

PORADENSKÝ ROZHOVOR KOMUNIKACE V INTERVENCÍ A PROVÁZENÍ

Faktory účinnosti

ZNAMY PORADENSKÉHO ROZHOVORU

- ✘ Rámcové podmínky – čas, místo, zasedací pořádek
- ✘ Svoboda klienta – vyjádření se k problému
- ✘ Asymetrie dialogu – usměrňování témat poradcem, opakování
- ✘ Předcházení identifikaci s problémem
- ✘ Poskytuje informace o souvislostech
- ✘ Tabu – problémy poradce

STRUKTURA _PRŮBĚH PORADENSKÉHO ROZHOVORU

Stop Dropout (2010)

Stížnost

- + problém, nespokojenost – představa o nefunkčním stavu

Objednávka

- x vyjádření touhy po změně

Formulace cílů

- ❖ posilování odpovědnosti za změnu
- ❖ základní vymezení pro intervenci

Dohoda, kontrakt

- ❖ formulace pravidel a podmínek intervence
- ❖ časový rámec

KOMUNIKACE V PORADENSKÉM VZTAHU

Vyjednávání při konfliktech – problémech

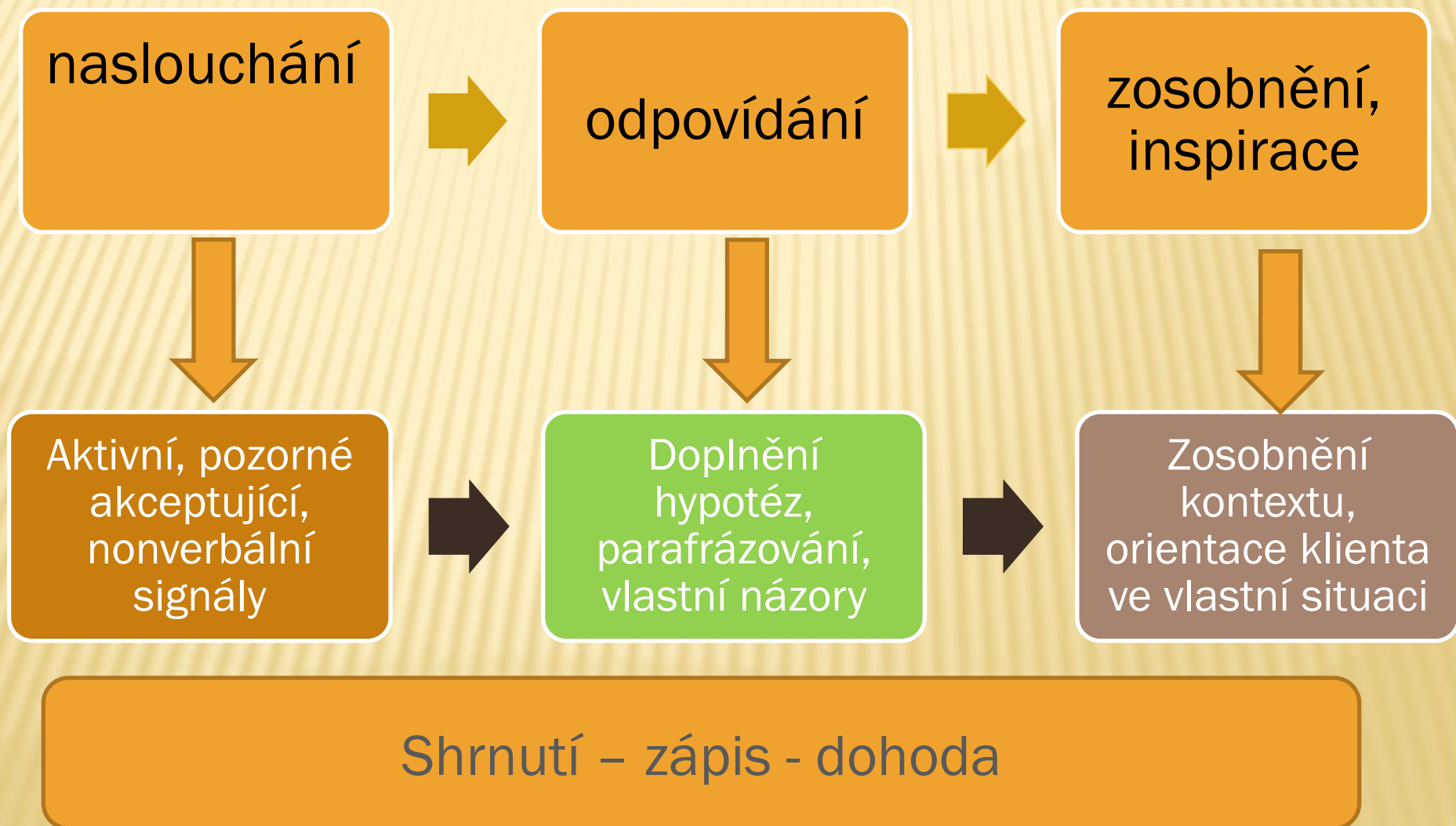
- + Společné vzájemné přibližování klienta a poradce
- + Společné přibližování k řešení problému
- + Otevřená situace

Poradce

- × vyjadřuje předběžné pochopení problému
- × nesmí se pokládat za všeznalého, bezchybného

3 KAMENY STRATEGIE PR

(SROV. BÄURLE, IN: KÖHN, 2003, S. 279, MAREŠ, KŘIVOHLAVÝ, 1995, S. 64 – 66)



OTÁZKY

- ✘ Kruhové - co děláš, když...
- ✘ Budoucnost - jak to bude vypadat, až...
- ✘ Hypotetické - co by se stalo, kdyby...
- ✘ Zázrak – kdyby symptom náhle zmizel...
- ✘ Škálovací – 1 až...

PIÍŘE PORADENSKÉHO ROZHOVORU

Emoce - prožitek



Kognice -
pochopení



Regulace -
aktivizace

EMOCE PŘÍPRAVA KLIENTA NA NOVÝ ZPŮSOB NAHLÍŽENÍ PROBLÉMU

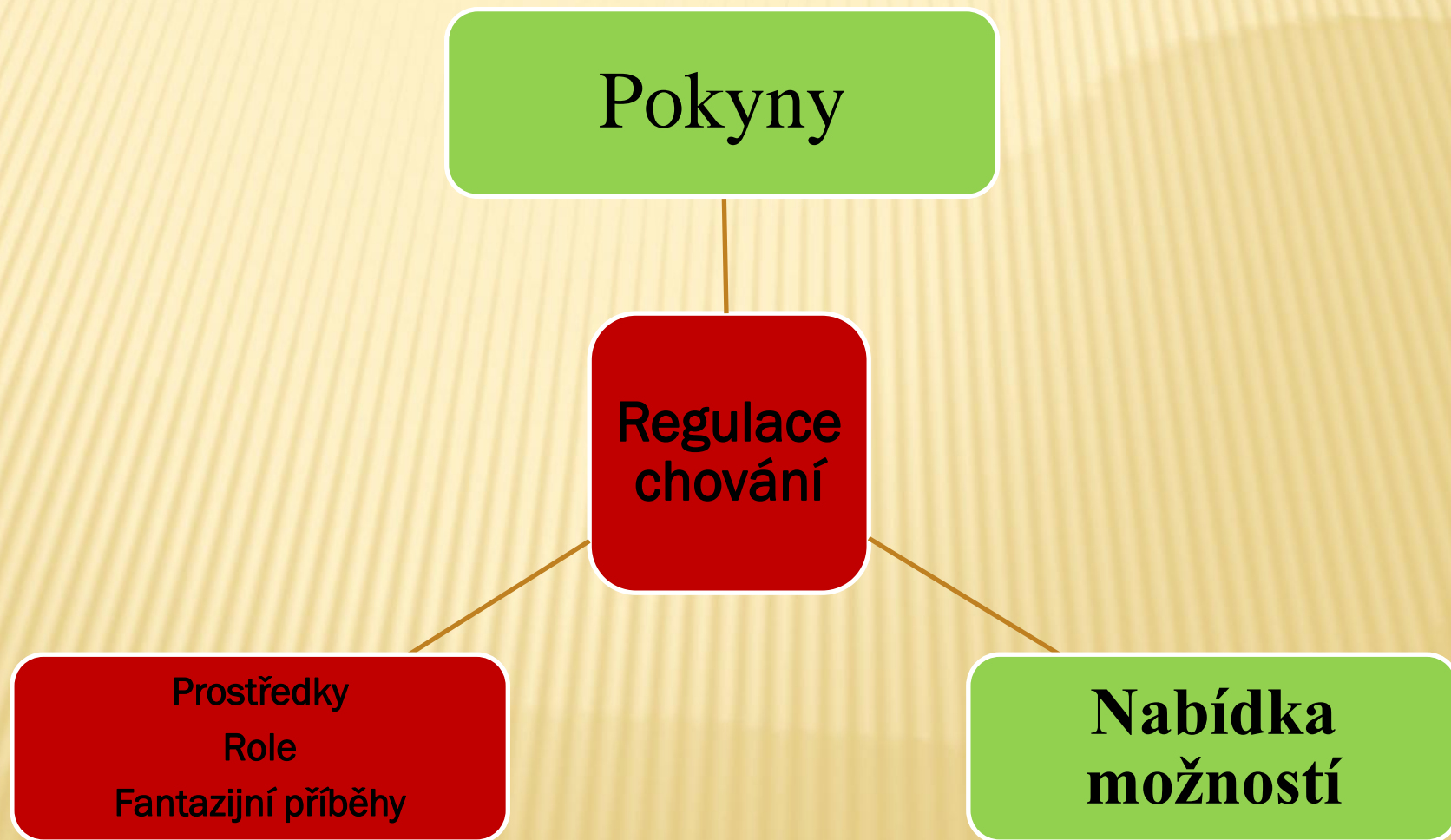
Verbalizace prožitků
Opis citů, vjemů, zážitků

Emocionální
prožívání

Hodnotící úsudky

Volný popis
potlačovaných citů, nálad

REGULACE CHOVÁNÍ SEBEAKTUALIZACE, SEBEPODPORA



PROCES KOGNITIVNÍHO ZVLÁDNUTÍ – SEBEREGULACE

Reverbalizace

Opis sdělení

Opakování více způsoby



Hledání

Přemýšlení v kontextu témat

Poznávání



Strukturování

Souvislosti

Scénáře



Interpretování

Pozadí problému

Koncepty řešení

PŘÍPRAVA NOVÝCH ŽIVOTNÍCH SCÉNÁŘŮ



ZÁVĚR PR - DOHODA

Co

Kdo

Kdy

STIMULACE NE MANIPULACE

Poradce

- ✘ nesmí podlehnout úmyslu přesvědčit příjemce o svém vlastním řešení,
- ✘ musí mu nechat svobodu pro vyhledávání a rozhodování o vlastní cestě.

Literatura ke studiu: Bělohlávek, F. 20 typů lidí jak s nimi jednat, jak je vést a motivovat. 2012

Motschnig, R., Nykl, L. Komunikace zaměřená na člověka. 2011