

18+

Виктория Журавлева
Наталия Гангнус

Системные расстановки

*Том III:
Структурные
расстановки*

Виктория Журавлева

**Системные расстановки. Том III:
Структурные расстановки**

«Издательские решения»

Журавлева В.

Системные расстановки. Том III: Структурные расстановки /
В. Журавлева — «Издательские решения»,

Третий том посвящен структурному моделированию — формату расстановок с использованием фигурок, абстрактных объектов и маркеров. Представлено теоретическое обоснование метода, классификация объектов, пятифазный протокол и библиотека интервенций. Рассмотрены специфические сферы применения: работа с субличностями, симптомами, организациями и травмами. Включены разборы кейсов.

Содержание

Введение	6
Теоретические основы и принципы структурного моделирования	16
Объект как репрезентатор в Информационно-паттернной модели	16
Философия метода	17
Научные предпосылки	22
Сравнительный анализ с методом заместителей	28
Классификация материалов и организация рабочего пространства	36
Типы репрезентативных объектов	37
Принципы выбора набора для различных типов запросов	49
Организация пространства для структурных расстановок	73
Конец ознакомительного фрагмента.	75

Системные расстановки

Том III: Структурные расстановки

Виктория Журавлева
Наталия Гангнус

Редактор Александр Евгеньевич Капитонов

© Виктория Журавлева, 2026

© Наталия Гангнус, 2026

ISBN 978-5-0070-2692-5 (т. 3)

ISBN 978-5-0069-3425-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Метод системных расстановок на протяжении последних десятилетий демонстрирует высокую практическую эффективность в терапии, коучинге и организационном консультировании. Однако при этом он находится в состоянии глубокого методологического кризиса, поскольку не обладает общепризнанной, строгой и фальсифицируемой теоретической моделью. Этот разрыв между практической действенностью и теоретической немощностью стал главным тормозом для развития метода как полноценной научно-практической дисциплины. Устранение данного разрыва является необходимым условием для дальнейшего развития и легитимации метода.

Первый и второй тома настоящего издания были посвящены последовательному решению этой задачи — от создания теоретического фундамента до его практической реализации в групповом формате. Третий том делает следующий логический шаг, демонстрируя универсальность предложенной парадигмы через ее применение к индивидуальному формату работы с фигурами.

Основными проявлениями методологического кризиса, который призвана преодолеть наша работа, являются терминологическая нестрогость и подмена объяснительных принципов. Ключевые понятия — «поле», «заместительское восприятие», «системная динамика» — до сих пор используются как плавающие метафоры, смысл которых меняется в зависимости от школы и контекста. Это создает иллюзию понимания, но не дает операциональных определений, позволяющих строить воспроизводимые гипотезы и проводить их проверку. Профессиональная коммуникация превращается в вавилонское столпотворение, где взаимопонимание достигается вопреки, а не благодаря точности терминов. Третий том, как и второй, полностью отказывается от этой эзотерической риторики в пользу строгого языка теории сложных адаптивных систем и нейронаук.

Следствием терминологической нестрогости является интеллектуальная изоляция метода от междисциплинарного научного контекста. Попытки объяснить феномены расстановок через «морфические поля» или «коллективное бессознательное» встречают закономерный скепсис со стороны нейробиологов, социологов и специалистов по теории систем. Метод оказывается в интеллектуальном гетто, где его язык непереводим на язык современной науки, а значит, диалог и взаимное обогащение становятся невозможными. Предлагаемая в первом томе Информационно-Паттернная Модель (ИПМ) и ее практическая реализация — методология Системного Моделирования Процессов (СМП) — призваны разрушить эту изоляцию. Третий том, применяя ИПМ и СМП к новому формату работы с фигурами, доказывает их универсальность и научную состоятельность.

Для практикующего специалиста этот кризис оборачивается мучительным экзистенциальным выбором между двумя неудовлетворительными позициями. Первая позиция — слепая вера в эзотерические конструкторы («поле», «родовая душа»), которая отключает критическое мышление и делает специалиста невосприимчивым к обратной связи. Вторая позиция — чистый технократизм, когда практик использует набор техник, не понимая их глубинных механизмов, что рискует превратить работу в манипулятивный ритуал. Оба пути ведут к выгоранию и ограничивают профессиональное развитие. Второй том предложил третий путь — осознанную, технологичную работу, основанную на научной теории. Третий том расширяет этот

путь, предлагая практику инструмент, который сохраняет всю глубину системного подхода в индивидуальной работе с фигурками.

Для клиентов и заказчиков методологическая неопределенность создает зону повышенного риска. Человек, обращающийся к расстановщику в личном или корпоративном кризисе, оказывается беззащитен перед догматизмом и этическим произволом, прикрытыми завесой таинственности и авторитета. Отсутствие четких профессиональных стандартов, вытекающих из единой теории, не гарантирует ни качество помощи, ни безопасность клиента. Предлагаемая нами единая теоретическая база (ИПМ) и единый методологический протокол (СМП) создают основу для таких стандартов. Демонстрация во втором томе их эффективности в групповом формате, а в третьем томе — в индивидуальном формате работы с фигурками, является решающим аргументом в пользу их универсальности и надежности.

Изложенная выше картина кризиса показывает, что метод системных расстановок нуждается не в косметических улучшениях или очередной интерпретации, а в полной методологической модернизации. Первый и второй тома настоящего издания были посвящены именно этой задаче. Первый том создал теоретический фундамент — ИПМ. Второй том реализовал эту теорию в классическом, «золотом стандарте» групповой работы с живыми заместителями. Прежде чем перейти к задачам третьего тома, необходимо кратко изложить основные итоги первых двух томов, поскольку они составляют теоретическую и методологическую базу всего дальнейшего изложения.

Информационно-Паттернная Модель (ИПМ), предложенная в первом томе, радикально преодолевает описанный кризис. ИПМ отказывается от мистических конструктов в пользу понятий теории сложных адаптивных систем, социальной психологии, теории коммуникации и нейронаук. В рамках ИПМ системная расстановка переосмысливается как метод Системного Моделирования Процессов (СМП) — технология аудита и коррекции дисфункциональных транзакций в информационном реестре человеческих систем. Это позволяет сохранить всю феноменологическую мощь метода, придав ему строгость, ясность и способность к развитию. Третий том, применяя эту модель к работе с фигурками, доказывает, что ИПМ не привязана к конкретному типу репрезентаторов.

В рамках ИПМ любая человеческая система — семья, род, организация, внутренний мир личности — рассматривается как сложная адаптивная система. Такая система характеризуется целостностью (свойства целого не сводятся к свойствам частей), эмерджентностью (возникновение новых качеств из взаимодействия элементов) и самоорганизацией (спонтанное установление порядка без внешнего управления). Понимание этих свойств является необходимым условием для адекватной диагностики и коррекции системных дисфункций. Симптом клиента в этой парадигме понимается не как его личная проблема, а как эмерджентное свойство дисфункциональной конфигурации всей системы. В структурной расстановке на фигурках эти эмерджентные свойства проявляются через пространственную конфигурацию объектов и ощущения самого клиента.

Центральным понятием ИПМ является паттерн — устойчивая, повторяющаяся конфигурация взаимодействий, ожиданий, эмоциональных зарядов и поведенческих сценариев между элементами системы. Паттерн представляет собой элементарную единицу системной информации, которая не сводится к индивидуальной психологии отдельного человека. Он принадлежит не одному агенту, а пространству между ними, описывая характер их связей. Введение понятия паттерна позволяет ответить на ключевой методологический вопрос: на что именно

необходимо воздействовать, чтобы изменить состояние системы. Ответ: на паттерн взаимодействий, который порождает дисфункциональное эмерджентное свойство. В структурной расстановке паттерн становится видимым через расположение фигурок на столе.

Паттерны не существуют в некоем трансцендентном «поле», а хранятся в распределенном реестре системы. Реестр — это совокупность всех носителей информации, которые хранят, верифицируют и воспроизводят паттерны данной системы. Информация в реестре не сосредоточена в едином центре, а рассеяна и дублирована между множеством независимых носителей. Носители реестра делятся на биопсихосоциальные (люди) и культурно-символические (артефакты, нарративы, ритуалы). Во втором томе в качестве временных носителей-репрезентаторов выступали живые заместители. В третьем томе эту функцию выполняют фигурки, которые становятся временными «узлами» в моделируемой сети.

Функционирование реестра подчиняется трем принципам, которые были детально описаны в первом томе. Первый принцип — неизменяемость базового факта: событие, записанное в реестр, не может быть стерто, можно лишь добавить новую, корректирующую транзакцию. Второй принцип — распределенное хранение и верификация: информация хранится во множестве копий, которые постоянно сверяются. Третий принцип — консенсусное подтверждение через воспроизведение: паттерн актуален, пока его регулярно воспроизводят. Из этих принципов вытекает, что изменение системы возможно не через борьбу со старым паттерном, а через прекращение его воспроизведения и запуск нового. Структурная расстановка на фигурках позволяет сделать этот процесс наглядным и управляемым.

На основе анализа функционирования распределенного реестра в первом томе были сформулированы четыре системных закона. Эти законы описывают условия устойчивости и здорового функционирования любой сложной системы — семьи, рода, организации. Они являются не моральными предписаниями или метафизическими «порядками любви», а эмпирически выведенными системными императивами. Их нарушение ведет к дисфункциональным паттернам, симптомам и навязчивым повторам, тогда как восстановление запускает процессы самоорганизации и исцеления. Эти законы являются универсальным инструментом диагностики, применимым в любом формате работы — как в групповом с живыми заместителями, так и в индивидуальном с фигурками.

Закон Принадлежности устанавливает базовое условие целостности любой сложной системы. Любой элемент, факт или событие, оказавшие существенное влияние на формирование, развитие или текущее состояние системы, обладает неотъемлемым правом на фиксацию в ее распределенном реестре. Нарушение закона Принадлежности называется Исключением. Исключенный элемент не исчезает из реестра, а продолжает существовать как «фантомный узел» с незавершенными связями, и система бессознательно пытается заполнить эту вакансию через механизм идентификации. Во втором томе восстановление принадлежности требовало введения фигуры исключенного заместителя и его признания группой. В третьем томе эта же задача решается путем добавления на поле фигурки исключенного элемента.

Закон Иерархии утверждает, что записи в распределенном реестре образуют структуру, отражающую естественный порядок возникновения и функциональную логику системы. Нарушение закона Иерархии называется Инверсией — перестановкой порядка, когда младший или подчиненный элемент занимает место старшего или главного. В семейных системах инверсия проявляется как родификация ребенка, в организационных — как подмена формального лидерства неформальным. Системные последствия инверсии включают хроническую пере-

грузку «инвертированного» элемента и ослабление того, чье место было занято. Во втором томе коррекция инверсии требовала перепозиционирования живых заместителей. В третьем томе эта же задача решается путем перемещения фигурок на столе.

Закон Баланса регулирует динамическое равновесие входящих и исходящих транзакций между элементами системы и с внешней средой. Нарушения закона Баланса проявляются в двух основных формах: Хронический долг (когда элемент получает больше, чем отдает) и Хронический перегруз (когда элемент отдает больше, чем получает). Оба состояния ведут к энергетическому истощению, застою, чувству вины и обиде. Коррекция требует символического завершения старой транзакции и перенаправления потока вперед. Во втором томе для этого использовались ритуалы «брать-давать» с участием заместителей. В третьем томе клиент совершает эти ритуалы самостоятельно, взаимодействуя с фигурками.

Закон Интеграции является мета-законом, определяющим условие когерентности и операционной надежности реестра. Он утверждает, что для устойчивого функционирования системы все значимые факты ее истории должны быть верифицированы и включены в общую, непротиворечивую картину реестра. Нарушение закона Интеграции создает «слепые зоны» — изолированные сегменты реестра, содержащие табуированную информацию. Энергия этих «слепых зон» проявляется в виде симптомов и навязчивых повторов. Коррекция требует обнаружения и называния «слепой зоны», признания факта «как есть». Во втором томе это часто требовало введения абстрактной фигуры «тайна». В третьем томе для этого используется структурный маркер — например, фигурка, обозначающая «то, о чем нельзя говорить».

Итак, мы изложили четыре системных закона, которые описывают условия устойчивости распределенного реестра. Однако теория, какой бы стройной она ни была, остается лишь умозрительной конструкцией, если она не порождает четких, воспроизводимых правил действия. Именно поэтому в первом томе на основе ИПМ и четырех законов была разработана методология Системного Моделирования Процессов (СМП) — практический протокол, превращающий теоретические принципы в технологию работы. Во втором томе этот протокол был детализирован применительно к групповому формату с живыми заместителями. В третьем томе мы применяем тот же протокол к индивидуальному формату работы с фигурками.

Методология Системного Моделирования Процессов (СМП) представляет собой пяти-фазный протокол, который превращает интуитивное искусство расстановок в структурированную, обучаемую и контролируемую дисциплину. Ключевое отличие СМП от множества существующих школ заключается в процедурной ясности и этапности: каждая фаза решает определенную задачу в рамках общей логики работы с информационным реестром. Это устраняет главный бич современной практики — произвол и субъективизм в принятии решений ведущим. Универсальность СМП означает, что он применим к любому формату работы, и демонстрация этого факта является одной из главных задач третьего тома.

Фаза 1 — Аудит системного реестра. Это отправная точка, которая в мистических подходах часто игнорируется. В рамках СМП ведущий выступает в первую очередь как системный аналитик, собирающий максимально полные данные о системе: историю, генограмму, ключевые события, повторяющиеся сценарии, симптомы. Аудит отвечает на вопросы: какие записи в реестре, вероятно, являются наиболее заряженными? Где находятся «слепые зоны» или исключенные элементы? Результатом фазы является Предварительная Карта Системы — рабочая гипотеза, структурированный набор данных для загрузки в модель. В структурной расстановке

аудит проводится по тому же протоколу, что и в групповой, поскольку он не зависит от формата.

Фаза 2 — Развертывание динамической модели. На этом этапе абстрактные данные аудита переводятся в живую, пространственную конфигурацию. Выбирается формат работы (в данном томе — структурная расстановка на фигурках) и определяются репрезентаторы — фигурки, которые временно станут узлами моделируемой сети. Критически важный момент: задача ведущего — не «расставить систему так, как он ее чувствует», а создать нейтральные условия, чтобы клиент мог спроецировать свои внутренние образы на фигурки. Инструкции должны быть минимальными и непредвзятыми, чтобы позволить данным из реестра проявиться в модели максимально чисто. В структурной расстановке клиент сам выбирает фигурки для каждой роли и размещает их на поле.

Фаза 3 — Диагностика паттернов. Здесь происходит основное «чудо» расстановки, которое в рамках СМП получает рациональное объяснение. Ведущий переходит в режим внимательного наблюдателя и декодера, анализируя эмерджентные данные модели: дистанции между фигурками, их взаимное расположение, повороты, группировки. В отличие от групповой работы, где ведущий опрашивает заместителей об их телесных ощущениях, в структурной расстановке ведущий анализирует невербальные реакции самого клиента (колебания, скорость выбора фигурки, паузы, изменения дыхания) и задает уточняющие вопросы о его восприятии конфигурации. Диагностическая Гипотеза формулируется на основе анализа этих данных.

Фаза 4 — Коррекционная интервенция. Это сердце методологии, где ведущий переходит от наблюдения к целенаправленному действию. В отличие от интуитивных или догматичных интервенций, в СМП каждое действие должно быть прямым следствием диагностики и соответствовать системным законам. Если диагностировано Исключение — интервенция направлена на восстановление принадлежности (добавление фигурки исключенного элемента). Если выявлена Инверсия — интервенция восстанавливает иерархию (перемещение фигурок). Если обнаружен дисбаланс — проводятся ритуалы «брать-давать» с использованием фигурок-маркеров. Если есть «слепая зона» — осуществляется вербализация табуированного факта с опорой на структурный маркер. В третьем томе представлена адаптированная для работы с фигурками библиотека интервенций.

Фаза 5 — Интеграция и проверка результата. Финальная фаза, которой в мистических подходах часто не уделяется должного внимания. В СМП это критически важный этап закрепления новой транзакции в реестре. Клиент физически и эмоционально интегрирует новый паттерн, глядя на итоговую конфигурацию фигурок, вербализуя инсайты и формулируя новый паттерн. Затем формулируются конкретные шаги для интеграции в повседневную жизнь — домашние задания. Процедура завершается ритуальным «выходом» из работы, часто с использованием фотографирования итоговой расстановки фигурок. В структурном формате этот этап даже более важен, чем в групповом, поскольку клиент работал один, и ему нужен осязаемый якорь для переноса изменений в жизнь.

Теперь, когда теоретический фундамент (ИПМ) и методологический протокол (СМП) изложены, необходимо сделать еще один важный шаг. Во втором томе было дано развернутое научное обоснование феномену заместительского восприятия, которое является краеугольным камнем группового формата. Понимание этого феномена необходимо и для освоения структурного моделирования на фигурках, поскольку оно проясняет, как информация из реестра может проецироваться на нейтральный стимул — будь то живой человек или неоду-

шевленная фигурка. Без этого понимания работа с фигурками рискует остаться на уровне поверхностной манипуляции символами.

Феномен заместительского восприятия, который в мистической парадигме объяснялся «настройкой на поле», в рамках ИПМ получает рациональное объяснение, детально развернутое во втором томе. Заместитель, занимая место определенного элемента системы, временно подключается в качестве нового, чистого узла к существующей информационной сети. В структурной расстановке эту функцию берет на себя не тело живого заместителя, а рука клиента, выбирающая фигурку, и его глаз, оценивающий конфигурацию на столе. Паттерны системы проецируются на нейтральные объекты, которые становятся временными репрезентаторами.

Нейробиологические механизмы, лежащие в основе этого феномена, были подробно рассмотрены во втором томе. Система зеркальных нейронов активируется как тогда, когда человек выполняет действие, так и тогда, когда он наблюдает за выполнением этого действия другим. Теория воплощенного познания утверждает, что понимание всегда телесно, и когнитивные процессы глубоко укоренены в телесном опыте. Эти механизмы объясняют, почему клиент, расставляющий фигурки, может испытывать реальные телесные ощущения, соответствующие моделируемой системе. Он не «думает» о системе, он «чувствует» ее через свою руку, выбирающую фигурку, через свой взгляд, оценивающий дистанцию между фигурками, через свое дыхание, меняющееся в момент инсайта.

Социально-психологические механизмы, такие как проективная идентификация и невербальная коммуникация, также были рассмотрены во втором томе. В групповом формате клиент проецирует свои подавленные чувства на заместителей, которые начинают переживать их как свои собственные. В структурном формате объектом проекции становится фигурка. Клиент бессознательно наделяет ее характеристиками, чувствами, намерениями. Этот процесс является не магией, а фундаментальным свойством человеческой психики, которое проявляется в игре детей с куклами, в нашем отношении к предметам, наделенным для нас особым смыслом. Фигурка становится «достаточно хорошим» репрезентатором для проявления системной динамики.

Критически важным условием для получения чистых данных является психологическая безопасность, которая во втором томе была названа главной задачей ведущего при формировании группы. Если участники группы боятся осуждения или обесценивания, они начинают подавлять свои истинные ощущения. В структурном моделировании на фигурках эта проблема снимается самым форматом — клиент работает один, без наблюдателей. Однако возникают новые риски: клиент может начать «интеллектуализировать», додумывать, вместо того чтобы доверять своей спонтанной проекции на фигурки. Поэтому ведущий создает безопасную, принимающую атмосферу индивидуальной сессии, где любое размещение фигурок принимается как ценное данное.

Роль ведущего в рамках ИПМ, переопределенная во втором томе, полностью сохраняется и в структурном моделировании. Ведущий — не медиум, не проводник поля и не шаман, а системный аналитик и архитектор процесса. Его задача — не «чувствовать» систему за клиента, а создавать условия, в которых система может проявить себя через репрезентаторов (будь то живые заместители или фигурки), и затем квалифицированно интерпретировать проявившиеся паттерны. Это требует от ведущего особой этической дисциплины: нейтральности, отказа от моральных оценок, умения работать с гипотезами. В структурном формате эта пози-

ция даже более важна, поскольку отсутствие группы делает ведущего единственным свидетелем и интерпретатором.

Этический кодекс ведущего, детально описанный во втором томе, полностью применим и к структурному моделированию. Принципы информированного согласия, конфиденциальности, уважения автономии клиента и компетентности остаются неизменными. Принцип «не навреди» является основополагающим. Однако появляется и новая этическая задача: работа с фигурками может создавать иллюзию «легкости» и «безопасности», которая подталкивает клиента и ведущего к слишком быстрому погружению в глубокие травмы без предварительной стабилизации. Поэтому структурное моделирование на фигурках не отменяет, а, напротив, требует от ведущего еще более тщательной диагностики готовности клиента к работе.

Качество расстановочной сессии, как было показано во втором томе, на восемьдесят процентов определяется подготовительной работой. Без четкого профессионального позиционирования ведущего, без грамотно проведенного аудита, без правильно организованного пространства даже самый талантливый ведущий не сможет получить чистые, надежные данные от модели. В структурном моделировании подготовка не менее важна. Она включает не только аудит, но и подготовку набора фигурок (выбор репрезентативных объектов, соответствующих запросу), а также организацию «поля» (стола или ковра), на котором будет разворачиваться модель.

Отбор и инструктаж заместителей, детально описанные во втором томе, в структурном моделировании трансформируются в процедуру выбора и инструктажа клиента по работе с фигурками. В групповом формате ключевым критерием отбора заместителя было отсутствие сильной эмоциональной вовлеченности в тему расстановки и способность к феноменологической установке. В структурном формате клиенту объясняют, что фигурки — это не «магические предметы», а нейтральные интерфейсы для проекции его внутренних образов. Его задача — не думать и не интерпретировать, а выбирать фигурки и расставлять их на поле, руководствуясь первым импульсом, спонтанным чувством, а не логикой.

Организация пространства для структурной расстановки, в отличие от групповой, не требует большого помещения и сложного зонирования. Достаточно стола или ковра, которые станут «полем» для моделирования, и места для ведущего рядом. Однако принципы организации остаются теми же: пространство должно быть свободным от отвлекающих предметов, хорошо освещенным, чтобы клиент мог видеть все фигурки. Также важна маркировка позиций, чтобы можно было зафиксировать исходную и итоговую конфигурацию (например, с помощью фотографии). Ритуалы открытия и завершения сессии также сохраняются, но в сокращенном, индивидуальном формате.

Развертывание динамической модели в групповом формате, как было показано во втором томе, включает формулировку запроса и выбор элементов системы. В структурном моделировании эта процедура сохраняется, но становится более гибкой. Клиент сам выбирает из набора фигурок те, которые, по его ощущению, соответствуют элементам его системы. Он сам расставляет их на поле, определяя дистанции и взаимную ориентацию. Ведущий наблюдает за его действиями, фиксируя паузы, колебания, возвраты к уже поставленным фигуркам — все эти невербальные маркеры являются первичными данными, аналогом спонтанных реакций живых заместителей.

Диагностика паттернов в структурной расстановке также опирается на четыре системных закона, но имеет свою специфику. Вместо анализа телесных ощущений заместителей ведущий анализирует «чтение» структурной конфигурации фигурок: дистанции между ними (большая дистанция может указывать на Исключение), группировки (слишком тесная группа — на слияние, нарушение границ), направления («выпадающие» фигурки, отвернутые в сторону), иерархию (кто стоит в центре, кто на периферии). Клиент также вербализует свои ощущения, глядя на расстановку. Сопоставление этих данных позволяет сформулировать Диагностическую Гипотезу.

Коррекционная интервенция в структурном формате использует ту же «библиотеку интервенций», что и групповая, но адаптирует ее к работе с фигурками. Вместо введения живого заместителя в поле ведущий предлагает клиенту добавить фигурку исключенного элемента. Вместо перепозиционирования заместителей клиент перемещает фигурки. Вместо ритуалов «брать-давать» с участием заместителей клиент совершает эти ритуалы, перемещая фигурки-маркеры «долга» и «ресурса». Техника «озвучивания» позиций требует, чтобы клиент говорил от лица фигурки, произнося ключевые ресурсные фразы. Эта адаптация делает метод доступным для индивидуальной работы.

Интеграция результата в структурном формате включает фотографирование или схематизацию итоговой расстановки фигурок. Этот визуальный образ становится якорем для клиента. Клиент вербализует инсайты, формулирует новый паттерн. Домашние задания могут быть основаны на этом образе: клиенту предлагается, например, нарисовать эту новую конфигурацию, расставить фигурки на рабочем столе, чтобы они напоминали о новом порядке. Процедура завершения включает в себя символическое «снятие» энергии с фигурок (ведь они были не просто игрушками, а репрезентаторами), после чего они возвращаются в набор.

Вторая часть третьего тома, подобно второй части второго тома, представляет собой детальную протоколизацию фаз работы применительно к фигуркам. Описывается, как проводить углубленный аудит реестра в индивидуальной беседе, как организовать процесс выбора и расстановки фигурок клиентом, как «читать» конфигурацию фигурок на столе, как проводить интервенции с помощью их перемещения, добавления или удаления, а также с помощью техники «озвучивания» позиций. Представлена адаптированная библиотека интервенций для работы с фигурками. Этот раздел превращает структурное моделирование из набора интуитивных техник в четкую, воспроизводимую технологию.

Третья часть третьего тома включает разбор кейсов структурного моделирования на фигурках. Это работа с внутренними частями личности (конфликт «Внутренний критик» и «Творческое Я»), моделирование симптома болезни и его связи с системной динамикой, организационные расстановки на столе с использованием фигурок, а также предварительная работа с глубокими травмами, где групповой формат противопоказан. Это позволяет читателю не только ознакомиться с методом, но и научиться «видеть» диагностические паттерны в конфигурации объектов на столе.

В отличие от группового формата, где ведущий управляет сложной групповой динамикой, в структурном моделировании на фигурках ведущий работает в более простом, индивидуальном сеттинге. Однако это не делает метод менее мощным. Напротив, работа с фигурками открывает возможности, которые недоступны в группе: работа с глубоко интимными темами, с клиентами, не готовыми к публичному раскрытию; возможность многократно перебирать разные варианты конфигурации (метод «проб и ошибок»); работа с клиентами, имеющими про-

тивопоказания к групповой работе; дистанционная работа (по видео-связи). Это значительно расширяет инструментарий практика.

Важнейшим теоретическим выводом, который будет продемонстрирован в третьем томе, является доказательство того, что репрезентаторы системы не обязательно должны быть живыми людьми. Фигурка, выбранная клиентом, становится носителем проекции не хуже, а в некоторых случаях и лучше живого заместителя, поскольку исключает артефакты, связанные с личностью заместителя. Клиент, расставляя фигурки на столе, находится в прямом, неискаженном контакте со своей внутренней реальностью. Ему не нужно «переводить» свои ощущения через другого человека. Это делает структурное моделирование на фигурках методом выбора для работы с клиентами, имеющими высокий уровень психологических защит.

Структурное моделирование на фигурках, подобно классическому методу, полностью базируется на единой теоретической базе ИПМ и следует единому методологическому протоколу СМП. Демонстрация этого факта является главной задачей третьего тома. Читатель увидит, что логика аудита, диагностики и коррекции, детально развернутая во втором томе применительно к живым заместителям, без потери качества работает и с фигурками. Это доказывает, что эффективность системных расстановок обусловлена не мистическими свойствами «поля» или особыми способностями заместителей, а универсальными закономерностями функционирования распределенных реестров, которые могут быть смоделированы в любом формате с использованием любых репрезентаторов, в данном случае — фигурок.

Для практикующего психолога или коуча, работающего индивидуально, структурное моделирование на фигурках становится «входным билетом» в мир системной работы. Не имея возможности или желания собирать группы, он может использовать этот метод для работы с семейными и родовыми паттернами, с организационными запросами, с внутренними конфликтами личности. Это значительно расширяет его профессиональные возможности. Для расстановщика, уже владеющего групповым форматом, структурное моделирование на фигурках становится инструментом для работы в случаях, где групповой формат невозможен или нежелателен, а также для предварительной диагностики перед групповой расстановкой.

Особое внимание в третьем томе будет уделено критериям качества структурной сессии с фигурками. Как отличить глубокую системную работу от поверхностной манипуляции фигурками? Каковы признаки того, что фигурки действительно стали репрезентаторами системы, а не просто игрушками в руках клиента? Будут предложены конкретные критерии: наличие у клиента спонтанных телесных реакций (изменение дыхания, позы, мимики) при работе с фигурками, эмоциональный отклик на их конфигурацию, возникновение инсайтов, связанных с конкретным расположением. Только при соблюдении этих критериев структурная расстановка становится подлинным системным моделированием.

Типичные ошибки ведущего в структурном моделировании на фигурках также будут проанализированы. К ним относятся: навязывание клиенту своей интерпретации конфигурации фигурок, избыточная интерпретация (ведущий «додумывает» за клиента), игнорирование невербальной обратной связи клиента, «переигрывание» с фигурками (слишком много перемещений вместо того, чтобы дать клиенту прочувствовать конфигурацию), преждевременный переход к коррекции без достаточной диагностики, а также отсутствие фиксации итоговой конфигурации (фото или схемы). Понимание этих ошибок позволяет начинающему ведущему избежать их и быстрее выйти на профессиональный уровень.

Авторы выражают надежду, что третий том станет надежным практическим руководством для психологов, коучей и консультантов, которые хотят использовать мощь системного подхода в индивидуальной работе с фигурками. Систематическое освоение материала — от повторения теоретических основ ИПМ и методологии СМП к детальному протоколу структурной сессии и затем к разбору конкретных кейсов — позволит читателю не только овладеть новой техникой, но и глубже понять природу системных феноменов. Уверенное владение структурным моделированием на фигурках является важным этапом профессионального развития.

Завершая введение, необходимо подчеркнуть главную идею третьего тома: системная работа не требует обязательного наличия группы и живых заместителей. Единая теоретическая база (ИПМ) и единый методологический протокол (СМП) делают возможным эффективное моделирование и коррекцию системных паттернов с использованием фигурок. Это открывает метод для широкого круга специалистов и клиентов, делая его по-настоящему универсальным, научно обоснованным и практически доступным инструментом. Третий том представляет собой не просто описание еще одной техники, а доказательство этой универсальности и расширение границ применимости парадигмы.

Теоретические основы и принципы структурного моделирования

Объект как репрезентатор в Информационно-паттернной модели

Переход от работы с живыми заместителями к работе с фигурками требует пересмотра базового допущения, негласно присутствующего в классических расстановках: что только антропоморфный репрезентатор — живой человек — способен быть «сенсором» системной информации. В рамках Информационно-Паттернной Модели мы отказываемся от этого допущения и предлагаем иную философию: фигурка становится репрезентатором не благодаря своей «одушевленности», а благодаря способности клиента проецировать на нее свои внутренние образы и системные паттерны. Нейтральность объекта в данном случае является не недостатком, а главным преимуществом, поскольку она минимизирует искажения, неизбежно вносимые личностью живого заместителя.

Философия метода, излагаемая в первой части главы, базируется на представлении о фигурке как о «чистом интерфейсе» — пустом месте, которое клиент заполняет своим содержанием. В отличие от живого заместителя, который может бессознательно сопротивляться, интерпретировать свои ощущения или вносить в модель проекции собственной истории, фигурка полностью пассивна. Она лишь отражает то, что клиент в нее вкладывает. Это делает структурную расстановку методом выбора для работы с клиентами, имеющими высокий уровень психологических защит, а также для исследования тем, которые клиент не готов обсуждать в группе.

Научные предпосылки такого подхода укоренены в нескольких областях психологии. Психология символического мышления изучает способность человека замещать один объект другим, наделяя его свойствами отсутствующего — способность, которая формируется в раннем детстве и лежит в основе игры, творчества и культуры. Теория воплощенного познания показывает, что даже абстрактные мыслительные процессы имеют телесную основу, а значит, выбор фигурки и ее перемещение в пространстве — это не метафора, а реальный телесный акт, задействующий те же нейронные механизмы, что и реальное взаимодействие с людьми.

Феномен проекции на нейтральный стимул хорошо изучен в экспериментальной психологии, в частности, в тесте Роршаха, где испытуемый проецирует свои внутренние состояния на бесформенные чернильные пятна. Фигурка в структурной расстановке выполняет аналогичную функцию, но с одним важным отличием: она не бесформенна, а обладает определенной формой, которую клиент может выбирать в соответствии со своим внутренним образом. Выбор конкретной фигурки — размера, цвета, материала, позы — уже сам по себе является диагностической информацией, которую ведущий анализирует наравне с пространственной конфигурацией.

Сравнение структурного метода с классическим методом заместителей, завершающее главу, позволяет выделить уникальные возможности работы с фигурками. Это возможность многократного перебора различных конфигураций без утомления группы, работа с темами, которые клиент не может обсуждать публично (сексуальное насилие, криминальные события,

семейные тайны), а также предварительная диагностика перед групповой расстановкой. При этом структурный метод не отменяет, а дополняет групповой, и решение о выборе формата принимается на основе клинических показаний и запроса клиента. К изложению этих теоретических оснований мы и приступаем.

Философия метода

Классический метод системных расстановок традиционно использует в качестве репрезентаторов живых людей — заместителей, которые занимают системные позиции и сообщают о своих телесных ощущениях, эмоциях и импульсах. В основе этого подхода лежит неявное допущение, что только антропоморфный носитель — существо, обладающее телом и психикой, — способен «подключаться» к системной информации и транслировать ее. Однако это допущение, будучи перенесенным в индивидуальный формат работы с фигурками, создает ложное представление о том, что фигурка является «неполноценным» или «суррогатным» репрезентатором. Данный параграф посвящен философскому обоснованию обратного тезиса: фигурка не только не уступает живому заместителю, но в ряде аспектов превосходит его именно благодаря своей нейтральности и отсутствию антропоморфных свойств.

Отказ от антропоморфизма как обязательного условия репрезентации опирается на фундаментальное положение о символической природе человеческого сознания. Способность замещать один объект другим и наделять его свойствами отсутствующего феномена является не магическим актом, а базовой когнитивной операцией, формирующейся в онтогенезе и лежащей в основе языка, мышления и культуры. Исследования показывают, что символическая функция возникает у ребенка на втором году жизни и становится основой для всей последующей психической деятельности¹. Взрослый человек, вопреки распространенному заблуждению, не утрачивает этой способности, а напротив, пользуется ею постоянно в самых разных формах — от чтения карт до понимания художественных метафор.

В структурной расстановке клиент совершает тот же самый символический акт: он выбирает фигурку и временно «назначает» ее репрезентатором определенного элемента своей системы. Этот акт не требует от клиента веры в то, что фигурка «оживает» или «настраивается на поле». Достаточно того, что клиент способен удерживать двойственную позицию: фигурка остается фигуркой (материальным объектом) и одновременно становится репрезентатором (носителем символического значения). Эта двойственность, или «двуплановость» восприятия, хорошо известна в психологии искусства и театральной педагогике, где актер одновременно остается самим собой и играет роль.

Ключевым термином, вводимым в данном контексте, является понятие «интерфейса». В самом общем смысле интерфейс — это устройство или протокол, обеспечивающий взаимодействие между двумя системами. В применении к структурной расстановке фигурка становится интерфейсом между внутренним миром клиента (его системным реестром) и внешней пространственной моделью, доступной для наблюдения и анализа. Она не обладает собственным содержанием и не генерирует собственных данных, а лишь транслирует то, что клиент в нее проецирует. Именно эта интерфейсная функция, а не антропоморфные свойства, делает фигурку эффективным инструментом системного моделирования.

¹ Пиаже Ж. Психология интеллекта / пер. с англ. А. М. Пятигорского. — Санкт-Петербург: Питер, 2003. — 320 с.

Антропоморфизм в классических расстановках часто рассматривается как преимущество: живой заместитель может сообщить о телесных ощущениях, которые недоступны фигурке. Однако с точки зрения ИПМ, телесные ощущения заместителя — это не «голос системы», а результат сложного процесса синхронизации его нервной системы с распределенным реестром. Этот процесс, будучи мощным диагностическим инструментом в групповой работе, одновременно вносит искажения, связанные с личной историей заместителя, его текущим состоянием, усталостью, эмоциональным фоном. Фигурка, не обладая собственным телом и психикой, полностью свободна от этих искажений.

Нейтральность фигурки как репрезентатора имеет еще одно важное следствие: она позволяет клиенту работать напрямую со своей внутренней реальностью, без посредника. В групповой расстановке клиент наблюдает за тем, как заместители «чувствуют» его систему, и интерпретирует эти данные. В структурной расстановке клиент сам выбирает, расставляет и перемещает фигурки, и его собственные реакции — колебания, паузы, изменения дыхания, эмоциональные всплески — становятся первичными данными. Это делает структурную расстановку методом выбора для клиентов с высоким уровнем психологических защит, которым трудно довериться незнакомым заместителям.

Философское обоснование отказа от антропоморфизма можно найти в работах Эрнста Кассирера, который показал, что человек живет не в мире физических объектов, а в мире символов, которые он сам создает и которыми оперирует². С этой точки зрения, фигурка — не «заместитель» человека в магическом смысле, а символ, который клиент временно учреждает для обозначения определенного элемента системы. Символическое значение не присуще фигурке как таковой, а порождается актом внимания и намерения со стороны клиента. Именно этот акт, а не свойства объекта, является источником эффективности метода.

В психоаналитической традиции близкое понимание символа развивал Дональд Винникотт, введя понятие «переходного объекта». Плюшевый мишка или кусок одеяла, которым ребенок придает особое значение, не является «репрезентацией» матери в точном смысле, а находится в промежуточном пространстве между внутренним и внешним миром³. В структурной расстановке фигурка выполняет аналогичную функцию переходного объекта: она принадлежит одновременно внешнему миру (как материальный предмет) и внутреннему миру клиента (как носитель символического значения). Это промежуточное положение делает ее идеальным инструментом для работы с системной информацией.

Важно подчеркнуть, что отказ от антропоморфизма не означает отрицания значимости выбора фигурки клиентом. Напротив, сам процесс выбора — какую фигурку взять для отца, какую для матери, какую для ребенка — является богатым источником диагностической информации. Клиент может выбирать фигурки по размеру, цвету, материалу, форме, позе, и каждый из этих параметров отражает его бессознательное восприятие соответствующего элемента системы. Крупная тяжелая фигурка для отца может указывать на его доминирование, маленькая хрупкая для матери — на ее уязвимость. Фигурка не «говорит» об этом, но клиент проецирует на нее свое восприятие.

² Кассирер Э. Философия символических форм. Том 1. Язык / пер. с нем. С. А. Ромашко. — Москва: Академический проект, 2020. — 720 с.

³ Winnicott D.W. *Playing and Reality*. — London: Tavistock Publications, 1971. — 156 p.

В отличие от живого заместителя, который может сопротивляться, играть роль или бесознательно искажать информацию, фигурка абсолютно «честна» в том смысле, что она не вносит ничего от себя. Она лишь отражает то, что клиент в нее вложил. Это свойство делает структурную расстановку особенно ценной для работы с темами, которые клиент не может обсуждать открыто: семейными тайнами, сексуальным насилием, криминальными событиями, чувством вины или стыда. Клиент может молчать, но его руки, выбирающие фигурки и расставляющие их на поле, «рассказывают» то, что не может быть сказано словами.

Еще одним важным аспектом философии метода является понимание того, что фигурка не требует «настройки» или «калибровки». В групповой работе ведущий тратит время на инструктаж заместителей, объяснение феноменологической позиции, контроль за соблюдением правил. Заместители могут быть тревожными, усталыми, отвлеченными. Фигурка всегда «готова к работе» в любой момент. Это делает структурную расстановку значительно более оперативной: за одну сессию можно рассмотреть несколько вариантов конфигурации, проверить разные гипотезы, не утомляя группу. Скорость и гибкость являются одними из главных конкурентных преимуществ структурного метода.

Отказ от антропоморфизма также меняет отношение клиента к результату расстановки. В групповой работе клиент может приписывать изменения «силе поля» или «способностям ведущего», оставаясь в пассивной позиции. В работе с фигурками клиент сам является агентом изменений: он выбирает, расставляет, перемещает. Это усиливает его чувство ответственности и автономии, что критически важно для долгосрочной интеграции результата. Клиент не получает «озарение от ведущего», а сам приходит к инсайту через манипуляцию с фигурками.

В культурно-исторической психологии Льва Выготского была разработана концепция «знака» как средства, которое человек использует для управления своими психическими процессами. Выготский Л. С. показал, что высшие психические функции опосредованы знаками, которые человек создает и использует для саморегуляции⁴. В структурной расстановке фигурка выступает именно как такой знак: клиент, расставляя фигурки, внешне воплощает свою внутреннюю картину системы и получает возможность ею управлять. Фигурка становится «экзокортексом» — внешним носителем когнитивной функции.

С этой точки зрения, структурная расстановка является не «магическим ритуалом», а формой знаково-опосредованной деятельности, которая подчиняется тем же законам, что и любая другая интеллектуальная операция. Выбор фигурки — это акт категоризации, ее размещение в пространстве — акт структурирования, ее перемещение — акт преобразования. Все эти операции являются когнитивными, а не оккультными. Понимание этого снимает с метода налет таинственности и делает его доступным для научного изучения и преподавания.

Для практической работы с фигурками важно различать два уровня: уровень материального объекта и уровень символического значения. Клиент должен уметь удерживать оба уровня одновременно, не впадая ни в «магическое мышление» (фигурка — это и есть тот человек), ни в редукцию (фигурка — просто кусок пластика). Оптимальная феноменологическая установка — «фигурка представляет собой X, но не является X». Эта установка аналогична той, которую актер удерживает по отношению к своей роли: он играет короля, но остается самим собой. Инструктаж клиента перед расстановкой должен включать разъяснение этой двойственной позиции.

⁴ Выготский Л. С. Мышление и речь. — Москва: Лабиринт, 1999. — 352 с.

В психодраме Якоба Морено, одного из предшественников системных расстановок, широко использовались «вспомогательные Я» — участники группы, которые играли роли отсутствующих людей. Морено также использовал предметы как репрезентаторы — стулья, подушки, куклы — для работы в индивидуальном формате⁵. Опыт психодрамы показывает, что предметы могут быть не менее эффективными репрезентаторами, чем живые люди, особенно при работе с глубоко личным материалом. Структурное моделирование наследует и развивает эту традицию.

Важным различием между психодрамой и структурной расстановкой является роль ведущего. В психодраме ведущий-директор активно режиссирует сцены, предлагает реплики, управляет процессом. В структурной расстановке ведущий занимает более нейтральную, аналитическую позицию: он создает условия для проекции, наблюдает, задает уточняющие вопросы, но не «режиссирует» расстановку. Фигурки расставляет клиент, и только клиент решает, когда и куда их перемещать. Задача ведущего — помочь клиенту «прочитать» то, что уже проявилось в конфигурации, а не навязывать свою интерпретацию.

Нейтральность фигурки как интерфейса имеет еще одно важное следствие: она позволяет многократно «переигрывать» одну и ту же ситуацию без утомления участников. В группе заместители устают, теряют концентрацию, начинают играть роль или, наоборот, «залипают» в ней. Фигурки не устают. Клиент может переставлять их десять, двадцать, пятьдесят раз, пробуя разные конфигурации, пока не найдет ту, которая вызывает внутренний отклик. Это делает структурную расстановку идеальным инструментом для работы со сложными, многокомпонентными системами, требующими последовательного рассмотрения множества переменных.

В работах Юрия Лотмана, основателя тартуско-московской семиотической школы, было показано, что любая культурная система имеет «семиотический интерфейс» — набор средств, с помощью которых внешний мир переводится на внутренний язык системы⁶. В применении к структурной расстановке фигурка является таким семиотическим интерфейсом: она переводит внутреннюю репрезентацию системы (паттерны, эмоциональные заряды, ролевые ожидания) во внешнюю, пространственную форму. Клиент, работая с фигурками, по сути, «переводит» свою систему с внутреннего языка на язык пространственных отношений.

Этот «перевод» имеет и обратную сторону: новая, скорректированная пространственная конфигурация «переводится» обратно во внутренний реестр клиента, изменяя его системную карту. Именно этот двойной перевод — от внутреннего к внешнему и от внешнего к внутреннему — и составляет механизм терапевтического действия структурной расстановки. Клиент не просто «понимает» свою систему интеллектуально, он буквально «переписывает» ее через манипуляцию с фигурками.

Философия отказа от антропоморфизма имеет также важное этическое измерение. В эзотерических подходах часто постулируется, что расстановщик должен обладать особыми «сенситивными» способностями, «открытостью полю» и т. п. Это создает иерархию между «одаренными» и «неодаренными» практиками и закрывает доступ к методу для широкого круга специалистов. Работа с фигурками не требует никаких особых способностей — только знания

⁵ Морено Я. Л. Психодрама / пер. с англ. Г. Пимочкиной. — Москва: Апрель Пресс, 2001. — 528 с.

⁶ Лотман Ю. М. Семиосфера. — Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. — 704 с.

методологии и умения следовать протоколу. Это демократизирует метод, делая его доступным для любого психолога или коуча, прошедшего соответствующее обучение.

В психологии гештальта, разработанной Фредериком Перлзом, широко использовалась техника «пустого стула»: клиент представляет, что на пустом стуле сидит значимый для него человек, и обращается к нему. Перлз Ф. С. показал, что для эффективной психотерапевтической работы не требуется реальное присутствие другого человека — достаточно его символической репрезентации⁷. Фигурка в структурной расстановке выполняет функцию, аналогичную «пустому стулу»: она создает опору для проекции и позволяет клиенту вступить в символический диалог с отсутствующим элементом системы.

Технически работа с фигурками организована как последовательность выборов и размещений. Клиент выбирает фигурку для каждой системной позиции, затем размещает их на поле, определяя дистанции и взаимную ориентацию. Каждый из этих выборов является проективным актом, который может быть проанализирован ведущим. Замедленный, «зависающий» выбор фигурки для определенной роли может указывать на амбивалентность или сопротивление. Быстрый, уверенный выбор — на ясность восприятия. Возврат к уже выбранной фигурке и ее замена — на уточнение образа. Фигурка, поставленная спиной к другим, может указывать на Исключение.

В отличие от живого заместителя, который может сообщить: «Я чувствую холод», фигурка сама по себе ничего не сообщает. Но клиент, глядя на фигурку, может сказать: «Мне кажется, ей здесь холодно». Это «мне кажется» — не недостаток метода, а его важнейшая особенность. Клиент не отчуждает свои ощущения на заместителя, а остается в контакте с ними, но при этом получает возможность смотреть на них со стороны, через фигурку. Это создает оптимальную дистанцию для рефлексии: клиент одновременно вовлечен (он чувствует) и отстранен (он смотрит на фигурку).

Философия метода тесно связана с пониманием природы бессознательного. В классическом психоанализе бессознательное содержимое может быть проявлено через свободные ассоциации, сновидения, оговорки. Юнг К. Г. предложил метод активного воображения, в котором пациент сознательно вступает в диалог с образами своего бессознательного⁸. Структурная расстановка является одной из форм такого активного воображения: фигурки становятся внешними репрезентаторами бессознательных образов, с которыми клиент может вступать в диалог, перемещая их и озвучивая их «слова».

Важно подчеркнуть, что фигурка не является «репрезентацией» в точном смысле этого слова, если под репрезентацией понимать точное, изоморфное отображение. Клиент может выбрать для отца большую фигурку, но это не означает, что отец в реальности большой — это означает, что в восприятии клиента отец занимает «большое место». Фигурка репрезентирует не объективную реальность, а субъективную реальность клиента, его внутренний образ системы. Именно с этой субъективной реальностью, а не с «объективным полем», мы и работаем в структурной расстановке. Коррекция паттерна происходит на уровне реестра клиента, а не на уровне внешних фактов.

⁷ Перлз Ф. С. Гештальт-терапия дословно / пер. с англ. В. В. Желнинова. — Москва: Институт общегуманитарных исследований, 2018. — 320 с.

⁸ Юнг К. Г. Активное воображение / пер. с нем. А. А. Спектора. — Москва: АСТ, 2019. — 256 с.

В работах Михаила Бахтина по философии языка было введено понятие «диалогических отношений». Бахтин М. М. показал, что любое высказывание обращено к Другому и предполагает ответ⁹. В структурной расстановке клиент вступает в диалогические отношения с фигурками: он обращается к ним, перемещает их, ожидает от них «ответа» — в виде изменения своего внутреннего состояния. Фигурка не отвечает, но перемещение фигурки или изменение ее конфигурации становится актом, который клиент переживает как ответ системы. Это переживание, даже если оно кажется «иррациональным», имеет огромную терапевтическую ценность.

Работа с фигурками создает особое «игровое пространство», в котором клиент может экспериментировать с разными вариантами системной конфигурации без риска для реальных отношений. Можно поставить фигурку отца лицом к фигурке матери, а потом отвернуть, и посмотреть, что изменится в ощущениях. Можно добавить фигурку исключенного ребенка и посмотреть, как на это отреагируют другие фигурки (через ощущения клиента). Можно убрать фигурку болезни и наблюдать, освобождается ли место для ресурса. Это пространство экспериментирования является уникальным преимуществом структурного метода перед групповым.

Завершая изложение философии метода, необходимо подчеркнуть, что отказ от антропоморфизма не означает отказа от уважения к системной информации. Напротив, он означает перенос источника информации с внешнего «поля» (где она якобы находится) на внутренний реестр клиента (где она действительно хранится). Клиент не «подключается к полю» через фигурки, а проецирует свой собственный реестр на нейтральные объекты. Это не делает информацию менее ценной — напротив, это делает ее более доступной для сознательной проработки, поскольку клиент остается в контакте со своими ощущениями и не отчуждает их на заместителя.

Фигурка как нейтральный интерфейс между внутренним и внешним миром позволяет клиенту совершить то, что в культурно-исторической психологии называется «экстериоризацией» — вынесением внутреннего содержания во внешнюю форму. Когда клиент расставляет фигурки, его внутренняя картина системы становится видимой, осязаемой, доступной для анализа и преобразования. Это превращает системную расстановку из интуитивного процесса в осознанную интеллектуальную операцию, что соответствует общей тенденции современной психологии к де мистификации и научному обоснованию практических методов.

Научные предпосылки

Структурное моделирование с использованием фигурок опирается на три фундаментальные области научного знания, которые в совокупности объясняют механизмы его эффективности. Первая область — психология символического мышления, изучающая способность человека замещать одни объекты другими в процессе мышления и коммуникации. Вторая область — теория воплощенного познания, которая утверждает, что даже абстрактные мыслительные процессы имеют телесную, сенсомоторную основу. Третья область — экспериментальные исследования феномена проекции на нейтральные стимулы, наиболее известным примером которых является тест Роршаха¹⁰. Рассмотрим каждое из этих направлений последовательно.

⁹ Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. — Москва: Художественная литература, 1972. — 470 с.

¹⁰ Rorschach H. Psychodiagnosics: A Diagnostic Test Based on Perception / translated by P. Lemkau and B. Kronenberg. — Bern: Hans Huber, 1921. — 280 p.

Способность к символическому замещению формируется в раннем онтогенезе и становится фундаментом для развития языка, культуры и самосознания. Исследования показывают, что ребенок начинает использовать один объект для обозначения другого в возрасте около восемнадцати месяцев¹¹. Эта способность не исчезает с возрастом, а трансформируется в более сложные формы знаковой деятельности. Взрослый человек постоянно пользуется символическим мышлением — от чтения географических карт до понимания художественных метафор. Структурная расстановка активирует именно эту врожденную, универсальную способность человеческой психики.

В культурно-исторической психологии было показано, что высшие психические функции опосредованы знаками, которые человек создает для управления собственным поведением¹². Знак, в отличие от орудия труда, направлен не на преобразование внешнего мира, а на преобразование внутреннего, психического мира. Фигурка в структурной расстановке выполняет функцию такого знака-посредника. Клиент, расставляя фигурки, выносит во внешний план свою внутреннюю картину системы и получает возможность ею управлять. Это превращает стихийный, неосознаваемый паттерн в объект сознательной регуляции.

Теория воплощенного познания, развиваемая в современной когнитивной науке, утверждает, что мышление не является чисто абстрактным, а глубоко укоренено в телесном опыте. Согласно этому подходу, даже самые отвлеченные понятия понимаются через метафоры, основанные на физических действиях и пространственных отношениях. Исследования показывают, что активация моторной коры происходит не только при реальном движении, но и при мысленном представлении движения. Это имеет прямое отношение к структурной расстановке: выбор фигурки, ее перемещение, изменение ее ориентации — это реальные телесные действия, которые активируют соответствующие нейронные сети.

Когда клиент берет фигурку в руку, его тактильные, проприоцептивные и моторные системы активируются. Этот телесный опыт не является нейтральным фоном, а активно участвует в процессе познания и принятия решений. Именно поэтому клиент часто говорит: «Эта фигурка тяжелая для отца» или «Эту фигурку приятно держать, она для дочери». Ощущение веса, фактуры, температуры материала становится источником информации о системной позиции. Рука клиента как бы «считывает» информацию, которая затем интерпретируется как свойство представляемой фигуры. Это явление получает естественнонаучное объяснение в рамках теории воплощенного познания.

В экспериментальной психологии хорошо изучен феномен проекции — бессознательного наделяния нейтральных стимулов собственными качествами, желаниями и конфликтами. Классическим инструментом исследования проекции является тест Роршаха, в котором испытуемого просят интерпретировать бесформенные чернильные пятна. В ответах испытуемого отражаются не столько свойства самого пятна, сколько его внутренний мир, включая неосознаваемые конфликты и установки¹³. Фигурка в структурной расстановке выполняет функцию, аналогичную чернильному пятну в тесте Роршаха.

¹¹ Пиаже Ж. Психология интеллекта / пер. с англ. А. М. Пятигорского. — Санкт-Петербург: Питер, 2003. — 320 с.

¹² Выготский Л. С. Мышление и речь. — Москва: Лабиринт, 1999. — 352 с.

¹³ Rorschach H. Psychodiagnostics: A Diagnostic Test Based on Perception / translated by P. Lemkau and B. Kronenberg. — Bern: Hans Huber, 1921. — 280 p.

Однако между тестом Роршаха и структурной расстановкой есть важное различие, которое необходимо отметить. В тесте Роршаха стимул является максимально неструктурированным, что позволяет проявиться глубинным, ранним слоям психики, включая психотическую симптоматику. В структурной расстановке фигурки, напротив, обладают определенной формой, размером, цветом, материалом, что структурирует проекцию и направляет ее в русло системных ролей. Клиент не просто проецирует свое бессознательное на аморфное пятно, а выбирает из набора фигурок те, которые наилучшим образом соответствуют его внутренним образам отца, матери, ребенка и других элементов системы. Сам процесс выбора уже является диагностическим актом.

Феномен проекции на нейтральные стимулы широко используется не только в психодиагностике, но и в различных психотерапевтических подходах. В песочной терапии, разработанной Маргарет Ловенфельд и развитой Дорой Калфф, клиент создает композиции из миниатюрных фигурок в специальном подносе с песком. Калфф Д. показала, что этот процесс позволяет клиенту проецировать свой внутренний мир на внешнюю, обозримую форму и вступать с ним в диалог, что запускает естественные процессы самоисцеления психики¹⁴. Структурная расстановка наследует и развивает эту традицию.

Теория воплощенного познания имеет еще один важный аспект, значимый для обоснования структурного метода — понимание эмоций как телесных состояний. В работах Антонио Дамасио, одного из ведущих исследователей в этой области, показано, что эмоции являются неотъемлемой частью когнитивных процессов и имеют телесную основу. Дамасио ввел понятие «соматических маркеров» — телесных ощущений (изменение сердечного ритма, дыхания, мышечного тонуса), которые направляют принятие решений, часто минуя сознание¹⁵. В структурной расстановке клиент, глядя на фигурку или изменяя ее положение, может испытывать такой соматический маркер.

Когда клиент сообщает: «Когда я поставил фигурку отца лицом к фигурке матери, у меня перехватило дыхание», — он описывает именно соматический маркер. Это телесное ощущение является прямым, неискаженным данным из его системного реестра. Ведущий опрашивает клиента об этих телесных реакциях, используя ту же феноменологическую установку, что и в групповой расстановке при опросе заместителей. Разница лишь в том, что «сенсором» здесь выступает не специально обученный заместитель, а сам клиент. Это делает процесс более прямым и менее зависимым от внешних факторов.

Психология символического мышления дает понимание того, почему клиент может «озвучивать» фигурку, говорить от ее имени в ходе структурной расстановки. Когда клиент берет фигурку и произносит: «Я — отец, и я злюсь», он совершает символический акт, аналогичный тому, который совершает ребенок в ролевой игре. В ролевой игре ребенок не верит, что он на самом деле является тем персонажем, которого изображает, но временно допускает эту условность. Клиент сохраняет двойственное сознание: фигурка остается фигуркой и одновременно становится репрезентатором. Эта двойственность является нормальным, здоровым состоянием сознания.

В работах Льва Выготского было показано, что игра является ведущей деятельностью дошкольного возраста, в которой формируются важнейшие психологические новообразова-

¹⁴ Kalf D. Sandplay: A Psychotherapeutic Approach to the Psyche. — Santa Monica: Sigo Press, 1980. — 180 p.

¹⁵ Damasio A. Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain. — New York: Putnam, 1994. — 336 p.

ния, включая способность к децентрации и воображению¹⁶. Взрослый человек не утрачивает этой способности, она лишь переходит в более сложные, свернутые формы. Структурная расстановка, подобно игре, разворачивает эту способность во внешнем плане, делая ее доступной для наблюдения и коррекции. Клиент временно возвращается в «игровое» состояние сознания, что снижает психологические защиты и позволяет системной информации проявиться свободнее.

Символическое мышление тесно связано с работой правого полушария мозга, которое отвечает за целостное, образное восприятие мира. Исследования показывают, что при поражениях правого полушария страдает способность понимать метафоры, юмор, переносные смыслы. В то же время работа с символами активирует правополушарные структуры, которые менее подвержены контролю со стороны логического, левополушарного мышления. Это объясняет, почему в структурной расстановке клиент часто сообщает о неожиданных инсайтах, которые не следовали из его логических рассуждений. Символическая природа фигурок «обходит» цензуру сознания.

Феномен проекции, лежащий в основе теста Роршаха и других проективных методик, является универсальным механизмом психики. Проекция — это процесс, посредством которого внутренние, часто неосознаваемые содержания психики приписываются внешним объектам. В повседневной жизни проекция проявляется в том, что мы «видим» в других людях те качества, которые не хотим признавать в себе. В структурной расстановке проекция становится не помехой, а рабочим инструментом: клиент проецирует на фигурки свои внутренние образы системы. Фигурка, будучи нейтральной, не сопротивляется проекции и не искажает ее.

В классическом психоанализе проекция рассматривалась как защитный механизм, искажающий восприятие реальности. Однако в более поздних подходах, особенно в объектных отношениях и аналитической психологии, проекция стала пониматься не только как защита, но и как способ познания. Проецируя на фигурку, клиент не искажает реальность, а делает видимой свою внутреннюю реальность, которая до этого была неосознаваемой. В этом смысле структурная расстановка является методом «легализации» проекции, превращения ее из неосознаваемого искажающего фактора в осознаваемый и контролируемый инструмент.

Теория воплощенного познания имеет важное следствие для понимания роли пространства в структурной расстановке. Поскольку мышление укоренено в теле, а тело существует в пространстве, то пространственные отношения (дистанция, ориентация, взаимное расположение) не являются нейтральными, а несут смысловую нагрузку. Клиент, расставляя фигурки, бессознательно кодирует в пространственных отношениях информацию о своих системных паттернах. Большая дистанция между фигурками может означать разрыв связи, маленькая — слияние, одна фигурка отвернута от другой — отказ от контакта. Пространство становится языком, на котором система «говорит» с ведущим.

Исследования в области нейроэстетики показывают, что восприятие симметрии, пропорций, баланса активирует определенные нейронные сети, связанные с чувством удовольствия и безопасности. Нарушение симметрии и баланса, напротив, активирует сети, связанные с тревогой и дискомфортом. В структурной расстановке клиент, глядя на конфигурацию фигурок, может испытывать чувство «правильности» или «неправильности» расположения, не будучи в состоянии объяснить причину. Это чувство является результатом работы бессознательных

¹⁶ Вygотский Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте. — Москва: Просвещение, 1967. — 240 с.

механизмов оценки пространственных конфигураций. Ведущий использует эти переживания как диагностические данные.

В работах Курта Левина, основателя теории поля в психологии, было показано, что поведение человека является функцией от его «жизненного пространства» — совокупности психологически значимых объектов и отношений между ними. Левин К. подчеркивал, что жизненное пространство имеет топологические свойства: близость, удаленность, включенность, границы¹⁷. Структурная расстановка на фигурках представляет собой материализацию жизненного пространства клиента, где фигурки обозначают значимые объекты, а дистанции и взаимное расположение — отношения между ними.

Феномен проекции на нейтральные стимулы изучался не только в контексте теста Роршаха, но и в других проективных методиках: тематическом апперцептивном тесте (ТАТ), тесте «Дом-Дерево-Человек», методике «Несуществующее животное». Во всех этих методиках испытуемому предлагается интерпретировать неструктурированный или слабоструктурированный стимульный материал. Общим для всех проективных методик является допущение, что испытуемый «вкладывает» в стимул свое содержание. Структурная расстановка может быть понята как проективная методика особого рода, где стимулом является не одно пятно или картинка, а целый набор фигурок, которые клиент активно выбирает и организует в пространстве.

В отличие от стандартизированных проективных методик, структурная расстановка не имеет нормативных данных и не предназначена для психологической диагностики в узком смысле этого слова. Она не дает «диагноза» клиенту, а позволяет исследовать системную динамику. Однако понимание проективных механизмов, лежащих в основе теста Роршаха, критически важно для ведущего структурной расстановки. Ведущий должен понимать, что ответы клиента (выбор фигурки, ее размещение, комментарии) являются проекцией его внутреннего мира, а не объективным описанием внешней реальности. Это понимание удерживает ведущего от соблазна «интерпретировать» конфигурацию как прямое отображение фактов.

Символическое мышление, воплощенное познание и проекция на нейтральный стимул — три кита, на которых стоит научное обоснование структурного моделирования. Каждая из этих областей дает свой ответ на вопрос «почему это работает?». Психология символического мышления объясняет, как человек может наделять один объект свойствами другого. Теория воплощенного познания объясняет, почему телесные ощущения и пространственные отношения несут информацию о системе. Феномен проекции объясняет, как бессознательное содержание становится доступным для наблюдения через взаимодействие с нейтральными объектами. В совокупности эти три области создают непротиворечивую научную картину.

Важно подчеркнуть, что эти научные предпосылки не являются альтернативой, а дополняют друг друга. Символическое мышление дает «инструмент» (способность замещения), воплощенное познание дает «канал» (телесные ощущения и пространственное кодирование), а проекция дает «содержание» (бессознательные паттерны, которые проецируются). Только в совокупности эти три механизма обеспечивают эффективность структурной расстановки. Изъятие любого из них разрушает объяснительную модель. Клиент может уметь символически замещать (играть в куклы), но если его тело не резонирует, а проекция не происходит, расстановка останется поверхностной игрой.

¹⁷ Lewin K. Principles of Topological Psychology. — New York: McGraw-Hill, 1936. — 240 p.

Для практической работы ведущего понимание этих научных предпосылок имеет прямое значение. Зная, что символическое мышление универсально, ведущий может уверенно работать с любым клиентом, не требуя от него особой «сенситивности». Зная, что телесные ощущения являются носителями информации, ведущий фокусируется на невербальных реакциях клиента и задает вопросы о телесных ощущениях. Зная, что фигурка является проективным стимулом, ведущий воздерживается от интерпретации выбора клиента, а исследует его. Теоретическое знание превращается в технологические принципы.

Теория воплощенного познания имеет еще одно важное приложение к структурной расстановке: понимание метафоры как не просто риторической фигуры, а когнитивного механизма. Джордж Лакофф и Марк Джонсон показали, что человеческое мышление в значительной степени метафорично, и базовые метафоры имеют телесное происхождение. Например, метафора «счастливый — это верх» основана на опыте распрямления тела в радости и сгорбаливания в горе. В структурной расстановке клиент может поставить фигурку «счастья» выше других, и это будет не просто иллюстрацией, а воплощенным мышлением. Физическое пространство становится носителем метафорического смысла.

В работах Марка Джонсона, одного из основателей теории воплощенного познания, показано, что значение не является абстрактной сущностью, а возникает из телесного опыта взаимодействия с миром¹⁸. Это имеет прямое отношение к структурной расстановке: значение, которое клиент придает фигурке (например, «эта фигурка — мой отец»), не является произвольным ярлыком, а укоренено в телесном опыте клиента. Выбор фигурки определенного размера, цвета, материала не случаен — он отражает телесный опыт отношений с отцом. Ведущий, понимая это, может задавать вопросы: «Какой ощущается эта фигурка в руке?», «Что напоминает этот материал?».

Исследования в области детской психологии показывают, что игра с фигурками является естественной формой деятельности, в которой дети прорабатывают свои эмоциональные конфликты и осваивают социальные роли. Взрослые, как правило, утрачивают спонтанность в игре, но способность к символическому замещению сохраняется. Структурная расстановка предлагает взрослому клиенту «легальную», структурированную форму возвращения к игровой деятельности. Это снижает тревогу и защитное напряжение, позволяя системной информации проявиться. Именно поэтому клиенты часто отмечают, что работа с фигурками ощущается «легче», чем вербальная терапия, хотя и затрагивает глубокие слои.

Феномен проекции изучался не только в клинической психологии, но и в социальной психологии, в частности, в исследованиях аттракции и межличностного восприятия. Было показано, что люди склонны приписывать незнакомцам те черты, которые характерны для них самих (так называемый «эффект проекции»). Этот эффект тем сильнее, чем более неструктурированной является ситуация. В структурной расстановке ситуация максимально структурирована (фигурки, поле, инструкции), но внутри этой структуры остается пространство для проекции. Задача ведущего — не устранить проекцию (это невозможно), а сделать ее осознаваемой и использовать в терапевтических целях.

¹⁸ Johnson M. *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*. — Chicago: University of Chicago Press, 1987. — 272 p.

Таким образом, три рассмотренные области научного знания — психология символического мышления, теория воплощенного познания и феномен проекции на нейтральный стимул — создают прочный фундамент для обоснования структурного моделирования. Эти области не являются изолированными, а пересекаются и взаимодополняют друг друга. Символическое мышление дает возможность замещения, воплощенное познание связывает мышление с телом и пространством, а проекция обеспечивает перенос содержания на нейтральный объект. Вместе они объясняют, почему фигурка может стать эффективным репрезентатором системной информации, и это объяснение не требует апелляции к мистическим конструктам.

Сравнительный анализ с методом заместителей

Классический метод системных расстановок с использованием живых заместителей в группе имеет неоспоримые преимущества, которые были подробно описаны во втором томе. Однако любой метод, каким бы эффективным он ни был, имеет свои ограничения, и их осознание является признаком профессиональной зрелости. Структурное моделирование на фигурках не противопоставляется методу заместителей, а дополняет его, предлагая решения для тех ситуаций, где групповой формат невозможен или нежелателен. Данный параграф посвящен сравнительному анализу двух форматов, выделению ограничений метода заместителей и уникальных возможностей, которые открывает работа с фигурками. Такой анализ позволит практикующему специалисту осознанно выбирать формат работы в зависимости от запроса клиента и клинической ситуации.

Главным ограничением классического метода заместителей является его групповая природа. Для проведения расстановки необходимо собрать группу участников, готовых выступать в роли заместителей, что требует временных и организационных затрат: нужно найти помещение, согласовать время, обеспечить достаточное количество участников. Для практикующего психолога, работающего индивидуально в кабинете, это создает серьезные барьеры, которые часто делают невозможным использование метода в принципе. Структурное моделирование на фигурках полностью снимает эту проблему: для работы нужны только ведущий, клиент и набор фигурок, а сессия может быть проведена в обычном кабинете в любое удобное время. Это открывает метод для широкого круга специалистов, которые не имеют возможности или желания собирать расстановочные группы.

Не менее существенным ограничением группового формата является необходимость для клиента раскрывать личную информацию перед незнакомыми людьми. Многие клиенты испытывают стыд, страх или смущение, рассказывая о семейных тайнах, сексуальном насилии, криминальных событиях, психических заболеваниях родственников в присутствии посторонних. Даже в атмосфере доверия и безопасности, которая создается в расстановочной группе, некоторые темы остаются под запретом, и клиент либо умалчивает важную информацию, либо вовсе отказывается от расстановки. Структурное моделирование позволяет работать с самыми интимными и социально запретными темами в конфиденциальной обстановке индивидуальной сессии, где клиент может рассказать ведущему то, что никогда не рассказывал бы группе.

Феномен «заместительского восприятия», который является центральным механизмом групповой расстановки, одновременно является и ее ограничением. Живой заместитель, каким бы «чистым» он ни был после тщательного инструктажа, остается человеком со своей биографией, характером, текущим эмоциональным состоянием. Даже при самых благоприятных условиях заместитель может бессознательно привносить в расстановку элементы своей личной истории — неосознанные проекции, симпатии или антипатии к другим участникам, усталость,

тревогу, отвлекающие факторы. Фигурка, будучи неодушевленным объектом, полностью свободна от этих искажений: она не устает, не тревожится, не имеет личных симпатий и антипатий, не привносит в расстановку ничего от себя.

Эффект присутствия группы также накладывает свой отпечаток на процесс классической расстановки. Даже если участники соблюдают молчание и ведут себя корректно, их присутствие влияет на клиента, который может бессознательно подстраиваться под ожидания группы, испытывать социальную тревогу, стесняться проявлять сильные эмоции, бояться осуждения или насмешек. Некоторые клиенты настолько чувствительны к взглядам других, что не могут расслабиться и погрузиться в процесс, оставаясь в напряжении на протяжении всей сессии. В структурной расстановке клиент находится в безопасном, приватном пространстве один на один с ведущим, где никто не смотрит, не оценивает и не ждет определенной реакции, что позволяет ему быть более спонтанным и открытым.

Временные рамки групповой работы также создают определенные ограничения, которые не всегда очевидны на первый взгляд. В группе обычно проводится одна-две расстановки за сессию, и каждая расстановка занимает фиксированное время, как правило, от полутора до двух часов. Если в процессе возникает необходимость вернуться к предыдущей конфигурации или проверить альтернативную гипотезу, сделать это бывает сложно, так как группа устает и теряет фокус внимания, а клиент чувствует давление временных рамок. В структурной расстановке клиент может перебирать разные варианты конфигурации столько раз, сколько необходимо для достижения внутренней ясности, и эта многовариантность является уникальной возможностью структурного метода, недоступной в групповом формате.

Еще одним ограничением метода заместителей является сложность работы с абстрактными сущностями, которые часто требуются в расстановках, особенно организационных и ресурсных. Для введения в расстановку фигуры «судьба», «болезнь», «успех», «деньги», «справедливость» требуется живой заместитель, который должен представлять эту абстракцию, и заместители часто испытывают трудности, не зная, «как чувствовать себя судьбой» или «как стоять на месте справедливости». Фигурка или структурный маркер (например, специально обозначенная фигурка или лист бумаги с надписью) справляется с этой задачей гораздо легче — абстрактная сущность не требует от фигурки «переживаний», она просто присутствует в конфигурации, и клиент сам наделяет ее значением через свое восприятие и отношение к ней.

Проблема усталости заместителей также является серьезным ограничением классического метода, особенно при работе со сложными, многофигурными системами. Живые люди не могут сохранять феноменологическую установку бесконечно долго: через час-полтора концентрация внимания неизбежно падает, ощущения притупляются, заместители начинают отвлекаться, перешептываться, терять связь с представляемой ролью. Фигурки не знают усталости — сложная расстановка с двадцатью фигурами может длиться ровно столько, сколько требуется клиенту для достижения разрешающего образа, без потери качества восприятия конфигурации. Это особенно важно при работе с многопоколенными родовыми системами.

Необходимость специального обучения заместителей создает дополнительный барьер для использования классического метода. Не каждый человек может быть хорошим заместителем: от него требуется способность к феноменологической установке, умение не интерпретировать свои ощущения, психологическая устойчивость, готовность находиться в интенсивном эмоциональном поле чужой системы. Это требует времени и практики, а также отсеивает

многих потенциальных участников. В структурной расстановке никакого специального обучения клиента не требуется — способность к символическому замещению, как было показано в предыдущем параграфе, является универсальным свойством человеческой психики, и любой клиент способен выбрать фигурку и поставить ее на поле.

В некоторых подходах постулируется, что не каждый человек может быть заместителем, а только обладающий определенными качествами. Это создает иерархию между подготовленными и неподготовленными участниками. В структурном моделировании проблема «чувствительности» просто не существует — фигурке не нужно быть чувствительной, вся «чувствительность» принадлежит клиенту, который проецирует свое содержание на нейтральные объекты. Это демократизирует метод: работать с фигурками может любой психолог, обучившийся протоколу, и любой клиент, обратившийся за помощью.

Сложность документирования и анализа расстановок с живыми заместителями также создает определенные трудности, особенно для исследовательской работы и супервизии. Расстановка длится в реальном времени, и зафиксировать ее для последующего анализа можно только с помощью видеозаписи, просмотр которой занимает столько же времени, сколько сама расстановка. В структурной расстановке финальная конфигурация может быть сфотографирована или зарисована в виде схемы за несколько секунд. Кроме того, клиент может сам сфотографировать расстановку на телефон и унести с собой как визуальный якорь, что делает фотографию мостом между сессией и повседневной жизнью.

Еще одним важным ограничением группового формата является необходимость физического присутствия всех участников в одном помещении. Это делает невозможной дистанционную работу с клиентами, находящимися в других городах или странах, а также создает проблемы для клиентов с ограниченной мобильностью. Структурное моделирование может проводиться онлайн: клиент располагает фигурки на столе перед веб-камерой, а ведущий видит конфигурацию на экране и управляет процессом. Это открывает доступ к методу для клиентов из любой точки мира и делает его доступным для тех, кто не может присутствовать на очных сессиях.

Психологическая безопасность клиента в групповом формате, несмотря на все усилия ведущего, никогда не может быть гарантирована на сто процентов. Другие участники могут непреднамеренно нарушить конфиденциальность, могут проявить неуместное любопытство, могут вызвать у клиента чувство стыда или неловкости. В структурной расстановке риск нарушения конфиденциальности отсутствует — клиент работает только с ведущим, и вся информация остается в кабинете. Это особенно важно для клиентов, чья профессиональная деятельность или социальное положение делают публичное раскрытие личной информации нежелательным или опасным.

Работа с фигурками позволяет клиенту сохранять большую степень контроля над процессом, что повышает его чувство безопасности и автономии. В групповой расстановке клиент часто находится в пассивной позиции наблюдателя, в то время как ведущий управляет заместителями и процессом. В структурной расстановке клиент сам выбирает фигурки, сам их расставляет, сам решает, когда и куда их перемещать. Это снижает тревогу клиентов, которые боятся потерять контроль над ситуацией, и повышает их готовность к исследовательской работе. Клиент не получает «озарение от ведущего», а сам приходит к инсайту через манипуляцию с фигурками.

Структурное моделирование позволяет работать с темами, которые в групповом формате были бы слишком травматичными для других участников. Например, тема сексуального насилия, жестокого убийства, военных преступлений может быть настолько тяжелой, что ее присутствие в расстановке травмирует заместителей или наблюдателей. В индивидуальной работе с фигурками эта проблема отсутствует — клиент и ведущий остаются единственными носителями тяжелого материала, и никто другой от него не страдает. Это делает структурное моделирование методом выбора для работы с тяжелой травмой.

Многовариантность структурного метода позволяет клиенту экспериментировать с разными сценариями без риска для реальных отношений. В групповой расстановке изменение конфигурации требует перемещения живых людей, что может быть неловко или затруднительно. В работе с фигурками клиент может поставить фигурку отца лицом к фигурке матери, потом отвернуть, потом убрать, потом вернуть — и каждый раз наблюдать за изменением своих внутренних ощущений. Это пространство экспериментирования является уникальным преимуществом структурного метода, позволяющим клиенту «примерить» разные варианты системной конфигурации без обязательства что-либо менять в реальной жизни.

Быстрота структурной расстановки является еще одним ее преимуществом. В то время как групповая расстановка занимает полтора-два часа, структурная расстановка на фигурках может быть проведена за сорок-шестьдесят минут. Это позволяет встраивать метод в обычный рабочий график психолога или коуча, не выделяя специального времени для групповой сессии. Кроме того, за одну индивидуальную сессию можно провести несколько коротких расстановок на разные темы, что особенно ценно при работе с клиентами, находящимися в процессе принятия сложных решений.

Структурное моделирование может использоваться как предварительный этап перед групповой расстановкой. Клиент может сначала «проиграть» свою ситуацию с фигурками, сформулировать запрос, выявить ключевые фигуры, и только затем выносить этот материал в группу. Это повышает эффективность групповой работы, сокращает время на аудит и развертывание модели. Более того, структурная расстановка может помочь клиенту преодолеть страх перед групповой работой: увидев, как работают фигурки, клиент понимает логику метода и чувствует себя увереннее в группе.

Экономическая доступность структурного метода также является его важным преимуществом. Групповая расстановка требует аренды помещения, организации группы, привлечения участников — все это стоит денег, которые в итоге ложатся на клиента. Структурная расстановка требует только набора фигурок, который может быть изготовлен из подручных материалов или приобретен за небольшую цену. Это делает метод доступным для клиентов с любым уровнем дохода и для специалистов, начинающих свою практику.

Для ведущего структурное моделирование менее энергозатратно, чем ведение групповой расстановки. В группе ведущий должен управлять динамикой нескольких заместителей, отслеживать невербальные сигналы, контролировать групповые процессы, поддерживать атмосферу безопасности — все это требует высокой концентрации и эмоциональных ресурсов. В индивидуальной работе с фигурками ведущий взаимодействует только с клиентом, что значительно снижает когнитивную и эмоциональную нагрузку. Это позволяет проводить больше сессий в день без потери качества и снижает риск профессионального выгорания.

Структурное моделирование позволяет работать с клиентами, имеющими противопоказания к групповой работе. К ним относятся клиенты с тяжелой травмой, клиенты в остром горе, клиенты с пограничным расстройством личности в фазе декомпенсации, клиенты, не способные переносить присутствие других людей. Для этих категорий клиентов групповая расстановка может быть не только бесполезна, но и опасна, вызывая ретравматизацию или ухудшение состояния. Структурное моделирование предлагает щадящую альтернативу, позволяющую получить доступ к системной информации без дополнительных рисков.

Возможность многократного использования одной и той же расстановки является уникальной особенностью структурного метода. Клиент может вернуться к уже сделанной расстановке через неделю, месяц или год, чтобы оценить, изменилась ли конфигурация его системы. Фигурки можно расставить заново в том же порядке, и клиент увидит, какие изменения произошли в его восприятии. В групповом формате повторить ту же расстановку с теми же заместителями практически невозможно из-за естественной текучести состава группы и изменений в состоянии заместителей.

Структурное моделирование может быть интегрировано в другие терапевтические и коучинговые подходы. Психолог, работающий в когнитивно-поведенческой парадигме, может использовать фигурки для визуализации когнитивных схем. Коуч может использовать их для расстановки приоритетов и целей. Семейный терапевт может использовать их для работы с семейной структурой. Метод не требует от специалиста полной переквалификации, а органично встраивается в его существующую практику как дополнительный инструмент.

Для клиента работа с фигурками часто оказывается более понятной и менее пугающей, чем групповая расстановка. Многие клиенты, слыша о системных расстановках, представляют что-то мистическое и пугающее. Когда им предлагают просто расставить фигурки на столе, тревога снижается. Это позволяет использовать структурное моделирование как «входной билет» в системную работу: клиент пробует метод в безопасном, контролируемом формате, и если ему откликается, может в дальнейшем перейти к групповым расстановкам.

В работе с детьми и подростками структурное моделирование имеет явные преимущества перед групповым форматом. Дети часто стесняются посторонних, боятся насмешек, не могут долго удерживать внимание. Фигурки для них — естественная, привычная среда, ведь они с детства играют в куклы и солдатиков. Расстановка с фигурками воспринимается ребенком как игра, а не как терапия, что снижает сопротивление и позволяет получить доступ к его внутреннему миру. Ведущий может использовать специальные детские наборы фигурок — животных, сказочных персонажей, машинки.

Для клиентов с высоким уровнем интеллектуализации, склонных к анализу и вербализации, групповая расстановка может быть затруднительна. Такие клиенты часто «застревают в голове», не могут довериться телесным ощущениям, пытаются контролировать процесс. В структурной расстановке интеллектуализация может быть перенаправлена в продуктивное русло: клиент может анализировать конфигурацию фигурок, сравнивать варианты, выстраивать логические цепочки. При этом телесные ощущения все равно возникают и могут быть замечены, даже если клиент их не вербализует.

Важным преимуществом структурного моделирования является возможность работы с клиентами, имеющими нарушения слуха или речи. В групповой расстановке коммуникация с заместителями и ведущим требует вербального обмена, что создает барьеры для таких клиен-

тов. В работе с фигурками коммуникация может быть построена через жесты, мимику, письменные заметки, а также через саму конфигурацию фигурок. Клиент может «рассказать» свою историю, расставляя фигурки, не произнося ни слова. Это делает метод доступным для клиентов с разными особенностями здоровья.

Структурное моделирование позволяет работать с клиентами, находящимися в кризисных состояниях, когда групповая расстановка противопоказана из-за нестабильности эмоционального состояния. В таких случаях клиенту необходима максимально безопасная, предсказуемая среда, где он может в любой момент остановиться. Индивидуальная работа с фигурками предоставляет такую среду: клиент контролирует темп и глубину погружения, может прервать сессию при первых признаках дискомфорта. Это особенно важно при работе с суицидальными клиентами или клиентами в остром горе.

В организационном консультировании структурное моделирование на фигурках имеет свои уникальные преимущества. Для проведения организационной расстановки с заместителями требуется собирать группу сотрудников, что может быть политически сложно в компании. Руководитель может провести расстановку на фигурках самостоятельно в кабинете, обозначив фигурками отделы, ключевых сотрудников, конкурентов, рынок. Это позволяет быстро протестировать гипотезы об организационной динамике без вовлечения персонала. При необходимости полученные инсайты могут быть затем проверены в полной организационной расстановке.

Структурное моделирование позволяет работать с клиентами, которые по тем или иным причинам не могут или не хотят участвовать в групповой работе. К таким клиентам относятся люди с социальной фобией, люди с аутистическими чертами, люди с травмой публичного выступления, люди с высоким уровнем тревожности. Для них групповая расстановка может быть невозможна или крайне дискомфортна. Фигурки предлагают альтернативный путь доступа к системной информации, не требующий преодоления социального страха. Это расширяет охват метода и делает его доступным для более широкого круга клиентов.

Сравнительный анализ двух форматов показывает, что метод заместителей и структурное моделирование не конкурируют, а дополняют друг друга. Групповая расстановка незаменима при работе с родовыми системами, где требуется «живой» отклик нескольких заместителей. Она также предпочтительна для клиентов, которые хотят получить опыт принадлежности к группе и поддержки свидетелей. Структурное моделирование является методом выбора для индивидуальной работы, работы с деликатными темами, предварительной диагностики, работы с клиентами, имеющими противопоказания к групповому формату.

Выбор формата определяется не «лучшестью» одного метода над другим, а конкретной клинической ситуацией и запросом клиента. Профессиональный системный модельер должен владеть обоими форматами и осознанно выбирать между ними. В некоторых случаях оптимальной является комбинация форматов: сначала структурная расстановка для формулировки запроса и предварительной диагностики, затем групповая расстановка для глубинной проработки. Такой интегративный подход позволяет использовать сильные стороны каждого метода и компенсировать их ограничения.

Для начинающего специалиста структурное моделирование часто является более доступной точкой входа в профессию, чем ведение групп. Не имея возможности собирать группы и управлять групповой динамикой, психолог может начать практиковать системный подход с

фигурками в индивидуальном кабинете. По мере накопления опыта и уверенности он может расширять свою практику, включая групповые форматы. Таким образом, структурное моделирование выполняет не только самостоятельную функцию, но и функцию «трамплина» в профессиональном развитии системного модельера.

Важно подчеркнуть, что ограничения метода заместителей не являются его недостатками в оценочном смысле. Каждый метод имеет свою область оптимального применения, и выход за эти границы приводит к снижению эффективности. Групповая расстановка блестяще работает там, где требуется распределенная верификация информации и живой отклик нескольких сенсоров. Структурное моделирование блестяще работает там, где требуется конфиденциальность, скорость, многовариантность и индивидуальный подход. Осознание границ применимости каждого формата является признаком профессиональной компетентности.

Подводя итоги главы, фигурка может быть полноценным репрезентатором системной информации не вопреки своей неодушевленности, а благодаря ей. Нейтральность объекта минимизирует искажения, неизбежно вносимые личностью живого заместителя — его биографией, эмоциональным состоянием, усталостью и бессознательными проекциями. Отказ от антропоморфной логики позволяет рассматривать фигурку как чистый интерфейс между внутренним реестром клиента и внешней пространственной моделью. Эффективность метода определяется не особыми свойствами фигурок, а точностью соблюдения протокола и глубиной понимания механизмов проекции. Философия метода задает базовую рамку для всей последующей технологии структурного моделирования.

Универсальная способность человека к символическому замещению, доказанная в психологии развития исследованиями Пиаже и Выготского, делает метод доступным для любого клиента без специальной подготовки. Теория воплощенного познания объясняет, почему выбор фигурки по весу, размеру и фактуре, а также ее расположение в пространстве несут диагностическую информацию, а не являются случайными действиями. Феномен проекции на нейтральный стимул, изученный в тесте Роршаха, позволяет понять, как клиент бессознательно переносит на фигурку содержание своего внутреннего мира. В совокупности эти три области научного знания создают непротиворечивое объяснение того, почему структурное моделирование работает. Научное обоснование снимает с метода ореол таинственности и делает его доступным для воспроизводимого обучения.

Телесные ощущения, возникающие при выборе, расстановке и перемещении фигурок, являются прямым, неискаженным доступом к данным распределенного реестра клиента. В отличие от групповой расстановки, где информация передается через заместителя и может искажаться его личностью, в структурном моделировании клиент работает напрямую со своей системой. Он не нуждается в переводчике, а его рука, выбирающая фигурку, и глаз, оценивающий конфигурацию, становятся единственными каналами получения данных. Это делает структурную расстановку методом выбора для клиентов с высоким уровнем психологических защит. Прямой доступ к реестру также снижает риск искажений, связанных с групповой динамикой.

Сравнение двух форматов показывает не превосходство одного над другим, а их взаимодополнение и наличие четких критериев выбора. Групповой метод с живыми заместителями является золотым стандартом для распределенной верификации информации и незаменим при работе с родовыми системами, где требуется отклик нескольких независимых сенсоров. Структурное моделирование на фигурках становится методом выбора для индивидуальной работы

в кабинете, для работы с конфиденциальными темами, которые клиент не может обсуждать в группе, а также для ситуаций, когда групповая расстановка противопоказана. Выбор формата определяется не личными предпочтениями ведущего, а клинической ситуацией и запросом клиента.

Теоретические положения данной главы создают научный фундамент для практической технологии структурного моделирования. Без понимания того, почему фигурка может быть репрезентатором, работа с ней остается поверхностной манипуляцией, не имеющей теоретического обоснования. С пониманием этих механизмов структурная расстановка превращается в точный, воспроизводимый инструмент системной диагностики и коррекции. Изложенные принципы будут положены в основу всех последующих глав, где детально описывается технология проведения структурной сессии. Переход от теории к практике становится логическим продолжением единой методологии Системного Моделирования Процессов.

Классификация материалов и организация рабочего пространства

Качество структурной расстановки напрямую зависит от того, насколько правильно подобран набор объектов, с которыми работает клиент. Если фигурки слишком однотипны, клиент не сможет найти репрезентатора, соответствующего его внутреннему образу того или иного элемента системы. Если фигурки чрезмерно детализированы, они начинают навязывать клиенту чуждые значения, ограничивая свободу проекции. Задача ведущего — сформировать такой набор, который одновременно разнообразен и нейтрален, предоставляя клиенту возможность выбора, но не диктуя этот выбор. Решение этой задачи невозможно без четкого понимания того, какие типы объектов существуют и для каких целей каждый из них предназначен.

Не менее важным является и организация пространства, в котором разворачивается расстановка. Поле для размещения фигурок задает границы моделируемой системы и отделяет ее от обычной реальности, создавая рабочий контекст, аналогичный выделению зоны расстановки в групповом формате. Хаотичная, неструктурированная поверхность будет отвлекать клиента, мешать его погружению в процесс и снижать качество проекции. Четко организованное, нейтральное поле, напротив, способствует феноменологической установке и позволяет клиенту сосредоточиться на своих телесных ощущениях. Пренебрежение правилами организации рабочего пространства сводит на нет все преимущества структурного метода.

Все репрезентативные объекты делятся на три типа, различающихся по степени антропоморфности и, соответственно, по сферам применения. Антропоморфные фигурки, имеющие человеческую форму, используются для репрезентации членов семьи, сотрудников организаций и других элементов системы, обладающих в восприятии клиента человеческим обликом. Абстрактные объекты — камни, ракушки, деревянные бруски, природные материалы — применяются для работы с чувствами, симптомами, ресурсами, то есть с сущностями, не имеющими и не требующими человеческой формы. Структурные маркеры в виде листов бумаги или карточек служат для обозначения ролей, понятий и границ, а также для введения фигур, для которых нет подходящего объекта в наборе.

Выбор конкретного набора для сессии не может быть универсальным — он определяется типом запроса и спецификой моделируемой системы. Семейная расстановка требует прежде всего разнообразных антропоморфных фигурок, различающихся по размеру, возрасту, полу и общей «атмосфере», которую клиент сможет интерпретировать. Работа с психосоматическим симптомом, напротив, требует набора абстрактных объектов разной формы, фактуры и веса, на которые клиент сможет проецировать свои телесные ощущения. Универсальный набор, пригодный для большинства запросов, должен включать все три категории объектов, но при этом оставаться компактным и удобным для использования на стандартном рабочем столе.

Поле для расстановки требует столь же внимательного подхода, как и подбор фигурок. Поверхность должна быть ровной и достаточно просторной, чтобы вместить все предполагаемые объекты с возможностью их перемещения. Цвет и фактура поля не должны отвлекать клиента или навязывать ему дополнительные смыслы — оптимальным является однотонный нейтральный фон. Граница поля должна быть четко обозначена, чтобы клиент и ведущий могли различать пространство моделируемой системы и окружающее пространство обычной реальности. Соблюдение этих простых, но обязательных правил создает условия, в которых проекция клиента на фигурки может проявиться максимально чисто и свободно.

Типы репрезентативных объектов

Выбор типа репрезентативного объекта в структурной расстановке определяется не вкусом ведущего или клиента, а природой того элемента системы, который подлежит репрезентации. Человек, член семьи, сотрудник организации — это сущность, имеющая целостный образ, включающий пол, возраст, статус, характер и эмоциональное состояние. Чувство, симптом, ресурс — это сущность, не имеющая человеческой формы и требующая иного способа репрезентации, который не навязывал бы ей чуждых ассоциаций. Роль, понятие, граница — это сущность, которая может быть точно обозначена только словом, поскольку ее форма определяется исключительно контекстом и договоренностью. Использование неподходящего типа объекта искажает проекцию клиента и затрудняет диагностику, поскольку клиент вынужден бороться с несоответствием между формой объекта и внутренним образом репрезентируемого элемента.

Деление репрезентативных объектов на три типа — антропоморфные фигурки, абстрактные объекты и структурные маркеры — является функциональным, то есть каждый тип оптимален для репрезентации определенного класса элементов системы. Антропоморфные фигурки оптимальны для людей, поскольку их форма уже содержит базовое значение «человек», что позволяет клиенту не тратить когнитивные ресурсы на удержание этой условности. Абстрактные объекты оптимальны для чувств и симптомов, поскольку отсутствие формы не навязывает клиенту дополнительных значений, оставляя его свободным для проекции любых качеств. Структурные маркеры оптимальны для ролей и понятий, поскольку слово позволяет точно обозначить любой элемент, не требуя подбора подходящей фигурки.

Выбор клиентом типа объекта для того или иного элемента системы сам по себе является диагностической информацией, которую ведущий должен фиксировать. Если клиент для репрезентации отца выбирает не антропоморфную фигурку, а абстрактный объект, это может указывать на деперсонализацию отца — восприятие его не как личности, а как функции или источника определенных переживаний. Если клиент для репрезентации страха выбирает антропоморфную фигурку, это может указывать на персонификацию страха — восприятие его как «кого-то», кто его преследует, как отдельного агента. Ведущий не должен интерпретировать эти выборы как диагноз, но может использовать их как повод для уточняющих вопросов в фазе диагностики.

Набор репрезентативных объектов должен быть сбалансирован таким образом, чтобы клиент имел возможность свободного выбора между типами. Преобладание в наборе антропоморфных фигурок при почти полном отсутствии абстрактных объектов будет вынуждать клиента использовать фигурки для репрезентации чувств и симптомов, что искажает проекцию. Обратная ситуация — преобладание абстрактных объектов при недостатке антропоморфных фигурок — затруднит репрезентацию людей, особенно в сложных семейных расстановках. Структурные маркеры должны быть в наличии в достаточном количестве, поскольку их легко изготовить прямо во время сессии, и они не требуют предварительного подбора.

Понимание соответствия между типом объекта и природой репрезентируемого элемента является необходимым условием для осознанного формирования набора и для анализа выборов клиента. Ведущий, не владеющий этой классификацией, будет собирать набор случайным образом или ориентируясь только на эстетические предпочтения, что приведет к снижению качества проекции. В следующих разделах каждый тип объектов рассматривается детально:

какие свойства объектов работают на репрезентацию, какие нюансы следует учитывать при формировании набора и какие ошибки наиболее часто совершают начинающие ведущие.

Антропоморфные фигурки

Антропоморфные фигурки предназначены для репрезентации людей в семейных и организационных системах. Они используются, когда клиент моделирует свою семью, род, организацию, круг значимых людей, а также когда он репрезентирует внутренние субличности — например, «Внутренний критик» или «Внутренний ребенок», если они воспринимаются клиентом как персонифицированные образы. Основное преимущество антропоморфных фигурок перед другими типами объектов заключается в том, что их форма уже содержит базовое значение «человек», что позволяет клиенту не тратить когнитивные ресурсы на удержание этой условности. Клиент может сразу сосредоточиться на более тонких нюансах — какой именно человек, как он выглядит, какую позу занимает, каков его размер относительно других.

Размер фигурки работает на репрезентацию значимости, доминирования, статуса или власти репрезентируемого человека в восприятии клиента. Крупная фигурка, выбранная для отца, может означать, что в восприятии клиента отец занимает большое место в его жизни, доминирует, его мнение значимо. Маленькая фигурка для матери может означать, что мать воспринимается как слабая, уязвимая, нуждающаяся в защите, или что ее влияние незначительно. Фигурки одинакового размера для родителей — что клиент воспринимает их как равных. Ведущий должен иметь в наборе фигурки нескольких размеров — от очень маленьких (2—3 см) до крупных (10—15 см), чтобы у клиента была возможность выбора.

Материал фигурки работает на репрезентацию качества отношений или характера репрезентируемого человека. Деревянные фигурки, теплые на ощупь, с живой текстурой дерева, естественно ассоциируются с теплыми, естественными, «живыми» отношениями. Металлические фигурки, холодные и твердые, ассоциируются с формальными, холодными, жесткими отношениями или с человеком, обладающим твердым, негибким характером. Пластиковые фигурки воспринимаются как нейтральные, но при этом менее «престижные», что может быть выбрано для репрезентации человека, которого клиент обесценивает. Клиент, выбирая фигурку из разных материалов, бессознательно проецирует на материал свои представления о репрезентируемом человеке.

Поза фигурки работает на репрезентацию активности или пассивности, открытости или закрытости, доминирования или подчинения репрезентируемого человека. Фигурка, стоящая прямо с опущенными руками, воспринимается как нейтральная и подходит для большинства репрезентаций. Фигурка с поднятыми руками может быть выбрана для репрезентации агрессивного, доминирующего или экспрессивного человека. Сидящая фигурка — для репрезентации пассивного, уставшего, депрессивного человека или человека, находящегося в позиции ожидания. Фигурка с опущенной головой — для репрезентации человека, испытывающего стыд, вину или подавленность. В наборе должны быть фигурки в разных позах, чтобы клиент мог выбирать.

Пол фигурки является очевидным, но важным параметром. Фигурки должны однозначно восприниматься как мужские, женские или нейтральные. Мужские фигурки могут отличаться более широкими плечами, более массивной нижней частью, отсутствием груди. Женские — более узкими плечами, более выраженной грудью и бедрами, более плавными линиями. Нейтральные фигурки полезны для репрезентации детей (чья половая принадлежность еще не

выражена), для репрезентации людей, чей пол клиент не хочет или не может обозначить, а также для работы с небинарными гендерными идентичностями. Наличие всех трех вариантов расширяет возможности клиента.

Возраст фигурки — еще один параметр, который может быть передан через размер, пропорции и детализацию. Младенцы и маленькие дети репрезентируются очень маленькими фигурками (1—3 см), часто с непропорционально большой головой. Подростки — фигурками среднего размера, но с более изящными, «незрелыми» пропорциями. Взрослые — фигурками с нормальными пропорциями. Пожилые люди — фигурками с согнутой спиной, с опорой на палку или просто более мелкими, «сжатыми» фигурками. Не обязательно иметь фигурки для каждого возраста, достаточно иметь несколько фигурок, которые могут интерпретироваться клиентом как соответствующие разному возрасту.

Цвет фигурки работает на репрезентацию эмоциональной окраски отношений или характера человека, хотя его значение часто ускользает от сознательного контроля клиента. Светлые, теплые тона (бежевый, светло-коричневый, желтоватый, цвет дерева) обычно выбираются для «хороших», любимых, принимаемых фигур. Темные, холодные тона (черный, темно-серый, темно-синий, темно-коричневый) — для «плохих», отвергаемых, пугающих фигур. Красные или розовые фигурки могут выбираться для эмоционально заряженных фигур, связанных с гневом или страстью. Отсутствие цвета (прозрачные, белые или неокрашенные фигурки) может указывать на эмоциональную нейтральность или на «невидимость» человека в системе.

Степень детализации антропоморфных фигурок требует баланса. Слишком детализированные фигурки — с проработанными чертами лица, элементами одежды, аксессуарами — могут навязывать клиенту чуждые значения, ограничивая его проекцию. Фигурка в форме полицейского будет трудна для репрезентации отца, не имеющего отношения к полиции. Слишком схематичные фигурки — в виде простых цилиндров с намеченной головой — могут не давать достаточной опоры для проекции, и клиент будет испытывать трудности с различением ролей. Оптимальной считается умеренная детализация: фигурка узнаваема как человек, но не привязана к конкретной профессии или социальному статусу.

Количество антропоморфных фигурок в наборе должно быть достаточным для репрезентации всех значимых людей в системе клиента. Для стандартной семейной расстановки требуется минимум 5—7 фигурок: сам клиент, партнер, дети, родители. Для более сложных расстановок, включающих несколько поколений, братьев и сестер, бывших партнеров, может потребоваться 15—20 фигурок. Рекомендуется иметь в наборе не менее 15 антропоморфных фигурок разного размера, пола и возраста. Избыточное количество фигурок (более 30) может затруднять выбор клиента, поэтому важно соблюдать баланс.

В организационных расстановках антропоморфные фигурки используются для репрезентации руководителей, сотрудников, основателей компании и других значимых персон. Здесь важно не только различие по размеру, но и по «статусности» фигурок — более массивные, устойчивые фигурки из дорогих материалов (дерево, металл) могут восприниматься как соответствующие высокому статусу. Унификация фигурок для сотрудников одного уровня иерархии может быть полезной, если ведущий хочет подчеркнуть их формальное равенство. Однако если клиент сам выбирает разные фигурки для формально равных позиций, это становится диагностической информацией о неформальной иерархии.

В работе с внутренними субличностями антропоморфные фигурки используются, когда клиент воспринимает свои внутренние части как отдельные личности. «Внутренний критик» может быть репрезентирован крупной, строгой, темной фигуркой. «Внутренний ребенок» — маленькой, светлой, уязвимой фигуркой. «Творческое Я» — яркой, нестандартной фигуркой, возможно, с динамичной позой. Выбор клиентом антропоморфной фигурки для репрезентации внутренней субличности уже сам по себе диагностически значим: он указывает на степень персонификации этой субличности, на то, что клиент воспринимает ее как отдельного «агента» со своей волей и характером.

Антропоморфные фигурки могут использоваться и для репрезентации отсутствующих или умерших людей. В этом случае клиент может выбирать фигурку того же размера, что и при жизни человека, или, наоборот, меньшего размера, если воспринимает умершего как «ушедшего» и менее значимого. Прозрачные или белые фигурки могут специально использоваться для репрезентации умерших, чтобы подчеркнуть их особый статус. Некоторые ведущие предпочитают маркировать умерших специальными знаками — например, переворачивать фигурку или класть ее на бок. Важно, чтобы способ маркировки был согласован с клиентом и не навязывался ведущим.

Типичная ошибка начинающих ведущих — использование антропоморфных фигурок для репрезентации чувств, симптомов и ресурсов. Клиент, пытаясь репрезентировать свой страх с помощью фигурки человека, будет бессознательно придавать этому страху человеческие черты — видеть в нем «кого-то», кто его преследует, с кем можно договориться. Это может быть полезно в некоторых случаях, но в большинстве ситуаций искажает природу симптома. Страх не является отдельной личностью, и его репрезентация как личности может вести к ложным диагностическим выводам.

Другая ошибка — недостаточное разнообразие антропоморфных фигурок в наборе. Если все фигурки одинакового размера, клиент не сможет выразить различия в значимости, статусе, возрасте репрезентируемых людей. Если все фигурки одного пола, клиент не сможет репрезентировать людей другого пола. Если все фигурки в нейтральных позах, клиент не сможет выразить активность или пассивность, агрессию или уязвимость. Набор должен быть максимально разнообразным по размеру, полу, возрасту, позе и материалу, чтобы клиент имел свободу выбора.

Третья ошибка — избыточная детализация фигурок, навязывающая клиенту чуждые значения. Фигурки в форме врача, полицейского, солдата, священника могут быть полезны, если клиент работает с этими конкретными ролями. Но если они составляют основу набора, клиент будет вынужден либо использовать их не по назначению, либо искать в них сходство с репрезентируемыми людьми, что отвлекает от проекции. Базовый набор должен состоять из нейтральных фигурок без явной профессиональной или статусной атрибуции.

Четвертая ошибка — отсутствие в наборе фигурок для детей и младенцев. Клиент, работающий с семейной системой, часто нуждается в репрезентации детей разного возраста — от новорожденных до подростков. Если в наборе нет маленьких фигурок, клиент будет использовать взрослые фигурки для детей, что искажает восприятие возрастной иерархии. Маленькие дети должны репрезентироваться маленькими фигурками, чтобы подчеркнуть их уязвимость, зависимость и подчиненное положение в семейной иерархии.

Пятая ошибка — игнорирование тактильных свойств фигурок. Клиент берет фигурки в руки, ощупывает их, и эти тактильные ощущения становятся частью проекции. Гладкая, скользкая фигурка может восприниматься как ускользающий, ненадежный человек. Шершавая, с заусенцами — как раздражающий, «царапающий». Холодная металлическая — как холодный, отстраненный. Теплая деревянная — как теплый, близкий. Ведущий должен сам знать тактильные свойства своих фигурок и учитывать их при анализе выборов клиента.

Абстрактные объекты

Абстрактные объекты предназначены для репрезентации чувств, симптомов, ресурсов, ценностей, состояний и любых других нематериальных сущностей, не имеющих человеческой формы. Они используются, когда клиент работает с тревогой, страхом, гневом, печалью, виной, стыдом, а также с физическими симптомами — болью, усталостью, напряжением, онемением, головокружением. Ресурсами, репрезентируемыми абстрактными объектами, могут быть здоровье, силы, спокойствие, уверенность, вдохновение, поддержка, защита, любовь. Основное преимущество абстрактных объектов — отсутствие антропоморфной формы, что не навязывает клиенту чуждых ассоциаций и оставляет его свободным для проекции любых качеств.

Почему абстрактный объект лучше антропоморфной фигурки для репрезентации чувства? Потому что чувство не имеет ног, рук, головы, не может стоять, сидеть, поворачиваться. Попытка репрезентировать страх с помощью фигурки человека будет навязывать страху человеческие черты — заставляя клиента думать, что у страха есть глаза, руки, он может смотреть на кого-то, тянуться к кому-то. Это может быть полезно в терапевтических целях (персонификация страха), но в большинстве случаев искажает природу симптома. Абстрактный объект — камень, ракушка, деревянный брусок — не имеет встроенного смысла, и клиент свободен наделить его теми свойствами, которые соответствуют его переживанию.

Форма абстрактного объекта работает на репрезентацию качества чувства или симптома. Острый, угловатый объект может быть выбран для репрезентации острой боли, внезапного страха, гнева. Округлый, гладкий — для репрезентации тупой, ноющей боли, хронической тревоги, спокойного, ровного ресурса. Сплюснутый, плоский — для репрезентации подавленности, отсутствия сил, «придавленности». Вытянутый — для репрезентации растянутого во времени переживания, хронического состояния. Клиент, выбирая объект, ориентируется на форму, которая соответствует его внутреннему ощущению, часто не осознавая этого.

Вес абстрактного объекта работает на репрезентацию интенсивности, тяжести или легкости переживания. Тяжелый камень, выбранный для репрезентации чувства вины, указывает на то, что вина переживается как тяжелая ноша, гнетущая, давящая. Легкая ракушка для репрезентации надежды — на то, что надежда переживается как что-то легкое, воздушное, невесомое. Средний, сбалансированный вес может быть выбран для репрезентации нейтрального состояния или ресурса. Ведущий должен иметь в наборе объекты разного веса, чтобы клиент мог дифференцировать интенсивность своих переживаний.

Фактура поверхности абстрактного объекта работает на репрезентацию характера переживания. Гладкая, скользкая поверхность может быть выбрана для репрезентации чувства, которое «ускользает», не поддается контролю, или для репрезентации спокойного, умиротворяющего ресурса. Шершавая, пористая — для репрезентации раздражающего, «царапающего» чувства или для репрезентации грубого, но устойчивого ресурса — например, силы, выносливости. Ребристая, с выступами — для репрезентации чувства, которое «зацепляет», не отпус-

кает. Трещины, сколы на поверхности могут быть выбраны для репрезентации травмирующего переживания.

Цвет абстрактного объекта является одним из самых информативных параметров, особенно при работе с клиентами, имеющими развитое цветовое восприятие. Красные и розовые объекты могут выбираться для репрезентации гнева, страсти, любви, энергии, а также для репрезентации острых, воспалительных симптомов. Черные и темно-серые — для репрезентации страха, депрессии, горя, безнадежности, а также для репрезентации «темных», непроявленных ресурсов. Белые и прозрачные — для репрезентации чистоты, спокойствия, ясности, нового начала. Зеленые — для репрезентации надежды, роста, исцеления. Синие — для репрезентации грусти, глубины, интуиции.

Температура объекта на ощупь — еще один параметр, который клиент бессознательно использует при выборе. Холодный камень может быть выбран для репрезентации чувства одиночества, отвержения, «замороженности», эмоциональной холодности. Теплый камень (например, прогретый солнцем или в руке) — для репрезентации утешения, защиты, заботы, теплых отношений. Объекты с разной теплоемкостью могут по-разному ощущаться в руке, и клиент может выбирать тот, который «соответствует» его переживанию. Ведущий может предложить клиенту подержать разные объекты в руке, чтобы выбрать наиболее подходящий.

Природные материалы — шишки, желуди, палочки, листья, засушенные цветы — имеют особую ценность для репрезентации ресурсов, связанных с ростом, развитием, жизненным циклом. Шишка с закрытыми чешуйками может символизировать сжатый, непроявленный потенциал, ресурс, который еще не раскрыт. Шишка с раскрытыми чешуйками — ресурс, который уже проявился, раскрылся. Молодая зеленая веточка — надежду, новое начало, жизненную силу. Сухой, ломкий лист — истощение, утрату сил, завершение цикла. Природные материалы недолговечны, но именно эта недолговечность может быть использована в терапевтических целях.

Камни являются наиболее распространенным типом абстрактных объектов благодаря своей доступности и разнообразию. Гладкие, отполированные морские камни (галка) хороши для репрезентации спокойных, ровных чувств, а также для репрезентации ресурсов — спокойствия, устойчивости. Необработанные камни с неровной поверхностью — для репрезентации острых, болезненных переживаний. Кристаллы и минералы с правильной геометрической формой (кварц, аметист, пирит) могут использоваться для репрезентации структурированных, ясных ресурсов — ясности ума, порядка, дисциплины. Драгоценные и полудрагоценные камни могут быть выбраны для репрезентации особенно ценных ресурсов.

Ракушки имеют особую символику благодаря своей спиральной форме и ассоциации с водой, морем, подсознанием. Спиральная форма раковины может символизировать цикличность, повторение, заикленность, что полезно при работе с навязчивыми симптомами, повторяющимися сценариями. Острая ракушка с ребрами — для репрезентации чувства, которое «ранит», причиняет боль. Хрупкая, легко ломающаяся ракушка — для репрезентации уязвимости, незащищенности. Ракушка, сложенная из двух половинок, может символизировать закрытость, защиту, нежелание раскрываться.

В работе с симптомами абстрактные объекты могут быть размещены в разных местах относительно фигурки клиента. Симптом, расположенный близко к фигурке клиента или непосредственно на ней, может указывать на высокую интенсивность переживания, на то, что симп-

том переживается как часть себя. Симптом, расположенный на расстоянии, — на дистанцирование, вытеснение, нежелание признавать симптом. Симптом, расположенный за спиной клиента, — на то, что клиент не видит его, вытесняет из сознания. Ведущий может исследовать эти пространственные отношения после того, как клиент расставил все объекты.

В работе с ресурсами абстрактные объекты могут быть размещены как репрезентаторы внешних и внутренних опор. Ресурс, расположенный близко к клиенту, может указывать на легкость доступа к нему, на то, что клиент чувствует его в себе. Ресурс, расположенный далеко, — на восприятие его как недоступного, внешнего, требующего усилий для достижения. Ресурс, расположенный высоко (на подставке), может символизировать его ценность, желанность, но одновременно и труднодоступность. Клиент может также выбирать объект определенного цвета, формы и фактуры, соответствующий его представлению о ресурсе.

Типичная ошибка начинающих ведущих — использование абстрактных объектов для репрезентации людей. Клиент, пытающийся репрезентировать отца с помощью камня, лишается возможности проецировать такие важные параметры, как размер, поза, возраст, пол, которые для репрезентации человека критически важны. Камень не имеет лица, не может стоять прямо или сидеть, не имеет мужских или женских признаков. Это не значит, что такая репрезентация невозможна — в некоторых случаях клиент может настаивать на ней. Но ведущий должен понимать, что это исключение, и исследовать, почему клиент отказывается от антропоморфной фигурки.

Другая ошибка — использование слишком больших или слишком маленьких абстрактных объектов. Очень большой камень (размером с ладонь и больше) будет доминировать на поле, привлекать избыточное внимание, мешать восприятию других объектов. Очень маленький камешек (меньше 1 см) может быть потерян на поле, его трудно будет перемещать, он не будет восприниматься как значимый элемент. Оптимальный размер абстрактных объектов — от 1 до 5 см, чтобы они были видны, но не доминировали. Исключения могут быть сделаны для особо значимых симптомов или ресурсов, когда клиент настаивает на большом размере.

Третья ошибка — отсутствие разнообразия абстрактных объектов. Если в наборе только камни одного типа — например, только гладкая галька — клиент не сможет выразить различия в фактуре, форме, цвете. В наборе должны быть объекты разной формы (округлые, угловатые, плоские, вытянутые), разной фактуры (гладкие, шершавые, ребристые), разного цвета, разного веса (легкие, средние, тяжелые), разного материала (камень, дерево, металл, природные материалы). Только такой набор предоставляет клиенту свободу выбора.

Четвертая ошибка — игнорирование тактильных свойств абстрактных объектов. Клиент берет объекты в руки, ощупывает их, и эти тактильные ощущения становятся частью проекции. Гладкий, холодный камень может ощущаться как что-то чужеродное, отстраненное. Теплый, шершавый — как что-то близкое, «свое». Ведущий должен не только смотреть на расположение объектов, но и спрашивать клиента о тактильных ощущениях: «Какой этот камень на ощупь? Что он тебе напоминает?». Это дает дополнительную диагностическую информацию.

Пятая ошибка — смешение разных типов абстрактных объектов без учета их символики. Клиент может выбрать для репрезентации гнева острый камень, для репрезентации обиды — ракушку с острыми краями, для репрезентации страха — темный камень. Но если ведущий не понимает символики этих выборов, он не сможет их интерпретировать. Ведущий должен знать символические значения формы, цвета, фактуры, веса, материала и использовать эти знания

при анализе расстановки. Однако он не должен навязывать клиенту свои интерпретации — клиент всегда может сказать, что его выбор имел другое значение.

Структурные маркеры

Структурные маркеры представляют собой листы бумаги, карточки, стикеры, на которых клиент или ведущий делает надпись для обозначения роли, понятия, границы или любого другого элемента, требующего точной вербализации. Они используются, когда в наборе нет подходящей антропоморфной фигурки или абстрактного объекта, а также когда клиент хочет ввести элемент, для которого важна не форма, а точное наименование. Основное преимущество структурных маркеров — гибкость: они могут быть созданы прямо во время сессии для репрезентации любого элемента, который клиент считает значимым. Надпись на маркере должна быть четкой, разборчивой, выполненной печатными буквами, чтобы не возникало разночтений.

Структурные маркеры могут использоваться для репрезентации ролей, которые не имеют материального носителя. Например, в организационной расстановке клиент может ввести маркер «отдел маркетинга», «финансовый отдел», «клиенты», «конкуренты», «рынок». В семейной расстановке — «традиции», «правила», «финансовые обязательства», «ожидания родителей». В работе с внутренними состояниями — «границы», «безопасность», «будущее». Маркеры могут быть размещены на поле, перемещены, повернуты, убраны, заменены новыми. Это позволяет моделировать динамику абстрактных сущностей так же, как и динамику людей.

Структурные маркеры незаменимы при работе с границами. Границы — это линии, отделяющие одну зону от другой, и для их репрезентации лучше всего подходят не фигурки, а маркеры, которые клиент может расположить между другими фигурками. Клиент может обозначить маркером «граница между мной и матерью», «граница семьи», «территория отца», «запретная зона». Расположение маркеров относительно других фигурок дает диагностическую информацию о том, воспринимаются ли эти границы как жесткие, размытые, проницаемые, слишком близкие или слишком далекие. Маркеры могут быть перемещены, чтобы смоделировать изменение границ.

Структурные маркеры могут использоваться для репрезентации отсутствующих элементов, которые клиент не может или не хочет репрезентировать с помощью фигурок или абстрактных объектов. Например, клиент может ввести маркер «то, о чем мы не говорим», «семейная тайна», «запретная тема», «тот, кого мы исключили». Маркер не требует выбора формы, цвета, материала, что снижает тревогу клиента при работе с травматичным материалом. Клиент может написать на маркере то, что не может произнести вслух, или позволить ведущему сделать надпись по его слову. По мере работы маркер может быть заменен фигуркой или убран.

Структурные маркеры могут быть использованы для обозначения времени. В расстановках, где важна временная динамика, клиент может разложить маркеры с надписями «прошлое», «настоящее», «будущее», а затем разместить фигурки относительно этих маркеров. Это позволяет визуализировать, где в восприятии клиента находится каждый элемент системы — в прошлом (исключен, забыт, пережит), в настоящем (актуален, значим), в будущем (как цель, надежда, страх). Маркеры времени могут быть расположены на одной линии (линия времени) или в разных зонах поля, создавая временную карту системы.

Структурные маркеры также могут использоваться для создания так называемых «зон» — пространственных областей, имеющих определенное значение. Клиент может обозначить маркером «зона ответственности», «свое пространство», «территория влияния», «место для отдыха», «опасная зона». Затем фигурки могут быть размещены внутри этих зон, на границах или за их пределами, что дает диагностическую информацию о том, как клиент воспринимает распределение функций, власти, безопасности. Зоны могут быть изменены, расширены, сужены, перемещены, что моделирует динамику изменений.

В отличие от антропоморфных фигурок и абстрактных объектов, структурные маркеры не имеют своей формы, цвета, фактуры, веса, которые могли бы нести дополнительную информацию. Это и их преимущество, и их недостаток. Преимущество — полная нейтральность, маркер не навязывает клиенту никаких дополнительных ассоциаций, клиент вкладывает в него только то значение, которое написано. Недостаток — отсутствие сенсорной опоры для проекции, маркер не дает тактильных ощущений, не может быть «тяжелым» или «легким», «теплым» или «холодным». Поэтому маркеры обычно используются в сочетании с фигурками и объектами, а не вместо них.

Размер маркера должен быть достаточным для того, чтобы надпись была читаема с расстояния, но не слишком большим, чтобы не доминировать на поле. Оптимальный размер — примерно 3х5 см для прямоугольных маркеров или 4х4 см для квадратных. Маркеры большего размера (например, листы А5) могут использоваться для обозначения крупных зон. Цвет маркера может иметь значение: белые или светлые маркеры воспринимаются как нейтральные, цветные — как несущие дополнительный смысл. Рекомендуется иметь в наборе маркеры разных цветов, но основной запас должен быть нейтральным.

Материал маркеров должен быть достаточно плотным, чтобы маркер стоял на поле и не сгибался. Тонкая бумага будет загибаться, падать, съезжать, что отвлекает клиента. Картон или плотная бумага оптимальны. Ламинированные карточки имеют преимущество: надпись можно сделать маркером и затем стереть, что позволяет использовать карточки многократно. Стикеры удобны тем, что могут быть приклеены к фигуркам или к полю, но они менее устойчивы и могут отклеиваться.

Надписи на маркерах должны выполняться печатными буквами, разборчиво, одним цветом (черным или синим). Ведущий может делать надписи сам под диктовку клиента, особенно если клиент стесняется своего почерка или если расстановка идет быстро. Однако предпочтительнее, чтобы клиент делал надписи сам — процесс письма является дополнительным проективным актом. Клиент может написать не то слово, которое продиктовал ведущий, или написать его с ошибкой, или изменить надпись в процессе работы — все это диагностическая информация.

Структурные маркеры особенно полезны в организационных расстановках, где количество ролей и понятий может быть очень большим и не все они могут быть представлены фигурками. Отдел маркетинга, финансовый отдел, юридический отдел, конкуренты, клиенты, рынок, продукт — все эти сущности могут быть обозначены маркерами. Это позволяет моделировать сложные организационные системы без необходимости иметь огромный набор фигурок. Маркеры могут быть перемещены, перегруппированы, убраны, добавлены, что отражает изменения в организационной структуре.

В семейных расстановках структурные маркеры используются для обозначения абстрактных понятий, которые важны для понимания системной динамики. «Лояльность», «долг», «вина», «любовь», «уважение», «традиция», «запрет» — эти сущности могут быть маркированы и размещены на поле. Их расположение относительно фигурок членов семьи показывает, какие из этих понятий являются для клиента центральными, какие находятся на периферии, какие связаны с конкретными членами семьи. Перемещение маркера «вина» от фигурки матери к фигурке клиента может быть мощной коррекционной интервенцией.

Типичная ошибка начинающих ведущих — избыточное использование структурных маркеров при одновременном недостатке фигурок. Если на поле много маркеров и мало фигурок, модель становится абстрактной, трудночитаемой, клиенту трудно удерживать внимание на всех элементах. Маркеры должны дополнять фигурки и объекты, а не заменять их. Если клиент пытается репрезентировать всех членов семьи маркерами вместо антропоморфных фигурок, ведущий должен предложить ему использовать фигурки и исследовать, что мешает ему это сделать.

Другая ошибка — неразборчивые или неаккуратные надписи. Если ведущий не может прочитать надпись, он не может правильно интерпретировать расстановку. Если сам клиент через несколько минут не может вспомнить, что написано на маркере, это затрудняет работу. Надписи должны быть четкими, крупными, сделанными маркером с толстым стержнем. Карандаш и тонкая ручка не подходят — они дают нечитаемый текст. Желательно использовать маркеры одного цвета, чтобы цвет не отвлекал от содержания.

Третья ошибка — отсутствие запасных маркеров. В процессе расстановки клиент может захотеть ввести новый элемент, и если у ведущего нет под рукой чистых карточек, это прерывает процесс. Ведущий должен иметь в запасе не менее 20—30 чистых карточек, а также маркер с запасным стержнем. Карточки могут быть любого размера, но удобнее всего использовать стандартные визитки или нарезанную плотную бумагу размером примерно 5х8 см.

Четвертая ошибка — использование маркеров для обозначения элементов, которые лучше репрезентировать фигурками. Например, клиент пытается репрезентировать отца маркером с надписью «отец» вместо антропоморфной фигурки. Это может быть диагностически значимо (указывать на деперсонализацию отца), но если клиент делает так систематически, ведущий должен исследовать, почему он избегает фигурок. Возможно, клиент боится проекции или не доверяет методу. В этом случае ведущий может предложить попробовать с фигурками, объяснив их преимущества.

Пятая ошибка — необоснованное изменение надписей в процессе работы. Если клиент изменил надпись на маркере, это должно быть отрефлексировано. Например, клиент начал с маркера «мой страх», а потом изменил на «моя тревога» или просто стер надпись. Это указывает на изменение восприятия симптома. Ведущий должен фиксировать такие изменения и обсуждать их с клиентом. Если надписи меняются слишком часто, это может указывать на нестабильность образа, на трудности клиента в вербализации своих переживаний.

Совместное использование разных типов объектов

В одной расстановке могут и должны использоваться все три типа объектов одновременно. Семейная расстановка может включать антропоморфные фигурки для членов семьи, абстрактные объекты для чувств (например, «вина матери» — тяжелый камень, расположен-

ный рядом с фигуркой матери), и структурные маркеры для обозначения абстрактных понятий (например, «граница между мной и матерью»). Комбинирование типов позволяет создать многомерную модель системы, в которой каждый элемент репрезентируется наиболее адекватным для него способом. Клиент сам решает, какой тип объекта использовать для каждого элемента, и его выбор является диагностической информацией.

Переход от одного типа объекта к другому в процессе расстановки также является важным моментом. Клиент может начать с репрезентации своего страха абстрактным объектом, а затем, в ходе коррекции, заменить его антропоморфной фигуркой, если страх персонифицировался. Клиент может репрезентировать отца антропоморфной фигуркой, а затем добавить абстрактный объект для репрезентации «холодности» отца, разместив его рядом. Клиент может заменить фигурку отца маркером с надписью «функция отца», если в процессе работы фокус сместился с личности на роль. Ведущий должен поддерживать такие переходы и использовать их для диагностики.

Баланс между тремя типами объектов на поле — это тоже диагностическая информация. Преобладание антропоморфных фигурок указывает на то, что клиент работает с персонализированными элементами системы — людьми или персонифицированными сущностями. Преобладание абстрактных объектов — на работу с чувствами, симптомами, ресурсами. Преобладание структурных маркеров — на работу с ролями, понятиями, границами, на высокую степень вербализации и осознания. Резкая смена баланса в процессе расстановки указывает на изменение фокуса внимания клиента. Ведущий должен обращать внимание на то, какие типы объектов клиент использует активно, а какие игнорирует.

При формировании набора для конкретной расстановки ведущий может предложить клиенту выбор из всех трех типов объектов, объяснив кратко, для чего каждый предназначен. «Вот фигурки для людей, вот камни для чувств и симптомов, вот карточки для надписей, если захочешь что-то обозначить». Клиент может испугаться большого выбора, поэтому ведущему не следует перегружать его информацией. Достаточно сказать: «Выбирай то, что тебе подходит». Если клиент затрудняется, ведущий может уточнить: «Что это — человек, чувство или роль?». Ответ клиента направляет его выбор.

В процессе расстановки ведущий не должен навязывать клиенту использование определенного типа объектов. Если клиент для репрезентации отца выбирает абстрактный объект вместо антропоморфной фигурки, у ведущего может возникнуть желание поправить его: «Может быть, лучше взять фигурку?». Это ошибка. Выбор клиента уже является данными, которые нужно принять и зафиксировать. Навязывание фигурки разрушит проекцию клиента и лишит ведущего диагностической информации о деперсонализации отца. Исключения составляют случаи, когда клиент явно колеблется и просит совета.

При работе с клиентами, имеющими высокий уровень интеллектуализации, структурные маркеры могут стать спасательным кругом. Такие клиенты часто затрудняются в выборе антропоморфных фигурок или абстрактных объектов, так как не могут определить «правильное» соответствие. Им проще написать слово на карточке и репрезентировать элемент через его вербальное обозначение. Затем, по мере освоения, они могут перейти к использованию фигурок и объектов. Ведущий не должен форсировать этот переход — интеллектуализация является защитой, и ее можно обходить через маркеры, постепенно предлагая альтернативы.

При работе с клиентами, имеющими травму, абстрактные объекты часто предпочтительнее антропоморфных фигурок. Репрезентация травмирующей фигуры (например, насильника) антропоморфной фигуркой может быть слишком пугающей для клиента. Абстрактный объект — камень или кусок дерева — позволяет клиенту обозначить эту фигуру, не вступая с ней в прямой контакт через фигурку. Затем, по мере укрепления ресурсов, клиент может перейти к использованию фигурки. Ведущий должен уважать темп клиента и не требовать от него использования фигурок раньше, чем он будет готов.

В организационных расстановках комбинация всех трех типов объектов является стандартом. Антропоморфные фигурки — для руководителей и ключевых сотрудников. Абстрактные объекты — для ресурсов (финансы, время, информация) и симптомов (конфликт, кризис, выгорание). Структурные маркеры — для отделов, функций, рынков, конкурентов, границ. Такая комбинация позволяет создать полную, многомерную модель организации, в которой каждый элемент репрезентирован наиболее адекватным способом. Клиент (руководитель) может быстро освоить этот инструмент и использовать его для регулярного аудита организационной динамики.

В работе с внутренними состояниями комбинация всех трех типов также эффективна. Антропоморфные фигурки — для субличностей («Внутренний критик», «Внутренний ребенок»). Абстрактные объекты — для чувств и симптомов (тревога — тяжелый камень, усталость — мягкая ракушка). Структурные маркеры — для границ и правил («граница между мной и матерью», «правило „не смей быть счастливой“»). Клиент может свободно переходить от одного типа к другому, создавая карту своего внутреннего мира. Ведущий помогает ему удерживать целостность модели и не терять из виду важные элементы.

Типичная ошибка начинающих ведущих — использование только одного типа объектов в расстановке, например, только антропоморфных фигурок или только абстрактных объектов. Это лишает модель полноты и точности. Клиент, пытающийся репрезентировать чувство с помощью антропоморфной фигурки, будет испытывать когнитивный диссонанс, который отвлекает от проекции. Клиент, пытающийся репрезентировать отца с помощью абстрактного объекта, будет испытывать трудности с удержанием этой условности. Ведущий должен обеспечить наличие всех трех типов объектов и поощрять клиента к их использованию соответственно природе репрезентируемого элемента.

Другая ошибка — смешение типов объектов без учета их различной символики. Если ведущий использует антропоморфные фигурки для людей, но затем начинает использовать их и для чувств без специального маркирования, это создает путаницу. Клиент может не понять, репрезентирует ли данная фигурка человека или чувство. Если возникает необходимость использовать фигурку для репрезентации чувства, это должно быть специально оговорено: «Эта фигурка будет обозначать не человека, а твой страх. Это нормально, мы так делаем, когда страх воспринимается как отдельная сущность».

Третья ошибка — недостаточное количество маркеров в наборе. Ведущий, имеющий много фигурок и камней, но только 5—10 карточек, быстро столкнется с тем, что клиенту нужно больше. Маркеры — это расходный материал, их должно быть много, не менее 30—50 штук. Их легко изготовить из нарезанной плотной бумаги или купить готовые карточки. Маркер должен быть всегда под рукой, когда клиент говорит: «А можно ввести еще вот что...». Заминка ведущего в поиске карточки прерывает поток клиента.

Четвертая ошибка — использование маркеров без возможности их маркировки. Если у ведущего есть карточки, но нет маркера, или маркер высох, или маркер пишет слишком тонко и неразборчиво — это проблема. Ведущий должен иметь в наборе не менее двух пишущих маркеров с толстым стержнем (черный, синий), а также запасные стержни или дополнительные маркеры. Цвет маркера должен быть контрастным по отношению к цвету карточек. На светлых карточках лучше пишет черный, на темных — белый или серебряный.

Пятая ошибка — игнорирование тактильных свойств абстрактных объектов при их совместном использовании с фигурками. Когда клиент держит в одной руке деревянную фигурку отца, а в другой — тяжелый камень, обозначающий его гнев, тактильные ощущения от этих объектов сравниваются. Теплое дерево фигурки и холодный камень — это информация о восприятии отца и его гнева. Ведущий должен не только смотреть, где стоят объекты, но и спрашивать клиента об ощущениях при их удержании, перемещении, соприкосновении. Тактильный канал часто дает данные, которых нет в визуальном канале.

Формирование оптимального набора — процесс, требующий времени и опыта. Начинаящий ведущий может начать с небольшого универсального набора: 10—15 антропоморфных фигурок разного размера, пола и позы; 15—20 абстрактных объектов разной формы, цвета, фактуры и веса; 30 карточек и маркер. По мере накопления опыта набор расширяется, добавляются специфические фигурки (младенцы, пожилые, фигурки с разными эмоциональными выражениями), специальные абстрактные объекты (кристаллы, ракушки необычной формы), цветные маркеры. Однако даже минимальный набор позволяет проводить полноценные структурные расстановки при условии, что ведущий понимает свойства каждого типа объектов и умеет компенсировать недостаток разнообразия гибкостью интерпретаций.

Принципы выбора набора для различных типов запросов

Тип запроса клиента определяет состав элементов системы, подлежащих репрезентации в структурной расстановке. Природа этих элементов задает требования к свойствам репрезентативных объектов, которые ведущий должен предоставить клиенту для выбора.

Семейный запрос, центрированный на межличностных отношениях в нуклеарной и расширенной семье, требует репрезентации людей с их половозрастными характеристиками, статусными позициями и эмоциональными связями. Организационный запрос, связанный с диагностикой структуры и динамики компании, требует репрезентации как конкретных лиц (руководители, сотрудники), так и абстрактных сущностей (отделы, функции, рынки, конкуренты). Симптоматический запрос, фокусирующийся на телесных ощущениях, эмоциональных состояниях и патологических проявлениях, требует репрезентации сущностей, не имеющих антропоморфной формы, но обладающих интенсивностью, характером и локализацией.

Запрос о внутренних конфликтах и сублимностях предполагает работу с интроецированными образами, которые клиент воспринимает как относительно автономные психические структуры, часто персонифицированные. Ресурсный запрос направлен на выявление и укрепление внутренних опор, позитивных состояний и адаптивных потенциалов личности. Комплексный запрос сочетает элементы двух или более указанных типов, что требует от ведущего гибкости в комбинировании различных категорий репрезентативных объектов.

Из разнообразия типов запросов вытекает необходимость систематизации принципов, которыми руководствуется ведущий при формировании набора. Эти принципы не являются

произвольными правилами, а выводятся из закономерностей функционирования распределенного реестра и свойств человеческой проекции.

Первый принцип — соответствия: тип объекта должен соответствовать природе репрезентируемого элемента.

Второй принцип — достаточности: количество объектов каждого типа должно обеспечивать свободу выбора без избыточного когнитивного шума.

Третий принцип — контрастности: объекты внутри каждого типа должны различаться по релевантным параметрам (размер, материал, цвет, форма, вес, фактура), чтобы клиент мог выражать нюансы восприятия.

Четвертый принцип — нейтральности: объекты не должны иметь избыточной детализации или культурно-специфических атрибутов, навязывающих клиенту чуждые значения.

Пятый принцип — доступности: объекты должны быть организованы в пространстве так, чтобы клиент видел все варианты и мог свободно до них дотянуться.

Из принципа соответствия вытекает, что для разных типов запросов требуются разные наборы, а иногда и разные комбинации типов объектов. Для семейного запроса необходимы антропоморфные фигурки, поскольку люди репрезентируются наиболее адекватно через объекты, имеющие человеческую форму. Для организационного запроса необходимы все три типа: антропоморфные фигурки для людей, структурные маркеры для абстрактных сущностей, абстрактные объекты для ресурсов и симптомов. Для симптоматического запроса необходимы абстрактные объекты, свойства которых (вес, фактура, форма, цвет) позволяют выразить интенсивность, характер и качество переживания. Для запроса о субличностях необходимы антропоморфные фигурки, поскольку субличности обычно персонифицируются, но могут потребоваться также абстрактные объекты для чувств и маркеры для правил. Для ресурсного запроса необходимы абстрактные объекты, отобранные по критерию тактильной и визуальной приятности.

Из принципа достаточности вытекают количественные требования к набору. Для семейной расстановки необходимо не менее 15—20 антропоморфных фигурок. Меньшее количество ограничивает выбор клиента, вынуждая его использовать неподходящие фигурки или отказываться от репрезентации значимых лиц. Для организационной расстановки необходимо не менее 30—40 структурных маркеров, поскольку количество вводимых абстрактных сущностей может быть велико. Для симптоматической расстановки необходимо не менее 20—30 абстрактных объектов, различающихся по форме, фактуре, цвету и весу, чтобы клиент имел возможность выбора, соответствующего его внутреннему ощущению симптома. Для расстановки с субличностями достаточно 10—15 антропоморфных фигурок, но необходимо также наличие абстрактных объектов и маркеров для дополнения. Недостаточность количества объектов приводит к тому, что клиент выбирает не то, что соответствует его проекции, а то, что доступно, что искажает диагностическую информацию.

Из принципа контрастности вытекает требование к разнообразию объектов внутри каждого типа. Антропоморфные фигурки должны различаться по размеру (от 2 до 12 см), по полу (мужские, женские, нейтральные), по возрасту (младенцы, дети, взрослые, пожилые), по материалу (дерево, металл, пластик), по цвету (от светлого до темного), по позе (стоящие, сидящие, с поднятыми руками, с опущенной головой). Абстрактные объекты должны различаться по форме (округлые, угловатые, плоские, вытянутые), по фактуре (гладкие, шершавые, ребристые), по цвету, по весу (от легких до тяжелых), по температуре на ощупь (теплые, холодные).

Отсутствие контрастности по какому-либо параметру лишает клиента возможности выразить соответствующий нюанс восприятия, что снижает диагностическую ценность расстановки.

Из принципа нейтральности вытекает требование к минимальной детализации и отсутствию культурно-специфических атрибутов. Антропоморфные фигурки не должны изображать представителей конкретных профессий (полицейский, врач, солдат), если только эти профессии не являются предметом запроса. Фигурки не должны иметь выраженных расовых, этнических или религиозных признаков, навязывающих клиенту чуждые значения. Абстрактные объекты не должны быть культурно нагруженными (например, монеты с символикой государств, религиозные символы). Нейтральность объекта обеспечивает свободу проекции: клиент вкладывает в объект свое значение, а не получает его готовым от объекта. Избыточная детализация или культурная маркированность объекта ограничивают проекцию и могут искажать диагностику.

Из принципа доступности вытекают требования к организации пространства выбора. Объекты должны быть разложены на ровной поверхности в один слой, без нагромождений, чтобы клиент видел каждую фигурку или каждый камень. Группировка объектов (например, по размеру или по типу) облегчает клиенту навигацию, но не должна быть жесткой, чтобы не навязывать критерии выбора. Расстояние от клиента до объектов должно позволять дотянуться до любого объекта, не вставая и не перегибаясь через стол. Клиент не должен тратить усилия на поиск подходящего объекта — объекты должны быть видны и доступны. Неправильная организация пространства выбора создает дополнительную когнитивную нагрузку, отвлекающую от проекции.

Все пять принципов — соответствия, достаточности, контрастности, нейтральности, доступности — взаимосвязаны и в совокупности определяют качество набора. Нарушение любого из них снижает диагностическую ценность расстановки. Набор, в котором достаточно фигурок, но все они одного размера, нарушает принцип контрастности и не позволяет выражать иерархию. Набор, в котором фигурки контрастны, но их мало, нарушает принцип достаточности и ограничивает выбор. Набор, в котором много фигурок и они контрастны, но избыточно детализированы, нарушает принцип нейтральности и навязывает чуждые значения. Набор, в котором фигурки идеальны по всем параметрам, но разложены хаотично, нарушает принцип доступности и создает когнитивный шум. Ведущий должен стремиться к соблюдению всех пяти принципов при формировании набора для любого типа запроса.

Семейные расстановки

Семейный запрос представляет собой наиболее распространенную категорию в практике структурного моделирования. Клиент, обращаясь с таким запросом, фокусируется на отношениях с родителями, детьми, супругами, сиблингами, а также с представителями старших поколений — бабушками, дедушками, прародителями. Репрезентации подлежат люди, обладающие полом, возрастом, статусной позицией в семейной иерархии, характерологическими особенностями и эмоциональной окраской межличностных связей. Каждый из этих параметров должен получить выражение через свойства выбираемых клиентом репрезентативных объектов. Отсутствие в наборе фигурок, различающихся по полу, возрасту, размеру, материалу и цвету, делает невозможной тонкую диагностику семейной динамики, включая выявление инверсий (нарушений закона Иерархии) и исключений (нарушений закона Принадлежности).

При подготовке к семейной расстановке ведущий отбирает из общего набора исключительно антропоморфные фигурки. Абстрактные объекты и структурные маркеры на начальном этапе не предоставляются, чтобы не создавать у клиента ложного выбора между репрезентацией человека и чувства. Фигурки раскладываются на ровной поверхности в один слой, сгруппированными по размеру или типу, чтобы клиент мог видеть каждую из них. Оптимальное количество фигурок для полноценной семейной расстановки составляет 15—20 единиц. Меньшее количество ограничивает выбор клиента, вынуждая его использовать неподходящие фигурки или отказываться от репрезентации значимых лиц. Превышение этого количества создает когнитивный шум и затрудняет выбор.

Клиенту дается инструкция, не содержащая указаний на то, какими свойствами должны обладать выбираемые фигурки: «Выберите фигурки для себя и для членов вашей семьи. Берите любые, которые вам кажутся подходящими. Не обдумывайте выбор, доверяйте первому импульсу». Инструкция должна быть краткой и не содержать примеров («например, для отца можно взять эту»), поскольку любая подсказка искажает спонтанность проекции. Если клиент задает уточняющие вопросы («А эту можно взять для матери?»), ведущий отвечает нейтрально: «Можно любую». Вопросы клиента о правилах выбора сами по себе являются диагностическим материалом, указывающим на тревогу или перфекционизм.

Размер выбранной фигурки является первым диагностическим параметром. Крупная фигурка (8—12 см) репрезентирует в восприятии клиента доминирующего, значимого, авторитетного человека, занимающего высокое место в семейной иерархии. Маленькая фигурка (2—4 см) репрезентирует человека, воспринимаемого как слабый, зависимый, незначительный, занимающий подчиненное положение. Фигурки одинакового размера для родителей и детей указывают на возможную инверсию, при которой ребенок воспринимается как равный взрослому или занимающий его место. Ситуация, когда фигурка ребенка превышает размером фигурку родителя, с высокой вероятностью свидетельствует о нарушении закона Иерархии, требующем коррекции.

Материал фигурки репрезентирует качество эмоциональных отношений и характерологические особенности репрезентируемого человека. Деревянные фигурки, обладающие теплой тактильной текстурой и естественным рисунком, выбираются для репрезентации близких, любящих, принимающих людей, с которыми у клиента теплые, естественные отношения. Металлические фигурки, холодные и твердые на ощупь, выбираются для репрезентации авторитарных, эмоционально холодных, отстраненных людей, а также для обозначения формальных, жестких отношений. Пластиковые фигурки, нейтральные по тактильным ощущениям, но воспринимаемые как менее «престижные», выбираются для репрезентации людей, которых клиент обесценивает, или для обозначения нейтральных, эмоционально не окрашенных отношений.

Цвет фигурки репрезентирует эмоциональную окраску отношений и общее восприятие человека. Светлые, теплые тона (бежевый, светло-коричневый, желтоватый, цвет натурального дерева) выбираются для «хороших», любимых, принимаемых людей. Темные, холодные тона (черный, темно-серый, темно-синий, темно-коричневый) — для «плохих», отвергаемых, пугающих людей, а также для репрезентации умерших или эмоционально отсутствующих членов семьи. Красные или розовые фигурки могут выбираться для эмоционально заряженных отношений, связанных с гневом, страстью или интенсивной привязанностью. Отсутствие цвета (прозрачные, белые или неокрашенные фигурки) может указывать на эмоциональную нейтральность, на «невидимость» человека в семейной системе или на его смерть.

Поза фигурки репрезентирует активность или пассивность, открытость или закрытость, доминирование или подчинение, эмоциональное состояние репрезентируемого человека. Фигурка, стоящая прямо с опущенными руками, воспринимается как нейтральная и подходит для большинства репрезентаций. Фигурка с поднятыми руками или вытянутыми вперед руками может быть выбрана для репрезентации агрессивного, доминирующего, требующего или, наоборот, любящего, обнимающего человека. Сидящая фигурка — для репрезентации пассивного, уставшего, депрессивного, больного или пожилого человека. Фигурка с опущенной головой — для репрезентации человека, испытывающего стыд, вину, подавленность или покорность.

Порядок выбора фигурок и возвраты к уже выбранным также являются диагностическими параметрами. Первой обычно выбирается фигурка для самого себя или для наиболее значимого человека в системе клиента. Если первой выбрана фигурка для матери, это может указывать на центральную роль матери в восприятии клиента. Если первой выбрана фигурка для ребенка — на возможную инверсию, при которой ребенок занимает центральное место в семейной системе. Затянувшиеся паузы перед выбором, возвраты к уже выбранным фигуркам и их замена указывают на амбивалентность, неуверенность в восприятии репрезентируемого человека. Клиент, несколько раз меняющий фигурку для одного человека, бессознательно сигнализирует о нестабильности образа этого человека в своем внутреннем реестре.

Тактильные реакции клиента на выбранные фигурки — поглаживание, сжимание, переворачивание, откладывание — также несут диагностическую информацию. Клиент, поглаживающий фигурку матери, бессознательно выражает нежность, любовь, потребность в контакте. Клиент, сжимающий фигурку отца, — напряжение, страх, гнев. Клиент, переворачивающий фигурку лицом вниз или ставящий ее спиной к себе, — нежелание видеть этого человека, его исключение из системы. Клиент, откладывающий фигурку в сторону, — обесценивание, дистанцирование. Ведущий фиксирует эти реакции, но не комментирует их в процессе выбора.

Первая типичная ошибка при формировании набора для семейных расстановок — недостаточное количество антропоморфных фигурок. Если в наборе менее 15 фигурок, клиент оказывается в ситуации искусственного ограничения выбора. Он вынужден либо использовать одну фигурку для репрезентации нескольких членов семьи, что создает путаницу и делает невозможным одновременное наблюдение за их взаимодействием, либо использовать неподходящую фигурку, которая не соответствует его внутреннему образу репрезентируемого человека. В обоих случаях проекция искажается, а диагностическая информация теряется. Например, если в наборе всего 10 фигурок, а клиенту нужно репрезентировать себя, родителей, двух бабушек, дедушку, двух детей и бывшего супруга, он не сможет этого сделать. Придется либо кого-то исключить (что клиент может сделать бессознательно, и это станет ложным диагностическим признаком), либо использовать одну фигурку для двух людей (что сделает невозможным анализ их взаимного расположения). Минимальное количество фигурок для семейной расстановки — 15, но лучше 20—25.

Вторая типичная ошибка — отсутствие контраста по размеру. Если все фигурки в наборе одного размера (например, все 5 см), клиент не может выразить иерархические отношения между членами семьи. Он не может показать, что отец воспринимается как доминирующий, а ребенок — как подчиненный; что бабушка — как значимая фигура, а дедушка — как второстепенный. Диагностика инверсий становится невозможной: если ребенок занимает место родителя, это должно выражаться через то, что фигурка ребенка крупнее фигурки родителя. При

отсутствии контраста по размеру этот диагностический признак пропадает. В наборе должны быть фигурки явно разного размера — от очень маленьких (2—3 см) до крупных (10—12 см), с промежуточными вариантами (4—5 см, 6—7 см, 8—9 см), чтобы клиент имел возможность градации.

Третья типичная ошибка — отсутствие разнообразия по материалу. Если все фигурки из одного материала, например из пластика, клиент не может выразить качество отношений через материал. Он не может показать, что отношения с матерью теплые (дерево), а с отцом холодные (металл); что бабушка воспринимается как «живая», естественная (дерево), а дедушка — как формальный, отстраненный (металл). Материал фигурки является мощным носителем проекции, и его отсутствие обедняет диагностику. В наборе должны быть фигурки из разных материалов — дерева, металла, пластика, керамики, ткани. Каждый материал имеет свои тактильные и визуальные характеристики, которые клиент бессознательно использует для выражения своего восприятия.

Четвертая типичная ошибка — избыточная детализация фигурок. Если фигурки изображают представителей конкретных профессий — полицейских, врачей, солдат, пожарных, монахов, — клиент будет искать сходство между этими профессиями и репрезентируемыми людьми. Это навязывает ему чуждые значения и ограничивает свободу проекции. Фигурка в форме полицейского будет трудна для репрезентации отца, не имеющего отношения к полиции. Фигурка монаха — для репрезентации мужа-бизнесмена. Базовые фигурки должны быть нейтральными, без профессиональной атрибуции. Исключение составляют случаи, когда запрос клиента связан с конкретной профессией (например, «мой отец — военный, и это влияет на наши отношения»), тогда специализированная фигурка может быть уместна, но она не должна составлять основу набора.

Пятая типичная ошибка — отсутствие маленьких фигурок для детей. Если в наборе самые маленькие фигурки имеют размер 4—5 см, клиент не может адекватно репрезентировать младенцев и маленьких детей. Он вынужден использовать для ребенка фигурку того же размера, что и для взрослого, что искажает возрастную иерархию. Ребенок, репрезентированный фигуркой того же размера, что и родитель, воспринимается как равный родителю, что может ложно указывать на инверсию там, где ее нет. И наоборот, реальная инверсия может быть не замечена, потому что клиент не может выразить ее через размер. В наборе должны быть очень маленькие фигурки (1—2 см) для младенцев и маленькие (2—4 см) для детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Шестая типичная ошибка — отсутствие фигурок с разными позами. Если все фигурки в одной позе (например, стоящие прямо с опущенными руками), клиент не может выразить активность, пассивность, агрессию, стыд, подавленность, любовь через позу. Поза фигурки является важным параметром проекции, и ее отсутствие обедняет диагностику. В наборе должны быть фигурки, стоящие прямо, сидящие, с поднятыми руками, с опущенной головой, идущие, обнимающиеся (если такие есть). Клиент сам выберет ту позу, которая соответствует его образу репрезентируемого человека. Если для матери выбрана сидящая фигурка — это диагностическая информация о ее пассивности или усталости. Если для отца — с поднятыми руками — об агрессивности или доминировании.

Седьмая типичная ошибка — игнорирование цветового разнообразия. Если все фигурки одного цвета (например, натурального дерева), клиент не может выразить эмоциональную окраску отношений через цвет. Он не может показать, что один человек воспринимается как

«светлый», «хороший», а другой — как «темный», «плохой»; что отношения с одним теплые, а с другим холодные. Цвет является одним из самых древних и универсальных носителей символического значения, и его отсутствие обедняет проекцию. В наборе должны быть фигурки разных цветов — светлые, темные, цветные, прозрачные, белые. Белые и прозрачные фигурки особенно важны для репрезентации умерших членов семьи.

Восьмая типичная ошибка — неправильная организация пространства выбора. Если фигурки свалены в кучу, клиент не может увидеть все варианты сразу. Он будет брать те фигурки, которые оказались сверху, а не те, которые соответствуют его образу. Это искажает выбор, делая его не столько проективным, сколько ситуативным. Фигурки должны быть разложены в один слой, на виду у клиента. Группировка по размеру или типу облегчает навигацию, но не должна быть жесткой. Клиент должен иметь возможность свободно перебирать фигурки, сравнивать их, не вытаскивая из кучи.

Девятая типичная ошибка — отсутствие нейтральных фигурок для случаев, когда пол, возраст или другие параметры не определены. Иногда клиент не хочет или не может определить пол репрезентируемого человека (например, при работе с нерожденными детьми, с анонимными фигурами из прошлого). В таких случаях нужны нейтральные фигурки, не имеющие явных половых признаков. Аналогично для возраста — нужны фигурки, которые могут быть интерпретированы и как детские, и как взрослые. Отсутствие нейтральных фигурок вынуждает клиента делать ложный выбор, который искажает проекцию.

Клинический пример семейной расстановки с правильно подобранным набором. Клиентка, работавшая над отношениями с матерью и отцом, выбрала для себя среднюю деревянную фигурку светлого цвета (5 см) в нейтральной позе. Для матери выбрала самую маленькую металлическую фигурку темного цвета (2 см) с согнутой спиной. Для отца выбрала крупную деревянную фигурку (10 см) стоящую прямо. Диагностический вывод на основе принципа контрастности: мать воспринимается как маленькая, холодная, сломленная, занимающая подчиненное положение; отец — как большой, теплый, сильный, доминирующий; клиентка — между ними, нейтральная. Инверсия не выявлена, но выявлено резкое различие в восприятии родителей. Если бы в наборе были только одинаковые пластиковые фигурки без контраста по размеру и материалу, эта диагностическая информация была бы утрачена.

Клинический пример, демонстрирующий ограничения бедного набора. Клиент работал с ведущим, в наборе которого было 10 одинаковых пластиковых фигурок, различающихся только цветом. Клиент выбрал для себя белую фигурку, для отца — черную, для матери — серую. Диагностика ограничилась интерпретацией цветов: отец — черный (плохой, отвергаемый), мать — серая (скучная, невыразительная), клиент — белый (хороший, невинный). Ведущий не мог оценить иерархию (размер не различался), качество отношений (материал одинаковый), активность-пассивность (позы одинаковые), возрастные соотношения. Расстановка дала грубый, поверхностный результат, глубокая системная диагностика оказалась невозможной.

Организационные расстановки

Организационный запрос возникает в практике структурного моделирования при работе с руководителями компаний, собственниками бизнеса, топ-менеджерами, а также с HR-специалистами и организационными консультантами. Клиент, обращаясь с таким запросом, фокусируется на структуре компании, иерархических отношениях, функциональных связях между отделами, распределении зон ответственности, а также на внешних факторах — рынке, кон-

курентах, клиентах, регуляторах, экономической среде. Репрезентации подлежат два принципиально разных класса элементов. Первый класс — люди: генеральный директор, руководители отделов, ключевые сотрудники, основатели компании, инвесторы. Второй класс — абстрактные сущности: отделы, функции, проекты, продукты, рынки, конкуренты, клиентские сегменты, финансовые потоки, рекламные каналы, поставщики, регуляторы, законы, технологии, тренды.

Различие в природе этих двух классов элементов задает требование к использованию разных типов репрезентативных объектов. Люди требуют антропоморфной репрезентации, поскольку обладают полом, возрастом, статусом, характером — параметрами, которые могут быть выражены через свойства антропоморфных фигурок. Абстрактные сущности, не имеющие человеческой формы, требуют репрезентации через структурные маркеры — карточки с надписями, которые позволяют точно обозначить сущность, не навязывая ей ложных антропоморфных атрибутов. Кроме того, в организационных расстановках часто требуются абстрактные объекты для репрезентации ресурсов (финансы, время, информация, компетенции) и симптомов (конфликт, кризис, выгорание, текучка кадров). Таким образом, набор для организационной расстановки должен включать все три типа объектов в соответствии с принципом соответствия.

При подготовке к организационной расстановке ведущий раскладывает перед клиентом все три группы объектов, но с четкой инструкцией о назначении каждой. Антропоморфные фигурки группируются отдельно, абстрактные объекты — отдельно, стопка чистых карточек и маркер — рядом. Клиенту дается инструкция: «Людей обозначайте фигурками. Отделы, функции, рынки, конкурентов, клиентов — пишите на карточках. Чувства, ресурсы, проблемы — можете обозначать камнями или другими предметами». Инструкция должна быть краткой и не содержать избыточных примеров. Клиент не должен тратить время на обдумывание того, какой тип объекта выбрать для каждого элемента, — интуитивный выбор является диагностически значимым.

Количество структурных маркеров в наборе для организационной расстановки должно быть заведомо избыточным — не менее 30—40 чистых карточек. Клиент может ввести 5—10 отделов, 5—10 внешних факторов (конкуренты, рынки, регуляторы), 5—10 ресурсов и симптомов, а также может добавлять новые элементы в процессе расстановки. Если у ведущего в запасе только 10 карточек, клиент будет ограничен в своем моделировании и может отказаться от введения значимых элементов из-за нехватки маркеров. Карточки должны быть плотными (из картона или плотной бумаги), чтобы стоять на поле и не сгибаться. Тонкая бумага падает, загибается, отвлекает клиента. Размер карточки должен быть достаточным для четкой надписи, но не слишком большим, чтобы не доминировать на поле, — оптимально 5х8 см или 6х9 см.

Надписи на маркерах должны быть четкими, разборчивыми, выполненными печатными буквами маркером с толстым стержнем. Карандаш и тонкая ручка не подходят — они дают нечитаемый текст, который трудно разобрать с расстояния. Цвет маркера — черный или синий, обеспечивающий контраст с цветом карточки. Если клиент пишет неразборчиво, ведущий может попросить: «Напишите, пожалуйста, покрупнее, чтобы я мог прочитать». Однако лучше, если клиент сам заботится о разборчивости — это часть его ответственности за процесс. Ведущий не должен переписывать надписи за клиента, так как сам процесс письма является активным актом.

Первое, что делает клиент в организационной расстановке, — часто начинает с маркеров, а не с фигурок. Он пишет «маркетинг», «продажи», «финансы», «HR», «производство». Ведущий наблюдает за порядком написания: что клиент написал первым, вторым, третьим. Первый написанный маркер обычно обозначает самый значимый отдел или функцию в восприятии клиента. Если клиент написал «маркетинг» первым, а «продажи» вторым, это может указывать на то, что маркетинг в компании доминирует, а продажи находятся на втором месте. Если клиент написал «конфликт» раньше, чем отделы, — конфликт является центральной фигурой в его восприятии организационной динамики.

Второе — клиент расставляет маркеры на поле. Расстояние между маркерами, их взаимное расположение, ориентация (какой стороной к какому маркеру) — все это диагностическая информация. Два маркера, стоящие рядом, могут означать тесную связь между отделами, их близкое взаимодействие. Два маркера, стоящие далеко, — разрыв коммуникации, отсутствие взаимодействия, изоляцию. Маркер, стоящий выше других (на подставке, коробке или просто на возвышении), может означать более высокий статус, приоритет, доминирование. Маркер, отвернутый от других, — изоляцию, нежелание взаимодействовать, игнорирование.

Третье — клиент выбирает фигурки для людей. Для генерального директора обычно выбирается самая крупная, массивная фигурка, желательно из дорогого материала (дерево, металл), что выражает его высокий статус и значимость. Для линейных сотрудников — более простые, мелкие фигурки, возможно, пластиковые, что выражает их подчиненное положение. Если клиент (руководитель) для своего подчиненного выбирает фигурку крупнее, чем для себя, это диагностическая информация о неформальном лидерстве или о том, что подчиненный воспринимается как более значимый, более компетентный. Если клиент для всех сотрудников выбирает одинаковые фигурки, это может указывать на восприятие их как недифференцированной массы.

Четвертое — клиент может использовать абстрактные объекты для репрезентации ресурсов и симптомов. Финансы могут быть репрезентированы золотистым камнем, металлическим шариком, блестящим объектом — что-то ценное, привлекательное. Конфликт — острым, угловатым, темным камнем, что-то ранящее, опасное. Кризис — тяжелым, давящим объектом, что-то гнетущее, несущее тяжесть. Успех — легким, светлым, приятным на ощупь объектом. Выбор клиентом того или иного объекта для ресурса или симптома является проекцией его восприятия: тяжелый камень для кризиса — кризис переживается как тяжелая ноша; легкий камешек для успеха — успех воспринимается как легкий, не требующий усилий.

Пятое — клиент может комбинировать маркеры и фигурки, создавая пространственные отношения, отражающие организационную структуру. Фигурка генерального директора может быть окружена маркерами отделов, что отражает его центральную позицию. Маркер «конкуренты» может стоять напротив всех фигурок и маркеров, лицом к компании, что отражает восприятие конкурентного давления. Маркер «рынок» может быть повернут к отделу продаж, отражая, что именно продажи являются связующим звеном с рынком. Маркер «кризис» может стоять между фигурками директора и финансового директора, отражая, что кризис локализован в их взаимодействии.

Клинический пример организационной расстановки. Руководитель компании, столкнувшийся с падением продаж, расставил маркеры: «маркетинг», «продажи», «финансы», «HR», «конкуренты», «рынок». Маркер «продажи» поставил далеко от всех, отвернутым от других маркеров. Маркер «конкуренты» поставил напротив, лицом к компании, на небольшом рас-

стоянии. Маркер «рынок» — выше всех, на коробке из-под карточек, что символизировало его недостижимость. Для себя (директора) выбрал крупную деревянную фигурку. Для финансового директора — такую же крупную, но металлическую, холодную. Диагностический вывод: отдел продаж находится в изоляции, его голос не слышен; конкуренты давят, воспринимаются как реальная угроза; рынок воспринимается как недостижимый, труднодостижимый; директор и финансовый директор равны по статусу, но финансовый директор воспринимается как холодный, формальный. Коррекция была направлена на восстановление связи с отделом продаж и снижение дистанции до рынка.

Первая типичная ошибка при формировании набора для организационных расстановок — недостаточное количество структурных маркеров. Если у ведущего только 10—15 карточек, клиент быстро исчерпывает их и вынужден либо стирать надписи на уже использованных, либо отказываться от введения новых элементов. Стирание надписи и использование карточки для другого элемента создает путаницу: клиент может забыть, что было написано на карточке ранее, а ведущий теряет возможность проследить динамику изменений. Минимальное количество карточек — 30—40, лучше 50—60. Карточки должны быть чистыми, без старых надписей. Ведущий должен иметь запасные карточки на случай, если клиенту потребуется больше.

Вторая типичная ошибка — неразборчивые или неаккуратные надписи. Клиент пишет мелко, неразборчиво, карандашом или тонкой ручкой. Ведущий не может прочитать надпись с расстояния, вынужден подходить, вставать, переспрашивать. Расстановка останавливается, клиент отвлекается от проекции. Если надпись не может прочитать сам клиент через несколько минут, это еще хуже — он забывает, что обозначал данным маркером. Ведущий должен заранее предупредить: «Пишите, пожалуйста, крупно, печатными буквами, чтобы я мог прочитать». Маркер должен быть с толстым стержнем (1—2 мм), черного или синего цвета. Карандаши и тонкие ручки не допускаются.

Третья типичная ошибка — использование антропоморфных фигурок для репрезентации абстрактных сущностей. Клиент ставит фигурку вместо маркера «отдел маркетинга» или «конкуренты». Это создает путаницу: фигурка ассоциируется с человеком, и ведущий может ошибочно интерпретировать ее как репрезентацию конкретного лица. Кроме того, фигурка навязывает абстрактной сущности антропоморфные атрибуты (пол, возраст, характер), которых у нее нет. Ведущий мягко поправляет: «Отдел лучше обозначить карточкой, чтобы не путать с людьми. А людей — фигурками». Если клиент настаивает на фигурке, ведущий принимает, но фиксирует это как диагностический признак: возможно, клиент персонифицирует отдел, воспринимает его как живое существо.

Четвертая типичная ошибка — отсутствие абстрактных объектов для ресурсов и симптомов. Если в наборе только фигурки и маркеры, клиент вынужден репрезентировать финансы, конфликты, кризисы с помощью маркеров с надписями «финансы», «конфликт», «кризис». Это менее наглядно и не дает тактильных ощущений. Абстрактные объекты — камни разного веса, фактуры, формы — позволяют клиенту выразить интенсивность и качество ресурса или симптома через тактильные ощущения. Тяжелый камень для кризиса клиент чувствует рукой, и это усиливает проекцию. В наборе должны быть абстрактные объекты разного типа.

Пятая типичная ошибка — слишком много антропоморфных фигурок для людей. Клиент может начать расставлять всех сотрудников компании (50—100 человек), что невозможно и бессмысленно. Модель становится перегруженной, клиент запутывается, теряет фокус на ключевых элементах. Ведущий должен ограничить количество фигурок до 5—7 ключевых пер-

сон, предложив: «Выберите ключевые фигуры, без которых расстановка не получится. Остальных можно обозначить маркером „сотрудники“ или „команда“». Если клиент настаивает на большем количестве, ведущий может разрешить, но предупредить о риске перегрузки модели.

Шестая типичная ошибка — игнорирование внешних факторов. Клиент расставляет только внутренние отделы и сотрудников, забывая о конкурентах, рынке, клиентах, регуляторах, экономической среде. Организация не существует в вакууме, и игнорирование внешних факторов делает модель неполной. Ведущий напоминает: «Что еще влияет на компанию извне? Может, добавим конкурентов? Рынок? Клиентов?». Если клиент отвечает «ничего не влияет», это диагностическая информация о закрытости организации или о нечувствительности клиента к внешней среде. Ведущий фиксирует, но не навязывает.

Седьмая типичная ошибка — неправильная ориентация маркеров. Маркеры, как и фигурки, имеют ориентацию — условное «лицо» и «спину». Клиент может поставить маркер «конкуренты» лицом к компании или спиной. Лицом — конкуренты активны, угрожают. Спистой — клиент их не замечает, недооценивает. Маркер «рынок» лицом к отделу продаж — рынок важен, с ним нужно взаимодействовать. Спистой — игнорирование рынка. Ведущий наблюдает за ориентацией маркеров, но не поправляет клиента. Ориентация является выбором клиента и диагностически значима. Если маркеры круглые и не имеют ориентации, это проблема — клиент лишен возможности выразить направление внимания.

Восьмая типичная ошибка — отсутствие возможности маркировать связи между элементами. Иногда клиенту нужно показать не только наличие отдела или человека, но и характер связи между ними — конфликт, тесное взаимодействие, отсутствие коммуникации. Абстрактные объекты могут быть использованы для этого: красный острый камень между отделами — конфликт, зеленый гладкий — сотрудничество. Ведущий должен предложить клиенту такую возможность: «Если хочешь показать отношения между отделами, можешь поставить между ними камешки». Наличие в наборе абстрактных объектов разного цвета и формы позволяет клиенту выражать нюансы межфункциональных отношений.

Девятая типичная ошибка — отсутствие запасных карточек и маркеров. Маркеры имеют свойство заканчиваться (высыхать), карточки — теряться или пачкаться. Ведущий должен иметь запасные маркеры и запасные карточки. Один маркер может высохнуть в самый неподходящий момент, расстановка остановится. Запасные карточки нужны, если клиент ошибся в надписи и хочет переписать. Ведущий должен быть готов к таким ситуациям и иметь все необходимое под рукой.

Десятая типичная ошибка — использование маркеров разного цвета без необходимости. Цвет маркера (черный, синий, красный, зеленый) может нести дополнительный смысл. Если клиент пишет «конкуренты» красным цветом, это может указывать на восприятие конкурентов как опасных, враждебных. Если зеленым — как дружественных. Если клиент не осознает этого выбора, цвет становится проекцией. Однако если ведущий использует маркеры разного цвета без системы, клиент может выбирать цвет случайно, и это создаст ложные диагностические признаки. Рекомендуется использовать маркеры одного цвета (черного) для всех надписей, чтобы цвет не вносил искажений. Цветные маркеры могут быть использованы специально, по просьбе клиента, если он хочет выразить что-то через цвет.

Симптоматические расстройства

Симптоматический запрос возникает в практике структурного моделирования при работе с клиентами, страдающими от психосоматических заболеваний, хронической боли, тревожных расстройств, фобий, панических атак, бессонницы, хронической усталости, а также различных функциональных нарушений. Клиент, обращаясь с таким запросом, фокусируется на своем телесном или эмоциональном состоянии, которое он переживает как проблемное. Репрезентации подлежат не люди, а феномены, не имеющие антропоморфной формы, — тревога, боль, страх, напряжение, усталость, бессонница, паника, ком в горле, тяжесть в груди, пульсация в висках. Эти феномены обладают параметрами интенсивности (сильная/слабая боль), характера (острая, тупая, жгучая, давящая, пульсирующая), локализации (голова, грудь, живот), временной динамики (постоянная, приступообразная, сезонная), эмоциональной окраски (пугающий, привычный, раздражающий).

Из природы этих феноменов вытекает требование к типу репрезентативных объектов. Симптом не имеет пола, возраста, позы, не может быть охарактеризован через антропоморфные параметры. Попытка репрезентировать симптом антропоморфной фигуркой будет навязывать ему ложные атрибуты, искажая проекцию. Для репрезентации симптомов необходимы абстрактные объекты, свойства которых — вес, фактура, форма, цвет, температура на ощупь — могут быть интерпретированы клиентом как соответствующие параметрам его переживания. Тяжелый камень может репрезентировать тяжелую, давящую боль. Легкая ракушка — легкое, едва ощутимое переживание. Острый, угловатый объект — острую боль или внезапный страх. Гладкий, округлый — тупую, ноющую, хроническую боль.

При подготовке к симптоматической расстановке ведущий достает из набора только абстрактные объекты. Антропоморфные фигурки и структурные маркеры на начальном этапе не предоставляются, чтобы не создавать у клиента ложного выбора между репрезентацией симптома и человека. Абстрактные объекты раскладываются на столе в один слой, сгруппированными по типу (камни, ракушки, природные материалы) или по форме. Клиент должен видеть разнообразие, чтобы иметь возможность выбора. Оптимальное количество абстрактных объектов для симптоматической расстановки — 20—30 единиц, различающихся по форме, фактуре, цвету, весу, температуре.

Клиенту дается инструкция, не содержащая указаний на то, какими свойствами должен обладать выбираемый объект: «Выберите объект, который будет обозначать ваш симптом (тревогу, боль, страх). Берите любой, который привлечет ваше внимание. Не думайте, доверяйте первому импульсу. Подержите его в руке, почувствуйте». Инструкция должна побуждать клиента к тактильному контакту с объектом, поскольку именно через тактильные ощущения наиболее полно проявляется проекция симптома. Если клиент спрашивает: «А какой камень лучше взять?», ведущий отвечает нейтрально: «Любой, который вам кажется подходящим».

Вес выбранного объекта является первым и одним из самых важных диагностических параметров в симптоматической расстановке. Тяжелый камень (100—300 грамм) репрезентирует симптом, переживаемый как тяжелая ноша, давящая, гнетущая, истощающая. Клиент, выбирающий тяжелый камень, бессознательно сообщает о высокой интенсивности переживания. Легкий камешек (10—30 грамм) репрезентирует симптом, переживаемый как легкий, едва ощутимый, незначительный. Если клиент выбирает объект, который для своего веса кажется ему «слишком тяжелым» или «слишком легким», он может заменить его на другой. Ведущий наблюдает за этим процессом.

Фактура поверхности объекта репрезентирует характер симптома. Гладкий, скользкий объект выбирается для репрезентации симптома, который «ускользает», не поддается контролю, трудно локализуется, «как рыба в руках». Шершавый, с заусенцами, как необработанный камень, — для раздражающего, «царапающего» симптома, который постоянно напоминает о себе. Ребристый, с выступами — для симптома, который «зацепляет», не отпускает, имеет несколько компонентов. С острыми краями — для острой боли, внезапного страха, режущего переживания. Клиент проводит пальцем по поверхности, оценивая ощущения.

Форма объекта репрезентирует пространственные характеристики симптома. Острый, угловатый, с выступами объект выбирается для острой боли, внезапного приступа страха, «колющего» переживания. Округлый, сглаженный — для тупой, ноющей боли, хронического, «притертого» переживания. Плоский, сплюснутый — для подавленности, «придавленности», отсутствия сил. Вытянутый — для симптома, который «растянут» во времени, имеет длительность. Клиент может вращать объект в руке, рассматривая его со всех сторон, прежде чем сделать выбор.

Цвет объекта репрезентирует эмоциональную окраску симптома. Черный или темно-серый выбирается для страха, депрессии, безнадежности, чувства пустоты. Красный или розовый — для гнева, ярости, воспаления, жара, а также для симптомов, связанных с кровью. Белый или прозрачный — для онемения, отсутствия чувств, «белой горячки», пустоты. Зеленый — для надежды (редко для симптома, чаще для ресурса). Синий — для грусти, тоски, холода. Клиент может не осознавать связи цвета с эмоцией, но его выбор не случаен.

Температура объекта на ощупь является дополнительным диагностическим параметром, который часто упускается из виду. Холодный камень (металлический, или камень, хранившийся в прохладном месте) выбирается для репрезентации «холодного» страха, озноба, ощущения ледяной руки на сердце. Теплый камень (деревянный, или камень, нагретый в руке) — для «теплой» боли, которая ощущается как жар, воспаление. Клиент может подержать несколько камней в руке, сравнивая их температуру, и выбрать тот, который соответствует его ощущению. Ведущий должен иметь объекты с разной теплоемкостью.

После выбора объекта для симптома клиент может добавить антропоморфную фигурку для себя. Симптом и клиент размещаются на поле. Расстояние между ними, взаимная ориентация, расположение симптома относительно тела клиента (спереди, сзади, сбоку, сверху, снизу) — все это диагностическая информация. Симптом, расположенный спереди, лицом к клиенту, — клиент его видит, осознает, возможно, боится. Симптом, расположенный сзади, — клиент его не видит, вытесняет, не осознает. Симптом, расположенный близко, — интрузивный, давящий. Симптом, расположенный на фигурке клиента, — симптом воспринимается как часть себя, неотделимый.

Клинический пример симптоматической расстановки. Клиент жаловался на хроническую боль в шее. Выбрал для боли тяжелый (около 200 грамм), шершавый, темно-серый камень с острыми краями. Для себя выбрал маленькую пластиковую фигурку. Камень поставил прямо за спиной своей фигурки, так, что не видел его. Диагностический вывод: боль воспринимается как тяжелая, раздражающая (шершавый), острая (острые края), темная (темно-серый), но клиент ее не видит (за спиной), вытесняет. В процессе расстановки выяснилось, что боль началась после развода, который клиент не пережил, «задвинул в спину». Когда клиент переставил камень спереди и назвал его «боль от развода», интенсивность боли субъективно уменьшилась.

Первая типичная ошибка при формировании набора для симптоматических расстановок — недостаточное разнообразие абстрактных объектов по весу. Если в наборе только легкие камни (10—30 грамм), клиент с тяжелой депрессией или сильной хронической болью не найдет объекта, соответствующего его переживанию. Он вынужден будет использовать легкий камень, что исказит проекцию — его боль будет репрезентирована как легкая, незначительная. В наборе должны быть объекты разного веса — от 10—20 грамм (легкие) до 200—300 грамм (тяжелые). Клиент должен иметь возможность взять тяжелый камень и почувствовать его вес в руке.

Вторая типичная ошибка — недостаточное разнообразие по форме. Если в наборе только округлые, гладкие камни (галька), клиент с острой болью не найдет острого, угловатого объекта. Он вынужден будет использовать округлый камень, что исказит проекцию — его острая боль будет репрезентирована как тупая. В наборе должны быть объекты разной формы — округлые, угловатые, плоские, вытянутые, с выступами, с острыми краями. Природные материалы (необработанные камни, ракушки, кораллы) дают богатое разнообразие форм.

Третья типичная ошибка — использование антропоморфных фигурок для репрезентации симптомов. Ведущий предлагает клиенту: «Выбери фигурку для своей тревоги». Клиент выбирает фигурку, начинает воспринимать тревогу как личность, разговаривать с ней. В некоторых терапевтических подходах это может быть полезно (персонификация симптома), но в стандартной диагностической расстановке искажает природу симптома. Тревога не имеет лица, рук, ног, пола. Абстрактный объект для симптома предпочтительнее. Если клиент сам выбирает фигурку для симптома без подсказки ведущего, это диагностический признак персонификации, который следует зафиксировать.

Четвертая типичная ошибка — игнорирование тактильных ощущений клиента. Ведущий только смотрит, какой камень выбрал клиент, но не спрашивает об ощущениях. А клиент может сказать: «Этот камень холодный, как моя боль», «Он острый, как страх», «Он тяжелый, как вина». Тактильные ощущения дают дополнительную диагностическую информацию, которую невозможно получить визуально. Ведущий должен спрашивать: «Какой этот камень на ощупь? Что ты чувствуешь, когда держишь его в руке?». Ответы клиента включаются в диагностическую гипотезу.

Пятая типичная ошибка — отсутствие возможности маркировать симптом. Клиент выбрал камень для тревоги, но хочет уточнить: «Это тревога перед экзаменом». На камне не напишешь. Ведущий предлагает маркер: «Можешь написать на карточке и положить рядом с камнем». Маркер дополняет абстрактный объект, уточняя его значение. Однако важно, чтобы карточка не заменяла камень, а была дополнительным элементом. Камень остается основным репрезентатором симптома, несущим тактильные ощущения.

Расстановки с субличностью

Запрос о внутренних конфликтах и субличностях возникает в практике структурного моделирования при работе с клиентами, испытывающими внутреннюю раздвоенность, противоречивые желания, трудности принятия решений, ощущение, что «часть меня хочет, а часть не дает». Клиент, обращаясь с таким запросом, фокусируется на интроецированных образах, которые он воспринимает как относительно автономные психические структуры — Внутренний критик, Внутренний ребенок, Взрослая часть, Творческое Я, Перфекционист, Бунтарь, Жертва, Спасатель. Эти субличности часто персонифицируются клиентом: они имеют свой

голос, характер, возраст, иногда пол. Репрезентации подлежат не внешние люди, а эти внутренние сущности, которые могут быть как персонифицированы (тогда требуют антропоморфной репрезентации), так и не персонифицированы (тогда требуют абстрактных объектов).

Из природы субличностей вытекает требование к использованию прежде всего антропоморфных фигурок, поскольку клиент обычно воспринимает их как отдельные «личности» внутри себя. Однако могут потребоваться также абстрактные объекты для репрезентации чувств, связывающих субличности (страх перед критиком, любовь к творческой части, гнев на запрет), и структурные маркеры для внутренних правил и запретов («не смей ошибаться», «будь идеальным», «сначала работа, потом отдых»). Таким образом, набор для расстановки с субличностями должен включать все три типа объектов, но с акцентом на антропоморфные фигурки.

При подготовке к расстановке с субличностями ведущий раскладывает перед клиентом прежде всего антропоморфные фигурки. Абстрактные объекты и маркеры предоставляются по мере необходимости, когда клиент сам заявляет о чувствах или правилах. Фигурки должны быть разнообразными по размеру, материалу, цвету, позе, чтобы клиент мог дифференцировать субличности. Для Внутреннего критика обычно выбирается крупная, темная, металлическая фигурка — строгая, холодная, авторитарная. Для Внутреннего ребенка — маленькая, светлая, деревянная или пластиковая — уязвимая, теплая, живая. Для Творческой части — яркая, необычная, с динамичной позой.

Клиенту дается инструкция: «Обозначьте свои внутренние части, которые конфликтуют или взаимодействуют друг с другом. Выбирайте фигурки так, как вам подсказывает внутреннее чувство». Если клиент не понимает, что такое «внутренние части», ведущий может уточнить: «Бывает, что одна часть вас говорит „надо работать“, а другая — „хочу отдыхать“. Обозначьте эти части фигурками». Клиент выбирает фигурки для каждой части. Количество субличностей обычно 2—5, редко больше.

Первое, что делает клиент, — определяет, сколько субличностей он выделяет, и выбирает для каждой фигурку. Выбор фигурки для каждой субличности диагностически значим. Крупная, темная, металлическая фигурка для Внутреннего критика — критик воспринимается как доминирующий, холодный, авторитарный. Маленькая, светлая, деревянная фигурка для Внутреннего ребенка — ребенок воспринимается как уязвимый, теплый, нуждающийся в защите. Если клиент выбирает для критика маленькую фигурку — критик не воспринимается как значимый. Если клиент выбирает для ребенка крупную фигурку — ребенок воспринимается как более взрослый, чем он есть (возможная инверсия).

Второе — клиент расставляет фигурки субличностей на поле. Расстояние между ними, взаимная ориентация, расположение выше/ниже — все это диагностическая информация о внутренней динамике. Внутренний критик часто стоит над Внутренним ребенком (выше, на возвышении) или смотрит на него сверху вниз, что отражает доминирование и подавление. Внутренний ребенок может стоять спиной к критику или в углу, что отражает избегание, страх. Творческая часть может быть изолирована, стоять далеко от других, что отражает ее подавление или невостребованность.

Третье — клиент может добавить абстрактные объекты для чувств, связывающих субличности. Страх перед критиком — маленький, темный, тяжелый камень рядом с ребенком. Гнев на критика — острый, красный камень. Любовь к творческой части — гладкий, розовый,

легкий камень. Выбор объекта для чувства следует тем же принципам, что и в симптоматических расстановках. Расположение чувства между субличностями или рядом с одной из них дает информацию о том, кому принадлежит это чувство и как оно влияет на взаимодействие.

Четвертое — клиент может добавить структурные маркеры для внутренних правил и запретов. Клиент пишет на карточках правила, которые он усвоил в детстве или которые действуют в его внутреннем мире: «не смей ошибаться», «будь идеальным», «сначала работа, потом отдых», «не злись», «не плачь», «будь хорошим для всех». Маркеры размещаются на поле. Часто правила стоят между критиком и ребенком (критик их транслирует, ребенок их принимает) или над всеми фигурками (правило воспринимается как объективный закон). Маркер может быть повернут лицом к ребенку (правило обращено к ребенку) или спиной (правило забыто, но действует).

Клинический пример расстановки с субличностями. Клиент, страдавший от перфекционизма и прокрастинации, выделил Внутреннего критика и Внутреннего ребенка. Для критика выбрал крупную металлическую фигурку черного цвета (10 см), стоящую с поднятой рукой. Для ребенка выбрал маленькую деревянную фигурку светлого цвета (3 см), согнутую, с опущенной головой. Критик стоял над ребенком на коробке, ребенок смотрел в пол. Добавил маркер «не смей ошибаться» между ними и тяжелый темный камень для страха у ног ребенка. Диагностический вывод: классическая инверсия, где критик доминирует, ребенок подавлен, правило жесткое, страх сильный. Коррекция включала уменьшение критика (замена на фигурку поменьше), постановку ребенка и критика на один уровень, переформулирование правила («я имею право на ошибку»).

Первая типичная ошибка при формировании набора для расстановок с субличностями — использование абстрактных объектов для субличностей, которые клиент воспринимает как личности. Клиент говорит «мой внутренний критик», «мой внутренний ребенок» — он их персонифицирует. Ему нужны фигурки, а не камни. Абстрактный объект не даст опоры для проекции личности. Ведущий предлагает фигурки. Если клиент сам выбирает камень для критика, это диагностический признак деперсонификации критика (восприятие его не как личности, а как функции или силы), и ведущий фиксирует это.

Вторая типичная ошибка — игнорирование внутренних правил. Клиент расставляет фигурки субличностей, но забывает о правилах, которые связывают их. А правила — это часто источник конфликта. Ведущий напоминает: «Есть ли в вас правила, которые вы усвоили? „Не смей ошибаться“, „Будь сильным“, „Не радуйся“? Может, напишем их на карточках?». Маркеры помогают сделать правила видимыми и затем переформулировать их в коррекционной фазе.

Третья типичная ошибка — недостаток маленьких фигурок для Внутреннего ребенка. Если в наборе самые маленькие фигурки 4—5 см, клиент выбирает фигурку этого размера, и образ ребенка искажается — он становится не таким уязвимым, маленьким, зависимым. Маленькая фигурка (2—3 см) подчеркивает уязвимость, зависимость, подчиненное положение. В наборе должны быть очень маленькие фигурки для репрезентации детских частей. Если клиент выбирает для ребенка крупную фигурку, это диагностический признак инверсии.

Четвертая типичная ошибка — недостаток выразительных поз. Для Внутреннего критика нужна фигурка с поднятой рукой или стоящая с упором на бедра — властная, требовательная. Для Внутреннего ребенка — с опущенной головой, сидящая, согнутая — уязвимая,

подавленная. Если позы однообразны (все фигурки стоят прямо с опущенными руками), клиент не может выразить эти нюансы. В наборе должны быть фигурки с разными позами.

Пятая типичная ошибка — недостаток абстрактных объектов для чувств между субличностями. Клиент может расставить фигурки критика и ребенка, но не иметь возможности обозначить страх, гнев, печаль, которые между ними. Абстрактные объекты (камни) позволяют это сделать. В наборе должны быть абстрактные объекты разного цвета, формы, веса, фактуры, чтобы клиент мог выразить разные чувства.

Ресурсные расстановки

Ресурсный запрос возникает в практике структурного моделирования при работе с клиентами, стремящимися к личностному росту, повышению уверенности, обретению внутренней опоры, развитию способностей, достижению целей. Клиент, обращаясь с таким запросом, фокусируется на позитивных состояниях и потенциалах — уверенности, спокойствии, силах, здоровье, вдохновении, поддержке, защите, любви, радости, творческой энергии. Репрезентации подлежат сущности, не имеющие антропоморфной формы, но обладающие качествами, которые клиент воспринимает как позитивные и желаемые. В отличие от симптоматических расстановок, где абстрактные объекты могут быть тяжелыми, темными, шершавыми, в ресурсных расстановках требуются объекты, вызывающие у клиента приятные тактильные и визуальные ощущения.

Из природы ресурсов вытекает требование к специальному отбору абстрактных объектов. В набор для ресурсных расстановок включаются гладкие, теплые, светлые камни; красивые ракушки с приятной фактурой; деревянные бруски из приятного на ощупь дерева; кристаллы и минералы с правильной геометрической формой; стеклянные кабошоны; полированные гальки; приятные на ощупь природные материалы. Неприятные, холодные, темные, шершавые, острые, тяжелые объекты для ресурсных расстановок не используются, так как они будут вызывать у клиента негативные ассоциации и искажать проекцию ресурса.

При подготовке к ресурсной расстановке ведущий достает из набора только специально отобранные приятные абстрактные объекты. Антропоморфные фигурки и структурные маркеры на начальном этапе не предоставляются, если только клиент не хочет репрезентировать ресурс как персонифицированную фигуру (например, «ангел-хранитель», «внутренний наставник»). Объекты раскладываются на столе в один слой. Клиенту дается инструкция: «Выберите объект, который будет обозначать ваш ресурс (уверенность, спокойствие, силы). Берите тот, который приятно держать в руке, который вызывает у вас хорошие ощущения».

Клиент перебирает объекты, гладит их, сравнивает, держит в руке. Выбор объекта для ресурса диагностически значим. Клиент, выбирающий гладкий, прохладный камень, может воспринимать ресурс как прохладу, спокойствие, отстраненность. Клиент, выбирающий теплый, шершавый камень — ресурс как тепло, уют, «землистость». Клиент, выбирающий тяжелый, массивный камень — ресурс как устойчивость, опора, надежность. Клиент, выбирающий легкий, почти невесомый объект — ресурс как легкость, свобода, вдохновение.

Цвет объекта для ресурса также диагностически значим. Светлый, золотистый, желтый может выбираться для уверенности, оптимизма, энергии. Голубой, синий — для спокойствия, умиротворения, ясности. Зеленый — для надежды, роста, исцеления, гармонии. Розовый — для любви, нежности, принятия. Белый — для чистоты, нового начала, ясности. Клиент, выби-

рающий темный камень для ресурса, может бессознательно воспринимать ресурс как «темный», неясный, пугающий — это диагностический признак.

После выбора объекта для ресурса клиент может добавить антропоморфную фигурку для себя. Ресурс и клиент размещаются на поле. Расстояние между ними, взаимная ориентация, расположение ресурса относительно клиента — все это диагностическая информация. Ресурс, расположенный близко, легко доступен. Ресурс, расположенный далеко, — недоступен, требует усилий. Ресурс, расположенный выше клиента, — воспринимается как идеал, к которому нужно стремиться. Ресурс, расположенный ниже, — как нечто, что можно «растоптать», не ценное. Клиент может перемещать ресурс, пока не найдет место, где «хорошо».

В ресурсных расстановках часто используется добавление ресурса к симптоматической расстановке. Сначала клиент репрезентирует симптом (тревогу, боль), затем добавляет ресурс (спокойствие, здоровье). Ресурс размещается рядом с симптомом. Клиент наблюдает, как ресурс влияет на симптом. Если симптом уменьшается, ресурс подобран правильно. Если нет — клиент выбирает другой ресурс. Это метод «проб и ошибок», который в структурном моделировании особенно эффективен благодаря многовариантности — клиент может перебирать разные объекты-ресурсы, пока не найдет подходящий.

Клинический пример ресурсной расстановки. Клиент с хронической тревогой выбрал для тревоги тяжелый, темный, шершавый камень. Для ресурса (спокойствие) перебрал несколько объектов: гладкий, прохладный, светло-голубой камень не подошел, теплый, тяжелый, темно-зеленый подошел. Ресурс был размещен рядом с тревогой, и тревога уменьшилась. Диагностический вывод: спокойствие для этого клиента — не прохлада и легкость, а тепло и тяжесть (устойчивость, надежность). Если бы в наборе не было теплого тяжелого камня, клиент не смог бы найти свой ресурс.

Первая типичная ошибка при формировании набора для ресурсных расстановок — использование неприятных, темных, холодных, острых, тяжелых объектов. Ресурс должен быть приятным. Ведущий заранее отбирает приятные объекты и предлагает их клиенту. Неприятные объекты убираются в коробку. Если клиент сам выбирает неприятный объект для ресурса, это диагностический признак, требующий исследования: возможно, клиент не верит в ресурс или воспринимает его как что-то пугающее.

Вторая типичная ошибка — использование антропоморфных фигурок для ресурсов, если ресурс не персонифицирован. Ресурс — не человек. Фигурка будет навязывать неверные ассоциации, ограничивать проекцию. Абстрактный объект предпочтительнее. Исключение — когда ресурс персонифицирован («ангел-хранитель», «внутренний наставник», «мудрый старец»). Тогда нужна антропоморфная фигурка, соответствующая образу.

Третья типичная ошибка — недостаточное количество приятных объектов. Если в наборе 2—3 приятных камня, клиент не имеет выбора. Он берет то, что есть, а не то, что подходит. Его выбор детерминирован ограниченностью набора, а не свободной проекцией. В наборе должно быть 10—15 приятных объектов разной формы, цвета, фактуры, веса, температуры. Клиент должен иметь возможность сравнивать, перебирать, выбирать.

Четвертая типичная ошибка — игнорирование расположения ресурса относительно клиента и симптома. Ведущий смотрит, какой объект выбрал клиент, но не смотрит, куда он его поставил. А расположение ресурса — ключевая диагностическая информация. Ресурс должен

быть «доступен» клиенту, а не спрятан за спиной или поставлен далеко. Ведущий фиксирует расположение и в диагностической фазе исследует его значение для клиента.

Комплексные запросы

Комплексный запрос возникает в практике структурного моделирования, когда проблема клиента затрагивает несколько уровней его системы одновременно. Клиент может прийти с жалобой на хроническую тревогу (симптоматический уровень), но в процессе аудита выясняется, что тревога связана с отношениями с матерью (семейный уровень) и внутренним запретом на выражение гнева (уровень субличностей). Аналогичным образом организационный запрос о падении продаж может быть связан с семейной историей основателя компании, где повторяется паттерн финансовых потерь. Комплексные запросы требуют от ведущего особой гибкости в выборе и комбинировании типов репрезентативных объектов, а также строгой последовательности в их введении.

Диагностика комплексного характера запроса происходит на этапе аудита, когда ведущий выявляет связи между разными сферами жизни клиента. Если клиент сообщает, что его тревога усиливается после звонков матери, это указывает на связь симптома с семейной динамикой. Если клиент говорит, что не может принять решение на работе, потому что «внутренний голос» говорит ему, что он недостаточно хорош, это указывает на связь организационного запроса с субличностью Внутреннего критика. Если клиент жалуется на хроническую усталость и одновременно рассказывает о многолетнем уходе за больным родственником, это указывает на связь симптома с родовой системой. Ведущий фиксирует эти связи в Предварительной Карте Системы.

При подготовке к комплексной расстановке ведущий должен иметь под рукой все три типа объектов, но не выкладывать их перед клиентом одновременно. Избыточное разнообразие на начальном этапе создает когнитивный шум и затрудняет спонтанную проекцию. Сначала выкладываются объекты того типа, который соответствует первичному запросу клиента. Если клиент пришел с жалобой на тревогу, сначала выкладываются абстрактные объекты. Если с семейным конфликтом — антропоморфные фигурки. Если с организационной проблемой — структурные маркеры. Остальные объекты остаются в коробке, но в доступной близости, чтобы ведущий мог быстро их достать.

Ведущий не должен «забегать вперед», добавляя объекты для тех уровней проблемы, которые еще не проявились в расстановке. Добавление семейных фигурок к симптоматической расстановке до того, как клиент сам свяжет симптом с семьей, будет навязыванием гипотезы ведущего. Клиент должен прийти к этому связыванию самостоятельно, через исследование конфигурации и собственных ощущений. Задача ведущего — создать условия для такого связывания, задавая открытые вопросы: «Что происходит с этим камнем (симптомом), когда ты думаешь о матери?». Если клиент замечает изменение ощущений, ведущий предлагает добавить фигурку матери.

Процесс добавления новых типов объектов в комплексной расстановке должен быть пошаговым и контролируемым. Ведущий говорит: «Я заметил, что ты связал свой симптом с матерью. Давай добавим фигурку для матери и посмотрим, что изменится». Клиент выбирает фигурку для матери и размещает ее на поле. Затем ведущий наблюдает за изменениями: меняется ли расположение камня-симптома, меняются ли ощущения клиента, появляются ли новые

импульсы. Только после того как новый элемент интегрирован в модель и клиент сообщил об изменениях, можно переходить к добавлению следующего элемента, если это необходимо.

Порядок добавления уровней в комплексной расстановке подчиняется логике системных законов, изложенной в первом томе. Сначала вводятся элементы, относящиеся к Закону Принадлежности (исключенные фигуры, семейные тайны). Затем — элементы, относящиеся к Закону Иерархии (инверсии в семейной или организационной системе). Затем — элементы, относящиеся к Закону Баланса (долги, перегрузы). Затем — элементы, относящиеся к Закону Интеграции (слепые зоны, невербализованные факты). Для комплексного запроса это означает, что семейные фигурки могут вводиться раньше, чем маркеры внутренних правил, если семейная динамика является первичной по отношению к внутреннему конфликту.

Работа с комплексным запросом требует от ведущего особого внимания к последовательности интервенций. Если клиент связал свой симптом с матерью, но в расстановке выясняется, что мать, в свою очередь, связана с исключенной фигурой бабушки, сначала вводится бабушка, и только после интеграции этой связи продолжается работа с симптомом. Нарушение последовательности — попытка работать с симптомом до восстановления принадлежности бабушки — приведет к тому, что симптом не изменится, так как его причина находится на более глубоком уровне. Ведущий должен быть готов к тому, что комплексная расстановка может потребовать нескольких сессий.

Клинический пример комплексной расстановки с подробным разбором. Клиентка пришла с запросом о хронической боли в спине. Первичный тип запроса — симптоматический. Ведущий выложил абстрактные объекты. Клиентка выбрала для боли тяжелый (около 250 грамм), темно-серый, шершавый камень с острыми краями. Боль была расположена за спиной клиентки, она не видела камень. На вопрос ведущего: «Когда боль усиливается?», клиентка ответила: «После разговора с матерью». Ведущий спросил: «Хочешь добавить фигурку матери?». Клиентка согласилась.

Ведущий добавил антропоморфные фигурки. Клиентка выбрала для себя маленькую пластиковую фигурку (4 см), для матери — крупную металлическую (10 см). Мать поставила лицом к себе, на расстоянии вытянутой руки. Камень-боль остался за спиной клиентки. Ведущий спросил о ощущениях: «Что изменилось?». Клиентка ответила: «Боль стала сильнее, как будто мать давит, а я не могу ни повернуться, ни убежать». Ведущий предложил исследовать, что стоит между клиенткой и матерью, и добавил структурные маркеры.

Клиентка написала на карточках: «не смей злиться», «будь хорошей дочерью», «мать всегда права». Маркеры были размещены между фигурками клиентки и матери. Клиентка сообщила: «Я чувствую, что эти правила давят, не дают дышать». Ведущий предложил добавить ресурс — спокойствие. Клиентка выбрала для спокойствия гладкий, теплый, светло-зеленый камень. Спокойствие было размещено рядом с клиенткой. Клиентка сообщила: «Стало легче, боль уменьшилась, но не ушла полностью».

Ведущий вернулся к семейной динамике и спросил о бабушке клиентки. Выяснилось, что бабушка умерла, когда клиентке было 10 лет, и в семье о ней не говорили, так как бабушка была «слишком мягкой и слабой». Ведущий предложил добавить фигурку бабушки. Клиентка выбрала для бабушки маленькую деревянную фигурку светлого цвета, поставила ее рядом с матерью, но лицом к клиентке. Камень-боль переместился сзади набок. Клиентка заплакала: «Бабушка меня видит, ей меня жалко. Мать на нее не смотрит, отвернулась».

Ведущий предложил клиентке произнести фразу признания бабушке: «Ты имеешь право быть здесь. Я тебя вижу». Клиентка произнесла фразу, затем добавила: «Мама, посмотри на бабушку, это твоя мать». Фигурка матери повернулась к бабушке. Камень-боль переместился еще дальше, клиентка сообщила об уменьшении боли на 70 процентов. Затем была проведена работа с правилами: маркеры были переформулированы в ресурсные фразы («я имею право злиться», «я хорошая дочь, даже если не согласна с матерью», «мать не всегда права, и это нормально»).

Диагностический вывод комплексной расстановки: боль в спине была связана с подавленным гневом на мать, который, в свою очередь, был связан с исключением бабушки из семейной системы (о ней не говорили). Внутренние правила запрещали выражение гнева и требовали беспрекословного подчинения матери. После интеграции бабушки и переформулирования правил боль уменьшилась. Отсроченный результат через месяц: боль практически исчезла, клиентка начала посещать психолога для проработки отношений с матерью.

Первая типичная ошибка при работе с комплексными запросами — выкладывание всех типов объектов перед клиентом одновременно в начале расстановки. Клиент видит фигурки, камни, карточки и не знает, с чего начать. Он начинает задавать вопросы: «А это для чего? А это? А мне что брать?». Спонтанность проекции теряется, расстановка превращается в интеллектуальную задачу по выбору типа объекта. Ведущий должен выкладывать объекты последовательно, начиная с того типа, который соответствует первичному запросу, и добавляя остальные только по мере проявления дополнительных уровней проблемы.

Вторая типичная ошибка — преждевременное добавление объектов на основании гипотезы ведущего, а не по запросу клиента. Ведущий слышит, что клиент упомянул мать, и сразу добавляет фигурку матери, не спросив клиента, хочет ли он этого. Это навязывание гипотезы. Клиент может быть не готов к этой связи, и добавление фигурки вызовет сопротивление. Правильно: сначала задать открытый вопрос: «Я слышу, что боль усиливается после разговора с матерью. Хочешь добавить фигурку матери и посмотреть, что изменится?». Клиент должен согласиться сам.

Третья типичная ошибка — игнорирование последовательности интервенций при работе с несколькими уровнями. Ведущий, выявив связь симптома с матерью, сразу начинает работать с правилами, не введя исключенную фигуру бабушки. Работа с правилами без восстановления принадлежности бабушки будет неэффективной, так как правило «не смей злиться» может быть именно наследием бабушкиной судьбы (она не злилась, была «слишком мягкой», и это привело к ее исключению). Последовательность должна определяться системными законами, а не произвольным выбором ведущего.

Четвертая типичная ошибка — перегрузка расстановки избыточным количеством объектов. Клиент и ведущий добавляют все новые и новые элементы: мать, отца, бабушку, дедушку, сестру, мужа, детей, правила, чувства, ресурсы. Поле переполняется, клиент теряет фокус, модель становится хаотичной, невозможно отследить связи. Ведущий должен ограничивать количество вводимых элементов, спрашивая: «Этот элемент действительно необходим для ответа на запрос клиента?». Если нет — его введение откладывается до следующей сессии.

Пятая типичная ошибка — отсутствие четкой фиксации завершения работы с одним уровнем перед переходом к следующему. Ведущий добавил фигурку матери, но не проверил,

интегрировалась ли она в модель, изменились ли ощущения клиента. Сразу добавляет правила, затем ресурсы. В результате непонятно, какая интервенция привела к какому изменению. Клиент перегружен. Правильно: после каждого добавления делать паузу, опрашивать клиента об изменениях, фиксировать новую конфигурацию, и только когда клиент сообщит, что «все устаканилось», переходить к следующему шагу.

Шестая типичная ошибка — игнорирование ресурсного уровня при работе с комплексными запросами. Клиент связывает симптом с семьей, прорабатывает исключения и правила, но симптом уменьшается лишь незначительно. Ведущий не добавляет ресурс. Клиент уходит с расстановки с частичным облегчением, но без инструмента для поддержания нового состояния. Добавление ресурса (спокойствие, уверенность, силы) в конце комплексной расстановки помогает закрепить изменения и дает клиенту внутреннюю опору. Ресурс должен быть подобран индивидуально, с учетом тактильных предпочтений клиента.

Седьмая типичная ошибка — недостаточное документирование комплексной расстановки. Из-за большого количества элементов и их типов ведущий может забыть исходную конфигурацию, последовательность добавлений, изменения ощущений клиента. Фиксация с помощью фотографий или схем каждого этапа необходима для последующего анализа и супервизии. Клиент также может забыть, что происходило, и через месяц не сможет вспомнить, какие инсайты получил. Фотография итоговой конфигурации, а лучше последовательность фотографий, является важным якорем для интеграции результата.

Восьмая типичная ошибка — работа с комплексным запросом в рамках одной сессии, когда требуется несколько сессий. Ведущий пытается решить все проблемы клиента за один раз, перегружая расстановку и клиента. Через час-полтора клиент устает, концентрация падает, дальнейшая работа становится малоэффективной. Ведущий должен уметь вовремя остановиться и предложить: «Сегодня мы дошли до этого уровня. Этого достаточно для первой сессии. Давай зафиксируем результат и продолжим через некоторое время». Профессионализм проявляется не в том, чтобы сделать «все и сразу», а в том, чтобы чувствовать границы возможного.

Девятая типичная ошибка — отсутствие четкого приоритета уровней. Ведущий не может определить, какой уровень проблемы является первичным, и начинает работать то с симптомом, то с семьей, то с правилами, то с ресурсами. Расстановка становится хаотичной, клиент теряет доверие к ведущему. Приоритет уровней определяется системными законами: сначала принадлежность (исключенные фигуры), затем иерархия (инверсии), затем баланс (долги и перегрузы), затем интеграция (слепые зоны). Ресурсный уровень может быть добавлен после завершения работы с дисфункциональными паттернами.

Десятая типичная ошибка — недостаточная подготовка клиента к комплексной расстановке. Клиент приходит с запросом о симптоме и не ожидает, что ему придется работать с семейными фигурками и маркерами правил. Когда ведущий начинает добавлять эти объекты, клиент удивляется, сопротивляется, не понимает, зачем это нужно. Ведущий должен на этапе аудита предупредить клиента о возможной комплексности его запроса: «Ваша тревога может быть связана с семейной историей. Если в процессе расстановки мы увидим эту связь, мы добавим фигурки членов семьи. Вы готовы к этому?». Информированное согласие на работу с разными уровнями является этическим требованием.

Одиннадцатая типичная ошибка — работа с комплексным запросом без достаточного опыта ведущего. Комплексные расстановки требуют от ведущего свободного владения всеми тремя типами объектов, понимания последовательности интервенций, умения удерживать фокус на запросе клиента и не «улетать» в смежные темы. Начинающему ведущему рекомендуется сначала освоить работу с каждым типом запроса по отдельности (семейные, симптоматические, организационные, субличности) и только затем браться за комплексные случаи. Супервизия сложных случаев является обязательной.

Двенадцатая типичная ошибка — отсутствие интеграции результатов после комплексной расстановки. Клиент получил множество инсайтов, но не знает, что с ними делать. Ведущий не формулирует домашнее задание, учитывающее все уровни. Домашнее задание должно быть комплексным: практика самовнимания (для симптома), конкретное действие в отношениях с матерью (для семейной динамики), работа с внутренним правилом (для субличности), использование ресурсного якоря (для ресурса). Без такого комплексного домашнего задания изменения могут не закрепиться.

Тринадцатая типичная ошибка — игнорирование роли ведущего в удержании структуры комплексной расстановки. Ведущий увлекается процессом и забывает, что именно он отвечает за последовательность, за ограничение количества элементов, за фиксацию этапов. Клиент не обязан знать системные законы и принципы; он спонтанно идет за своими ощущениями. Ведущий должен, не нарушая спонтанности, мягко направлять процесс, задавать структурирующие вопросы, вовремя останавливаться. Хорошо проведенная комплексная расстановка выглядит как спонтанный поток, но за этим стоит жесткая дисциплина ведущего.

Четырнадцатая типичная ошибка — использование комплексной расстановки для всех клиентов подряд без дифференциации. Не каждый запрос является комплексным. Клиент с изолированным семейным конфликтом, не связанным с симптомами, внутренними правилами или организационными проблемами, не нуждается в работе с абстрактными объектами и маркерами. Добавление их будет избыточным и отвлекающим. Ведущий должен точно диагностировать на этапе аудита, является ли запрос комплексным, или его можно решить в рамках одного типа объектов.

Пятнадцатая типичная ошибка — отсутствие проверки устойчивости комплексной конфигурации после завершения расстановки. Клиент сообщил об облегчении, но через неделю все вернулось. Ведущий не проверил, действительно ли интегрированы все уровни. В комплексной расстановке проверка устойчивости должна быть особенно тщательной: ведущий спрашивает у клиента, глядя на итоговую конфигурацию: «Что сейчас с камнем-симптомом? Что с фигуркой матери? Что с маркерами правил? Что с ресурсом?». Только когда клиент подтвердит, что все элементы находятся в устойчивой гармоничной конфигурации и его телесные ощущения комфортны, расстановку можно считать завершенной.

Практические рекомендации по формированию набора

Начинающему ведущему рекомендуется начать с универсального набора, сбалансированного по всем пяти принципам. Универсальный набор должен включать 15—20 антропоморфных фигурок разного размера (от 2 до 12 см), пола (мужские, женские, нейтральные), возраста (младенцы, дети, взрослые, пожилые), материала (дерево, металл, пластик, керамика), цвета (светлые, темные, цветные, прозрачные), позы (стоящие, сидящие, с поднятыми руками, с опущенной головой). Такой набор позволяет работать с семейными запросами и запросами о суб-

личностях. Фигурки можно приобрести в магазинах для настольных игр, в отделах с деревянными игрушками, а также изготовить на заказ.

Универсальный набор также должен включать 20—30 абстрактных объектов разной формы (округлые, угловатые, плоские, вытянутые, с острыми краями), фактуры (гладкие, шершавые, ребристые), цвета (от белого до черного, включая цветные), веса (от 10 до 300 грамм). Подойдут камни (галька, кварц, гранит, сланец), ракушки, шишки, желуди, деревянные бруски, металлические шарики, стеклянные кабошоны. Абстрактные объекты можно собирать на прогулках, покупать в магазинах для декора и рукоделия. Важно, чтобы объекты были чистыми, без острых краев, которые могут поранить клиента.

Универсальный набор должен включать 40—50 чистых карточек из плотной бумаги или картона, маркер с толстым стержнем (черный), а также запасной маркер и запасные карточки. Карточки могут быть стандартного размера (5х8 см) или нарезаны из плотной бумаги. Важно, чтобы карточки были плотными и стояли на поле, не падая. Маркер должен писать четко, не размазываться, не высыхать быстро. Ведущий должен регулярно проверять состояние маркера и карточек, заменяя их при необходимости.

Хранить набор удобно в пластиковом контейнере с разделителями или в нескольких небольших коробках, разделенных по типам объектов. Антропоморфные фигурки — в одной секции, абстрактные объекты — в другой, карточки и маркеры — в третьей. Раздельное хранение позволяет быстро достать нужный тип объектов, не перемешивая их. Контейнер должен быть прочным, закрывающимся, чтобы объекты не высыпались и не потерялись. Ведущий должен регулярно проверять комплектность набора, пополнять утраченные объекты.

Перед каждой расстановкой ведущий проверяет набор: все ли объекты на месте, нет ли сломанных фигурок, треснувших камней, грязных карточек. Грязные объекты следует протирать, сломанные — заменять, утраченные — восполнять. Клиент, работающий с неопрятным, неполным набором, может бессознательно воспринимать это как неуважение к его проблеме, что снижает доверие к методу. Эстетика набора является частью рабочего контекста и влияет на качество проекции.

Ведущий должен знать свой набор. Он должен помнить, какие фигурки у него есть, какого они размера, цвета, материала, позы; какие камни, ракушки, другие абстрактные объекты; сколько карточек. Это позволяет быстро ориентироваться и предлагать клиенту альтернативы: «У меня есть еще одна маленькая фигурка, но она темного цвета. Посмотрите, может, она подойдет?». Знание набора приходит с опытом, но начинающий ведущий может составить каталог или фотографию набора для быстрой ориентировки.

Расширение набора происходит по мере накопления опыта. Ведущий может добавлять специализированные фигурки (например, для работы с конкретными профессиями, если такие запросы часты), редкие камни с интересной фактурой, красивые ракушки, кристаллы, фигурки из необычных материалов. Однако расширение набора не должно нарушать принцип достаточности — слишком большое количество объектов создает когнитивный шум и затрудняет выбор. Оптимальный размер универсального набора — 20—25 антропоморфных фигурок, 30—40 абстрактных объектов, 50—60 карточек.

Ведущий, работающий преимущественно с одним типом запросов, может иметь специализированный набор, а не универсальный. Для ведущего-специалиста по семейным расста-

новкам достаточно набора антропоморфных фигурок с небольшим дополнением абстрактных объектов и карточек. Для ведущего-специалиста по организационным расстановкам нужны прежде всего карточки и маркеры, а также фигурки для ключевых персон. Для ведущего-специалиста по симптоматическим расстановкам нужны прежде всего разнообразные абстрактные объекты. Специализация позволяет сократить размер набора и сделать его более удобным.

Изложенные принципы выбора набора — соответствия, достаточности, контрастности, нейтральности, доступности — являются универсальными для всех типов запросов. Соблюдение этих принципов обеспечивает клиенту свободу проекции и полноту диагностической информации. Нарушение любого из принципов снижает качество расстановки. Ведущий, формирующий набор, должен систематически проверять его на соответствие всем пяти принципам и корректировать при необходимости. Качественный набор является необходимым условием эффективной работы в формате структурного моделирования.

Организация пространства для структурных расстановок

Пространство, в котором клиент размещает репрезентативные объекты, является не нейтральным фоном, а активным элементом структурной расстановки, влияющим на качество проекции и диагностическую точность. В отличие от групповой расстановки с живыми заместителями, где пространство моделирования — это вся комната, в которой могут свободно перемещаться заместители, пространство для структурной расстановки имеет четкие границы и фиксированную рабочую поверхность.

Эта поверхность — стол, ковер или специальный планшет — становится «сценой», на которой разворачивается внутренний мир клиента в форме пространственной конфигурации объектов. Правильная организация этого пространства является необходимым условием для того, чтобы клиент мог свободно проецировать свое содержание, а ведущий — точно считывать диагностическую информацию.

Организация пространства для структурных расстановок подчиняется нескольким фундаментальным принципам, которые выводятся из закономерностей человеческого восприятия и механизмов проекции.

Первый принцип — нейтральность: рабочая поверхность и окружающее пространство не должны содержать элементов, которые отвлекают клиента или навязывают ему дополнительные значения.

Второй принцип — достаточность: размеры поверхности должны позволять разместить все предполагаемые объекты с возможностью их перемещения, но не быть избыточно большими, чтобы клиент не терял фокус.

Третий принцип — доступность: клиент должен иметь возможность свободно дотянуться до любой точки поверхности, не вставая и не делая лишних движений.

Четвертый принцип — фиксируемость: конфигурация объектов должна быть легко фиксируемой (фотографирование, схематизация) для последующего анализа.

Эти принципы реализуются через конкретные параметры: выбор типа рабочей поверхности (стол или ковер), ее размера, формы, цвета, материала; организацию освещения и фона; определение позиций клиента и ведущего; маркировку границ и зон; минимизацию отвлекающих факторов. Каждый из этих параметров имеет теоретическое обоснование и практическое значение, которое будет раскрыто в следующих разделах. Пренебрежение любым из них снижает качество проекции, затрудняет диагностику и может приводить к ложным выводам. Веду-

щий, организующий пространство для структурной расстановки, должен подходить к этому task с той же тщательностью, что и к подбору репрезентативных объектов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

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

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