ משתף את הלקוח בניסיונו, ובכך חושף לפניו את מה שמעסיק אותו או העסיק אותו בעבר. מכונה גם חשיפה עצמית. מטרת החשיפה העצמית:

1. היועץ מראה ללקוח שהחוויה שהוא עובר משותפת להם, ולכן הוא יכול לזהות את המצב. עוזר להפחתת המרחק ושיפור איכות הקשר.
  2. כאשר היועץ נחשף, זה מעלה את הסיכוי שגם הלקוח יבחר להיחשף.
  3. לעזור ללקוח לבטא במילים דברים שהוא לא יכול או לא מעז לבטא.
- אפשר גם לבצע חשיפה עצמית בתחילת הראיון, על מנת לתרום למטרה של השלב הראשון: בניית קשר המבוסס על אמון.
- חשוב להימנע משימוש תדיר מידי בכישור זה, שכן הוא יכול לעורר את חשדנותו של הלקוח ולהפחית מאמינות היועץ. כמו כן, זה יכול ליצור מצב בו מדברים על בעיותיו של היועץ יותר מאשר על בעיותיו של הלקוח.

### ישירות

ישירות משמעותה שישנו דיון כנה במה שקורה בכאן ועכשיו של הקשר בין הלקוח ליועץ. המטרה הראשונה היא לקדם שיתוף פעולה. במובן זה הישירות דומה ל"הבהרת המצב", אלא שכאן אנחנו עוסקים בשלב השני, של השגת תובנות, בו ההבנה עמוקה יותר. אין הגבלה לעיסוק בשיתוף פעולה ובציפיות, אלא ניתן לגעת גם במערכת היחסים בין היועץ ללקוח.

מטרה נוספת של הישירות היא לתת ללקוח מושג על התוצאות של התנהגותו. הרבה נועצים מתלוננים על היחסים הבין אישיים שלהם, ובמקרים רבים אינם מודעים להשפעה של המלים וההתנהגות שלהם על אחרים. בעזרת ההתייחסות הישירה, היועץ עוזר ללקוח ללמוד משהו חדש. על בסיס התובנה שרכש, הלקוח יכול להחליט אם הוא רוצה לשנות את התנהגותו.

עם זאת, חשוב לבטא מספר הסתייגויות. היועץ הוא אדם אחד בלבד ותגובתו להתנהגות הלקוח אינה בהכרח דומה לתגובות של אחרים. ישירות אין פירושה, כמו בחיי היום יום, הטחה בוטה של דברים, לעתים בנימה של האשמה. על היועץ להיזהר מהכללות, ולהציע את הדברים בטון טנטטיבי. יש לזכור שהישירות מכילה עימות, וייתכן שהדברים שיעלו יפחידו את הלקוח. במקרה כזה, חשוב שהיועץ יהיה תומך.

באופן כללי, יש להשתמש בישירות בשני מצבים:

1. כאשר היועץ עצמו מרגיש לא נוח עם התקדמות הראיון, ומאמין שתהיה תועלת בלדבר על רגשות אלו.
2. כאשר היועץ חושב שללקוח יש קושי לבטא דברים מסוימים.

חשוב לציין שניתן להשתמש בישירות רק לאחר שנוצר קשר של אמון. כמו חשיפה אישית, גם לישירות יש תפקיד של דוגמה אישית (modeling). הלקוח נחשף לטכניקה זו בייעוץ, ואולי יבין שגם מחוץ ליעוץ יוכל לשפר את תפקודו הבין אישי בעזרתה. עם זאת, אם הלקוח רוצה לאמץ כישור זה, יש להזהיר אותו שמערכות יחסים בחיים הרגילים הן שונות ממערכת היחסים בייעוץ.

ניתן לראות ישירות כשילוב בין חשיפה אישית ועימות, כאשר מצד אחד היועץ מדבר על רגשותיו, ומצד שני הוא גם מעמת את הלקוח עם מידע חדש. מצב זה אינו קל עבור היועץ, עליו להמנע בו זמנית מביקורתיות יתר ומניתוק יתר. ישירות היא כישור שדורש אימון. כאשר יועץ מוצא את עצמו חסר סבלנות כלפי הלקוח, אשר ללא ספק ירגיש בכך, כדאי לו לדון ברגשות אלו, במקום להבליג עליהם.

### סיכום הראיון

כאשר הזמן עומד להסתיים, יכול היועץ להתייחס לכך ולהציע לסכם את הדברים שנאמרו. דרך נוספת לסכם היא "שיחה על שיחה" – שיחה על האופן שבו הלקוח חווה את הראיון (שאלות בסגנון "מה חשבת על פגישתנו"?). מלבד התחושה הטובה שדיבור על הפגישה נותן ללקוח, הלקוח גם נוכח שביחד אפשר לדבר עם היועץ על השיחה שהם ניהלו. עם זאת, אין להשתמש בטכניקה זו בסוף כל מפגש, על מנת שלא תהיה רוויה מכך.

