

## Aktivní naslouchání = základ



Aktivní naslouchání je způsob, při kterém nejen registrujeme, co druhý říká, ale současně jej povzbuzujeme ke sdělování informací, volnému vyjadřování myšlenek, představ, názorů a postojů neverbálními i verbálními prostředky. Aktivním nasloucháním získáváme potřebné informace a současně ověřujeme vzájemné pochopení.

Platí několik principů vedoucích ke správnému naslouchání:

- ten kdo naslouchá, by měl mít důvod nebo účel, pro který naslouchá
- ten, kdo poslouchá, by měl potlačit od počátku snahu po hodnocení
- naslouchající by měl vyloučit rušivé elementy – hluk, jiné hovořící lidi atd.
- naslouchající by měl počkat s odpověďmi, nereagovat rychle, příliš rychlá odezva snižuje efektivitu naslouchání
- naslouchající by měl umět znovu formulovat svými vlastními slovy obsah a pocity z toho, co hovořící řekl, tak aby s tím hovořící souhlasil

Techniky pro aktivní naslouchání

- Pozornost posluchače (pracovníka) je zcela zaměřena na hovořícího (klienta).
- Pracovník je ochoten naslouchat a porozumět i citovým prožitkům klienta.
- Pracovník udržuje zrakový kontakt s hovořícím (mimika).
- Zaujímá otevřený postoj, může být nakloněn k hovořícímu (pozor na neverbální signály - postoj, proxemiku)
- Občas přikývne hlavou pro vyjádření pozornosti a souhlasu.
- Pro vyjádření vlastních emocí používá vhodnou (přijatelnou) mimiku bez vyjadřování silných nebo hodnotících emocí.
- Občas vyjadřuje souhlas slovy: *ano, chápu, rozumím, bezva....*
- Klade doplňující otázky, které motivují a povzbuzují klienta k rozvinutí hovoru (otevřené otázky).
- Občas povzbuzuje slovy: *aha...hmm...rozumím...jen povídejte dál...jak jste to myslel?... poslouchám vás...říkáte, že...aha, vy jste tedy...*
- Pracovník akceptuje klienta, tzn. nehodnotí ho, ale respektuje a vytváří pozitivní vztah. Nezabývá se klientovými nežádoucími vlastnostmi.
- Všimá si neverbálních projevů a emocí klienta (gest, polohy, postoje, mimiky, paralingvistiky) a může na ně slovně reagovat (*vidím, že vás to teď rozčílilo ... co se stalo? ... rozumím těm emocím ...*).
- Na závěr nebo i v průběhu shrnuje sdělení a ujišťuje se, že jsme správně rozuměli.

**Takže ještě jednou jinak:**

**Povzbuzování** (nebojte se .... povídejte ... já vás poslouchám....)

**Objasňování** (pokud jsem vám správně rozuměl... jak jste to myslel, když jste mluvil o..., zkuste mi to ještě víc vysvětlit ... možná jsem špatně rozuměl, je to tak, že ...?)

**Parafráze** (opakování vět, konce vět stejnými slovy - jen tak si můžeme být jisti, že navazujeme na hovor klienta a nevnašíme do hovoru svá témata). Snažíme se používat stejné výrazy jako klient.

**Reflexe** (co to teď s vámi dělá, když o tom mluvíte ... vidím, že vás to rozesmutnilo, čím to? .... )

**Shrnutí** (rekapitulace sděleného ... s navázáním do dalšího hovoru ... které téma, kterými jsme prošli, bylo pro vás to nejdůležitější?...)

**Uznání** (vyjádření ocenění .... Je fajn, že o tom dokážete mluvit ... to musí být těžké, to chápu ... to od vás chtělo hodně odvahy)

## Techniky pro vedení rozhovoru s klientem



Snažíme se vždy klást **otevřené otázky** (téměř vždy je to možné). Otevřené otázky mají na začátku tázací zájmeno (jak, kdo, kdy, čím, kde ... atd.). Raději se vyhýbáme otázce **PROČ** (Může být obviňující). Nahrazujeme ji např. jak se to stalo, že .... Co bylo tím hlavním impulsem k ....

**Postup GROW – uplatňovaný zejména v koučování, pro nep psychologickou (ale i psychologickou) pomoc vhodný.**

**Cíl (G - goal)**

Čeho chce klient dosáhnout, s čím chce z konzultace odejít. Je v souladu s **objednávkou**. Klient formuluje, čeho chce dosáhnout, co chce změnit (klientův cíl) a objednává si u nás pomoc. Objednávka už více naznačuje to, co konkrétního má pracovník dělat, aby klient naplnil svůj cíl.

## **Téma není cíl a ani objednávka**

**Příklad tématu:** Mám problém s mým synem .... Pořád se hádáme s manželem .... Nestačím na výuku ...

**Příklad cíle:** Chci se naučit lépe hospodařit se svým časem .... Chci se naučit lépe zvládat své děti .... Chci se naučit komunikovat s manželem .... Chci se rozhodnout, zda mám ...

**Příklad objednávky:** Pomozte mi uspořádat si myšlenky a rozhodnout se .... Chtěla bych tady získat nějaké inspirace .... Poradte mi .... Chtěla bych znát, jak to vidíte.... Chtěla bych znát jiný pohled na ...

Cíle i objednávky pomáhá pracovník klientovi naformulovat s vědomím, že témata, cíle a objednávky jsou vždy klientovy. Pomoci klientovi naformulovat dosažitelné cíle a splnitelné objednávky vyžaduje zkušenost a dobré (aktivní) naslouchání. Chce-li klient jasné rady, vedeme jej nejprve k vlastním návrhům a hledání řešení. (ptáme se, jaké rady už slyšel, k čemu mu rady jsou, jak mu fungují ...)

Možné otázky na Goal (viz objednávky):

*S čím potřebujete pomoci? V čem hledáte podporu? Čeho chcete dosáhnout? K čemu vám mohu být užitečný? Co ode mne čekáte? Jak dlouho se tomu chcete věnovat? Co jsme schopni vyřešit dnes a tady? Co byste si potřeboval odnést, abyste byl spokojený? Co nejmenšího by se mělo stát, aby to bylo lepší? V jakém časovém horizontu? Atd.*

Objedávka se může v průběhu preformulovat, pracovník ji nemusí přijmout, pokud neví, co s tím. Může klienta „předat“. Ptáme se i na to, jak vůbec klient pozná tu změnu a kdo jiný ji pozná (systemický přístup).

*Na čem poznáte, že už je to dobré? Na čem poznáte, že jste si cíl naplnil? Jak by se lidé chovali, kdyby ten „problém“ nebyl? Na čem pozná, že se to zlepšilo? Kdo to ještě pozná?*

Systemická technika – zvýšení citlivosti ke změně: *Otázka na zázrak: Kdybyste se ráno probudil a ten problém byl pryč (váš syn už by nezlobil), jak by to vypadalo?*

Pozn.: Slůvko **problém** používáme jen případně, že jej použije klient jako první (aktivní naslouchání). Sami neoznačujeme klientovo téma jako problém.

## **Situace (R - Reality)**

V této fázi jde o vyjasnění tématu, situace, vidění věci klientem, klientovo chápání.

Možné otázky na Reality:

*Jak vůbec ta situace vypadá? (pověz mi o tom něco). Kdo – co v tom hraje nějakou roli? Kdo s tím má největší starost?*

*Ptáme se, co už zkusili: Kdo už vám radil? Koho jste se ptal? Co jste už slyšeli od jiných? Jak to vidí jiní? Co jste už zkoušeli? S jakým výsledkem? Která z předchozích rad byla nejužitečnější? Co fungovalo alespoň trochu? Co pomáhá? Kdy se situace horší nebo lepší?*

*Systemické techniky:*

Měření na škále: *Když si představíte škálu 0 až 10, kde 0 znamená vůbec se mi to nedaří a 10 znamená že už je to v pořádku – kde na té škále jste teď, Kde jste byla na začátku roku? Kde chcete být zítra, za pět let? Co musí být jinak, abyste se dostal z ... (např. 3 na 8)?*

Cirkulární dotazování (rozšiřuje možnosti pohledu a porozumění): *Jak tomu rozumí jiní lidé (kolegové, rodiče...)? Co na to říkají? Jak to vidí ten člověk, kterého se to týká?*

## **Možnosti (O - Options)**

V této fázi se generují možnosti řešení, cesty k naplnění cíle. Cesty k řešení jsou klientovy cesty, neměl by je nabízet pracovník (pokud má super inspiraci, tak se může na konci generování nápadů zeptat, zda může nabídnout svůj nápad...).

Možné otázky na Options:

*Co vám lidé radí? Co z toho, co se již zkoušelo, bylo nejnadějnější? Na co by se dalo navázat? Co by se ještě dalo zkusit? Co by vám mohlo pomoci k nalezení řešení? Jak to dělají jiní? Představte si někoho ve své situaci, co byste mu poradil?*

Techniky: *Brainstorming. Udělejte seznam i těch nejnemožnějších řešení. Co z toho seznamu je nejpřijatelnější (seřadit dle přijatelnosti).*

## **Kroky – konativní složka (W - Will):**

V této fázi vedeme klienta ke konkrétní představě, jak bude věc řešit. Co konkrétně udělá, jaké budou jeho kroky a co by mu mohlo v řešení situace zabránit. Co by mu naopak mohlo pomoci.

Možné otázky na Will:

*Jaký bude první krok? Co potom? Jak to bude vypadat? Co konkrétně řeknete? Kdy začnete? Jak dlouho to bude trvat? Co to může zhatit? Jak předejít neúspěchu? Co když to nebude fungovat? Řekněte mi konkrétně, jak to budete dělat. Jak získáte konkrétní představu? Jaký si uděláte plán? Co si donášíte za úkol?*

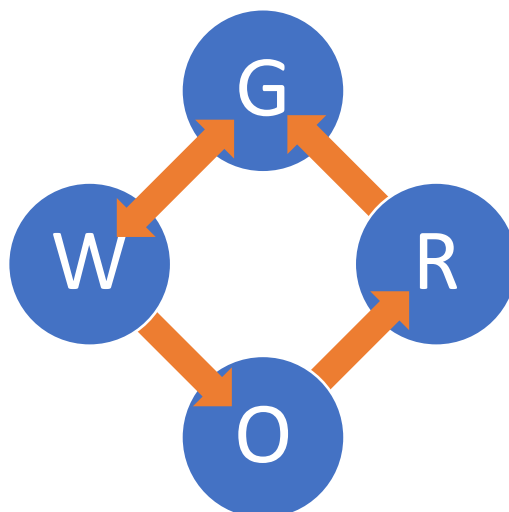
Techniky:

*Otázky na zdroje: Kdo vám v tom může pomoci? Co může pomoci? Od koho čekáte podporu?*

*Přímý nácvik (behaviorální složka): Zkuste si, jak mu to řeknete. Řekněte mi konkrétně, jak to uděláte. Ukažte mi to.*

Může se stát, že klient odhalí, že jeho cesta není dobrá, vracíme se tedy zpět do Options.

GROW je cirkulární model, můžeme se vracet zpět (až k objednavce), pokud v některé části zjistíme, že to nefunguje. Volba je na klientovi, pracovník si však vždy uvědomuje, ve které fázi jsou.



## Další techniky pro vedení rozhovoru

**Rekapitulace** (je užitečná pro klienta i pracovníka, pokud je témat hodně, neví, kudy dál... atd.): *Pojďme si to vzít znovu od začátku, nejprve jsme mluvili o .... Pojďme si shrnout ty nápady....* Důležité při uzavírání sezení.

**Mlčení** (velmi užitečná technika, zvl. Když vidíme, že klient přemýšlí) Po mlčící pauze: ... *co vám teď šlo hlavou?*

**Oceňování** (je součástí aktivního naslouchání). Oceňovat zejména nápady a snahy klienta.

**Kontrola užitečnosti** (v průběhu i na konci sezení). To, co teď děláme, v čem to pomáhá? Co dělat jinak? Jak? Čím bych vám pomohl lépe? Pokud bylo něco užitečné, co to bylo? Můžeme využít škálu pro měření užitečnosti. (Kde jste nyní na té škále?) Co bylo z objednávky naplněno? Co ještě ne? Co ještě zbývá dokončit? Čemu (příště) věnovat pozornost?

## Další pravidla

- **Nehrnout otázky, stačí poslouchat, co klient říká a dotazovat se na detaily (hloubkový rozhovor).**
- **Nechat klienta přemýšlet. (Nepřemýšlíme za klienty). Pomáhat klientovi rozvíjet nápady do detailu.**
- **Vedeme klienta k samostatnosti, uvědomění (situace), sebedůvěře a přebírání odpovědnosti za své rozhodnutí.**
- **Otevřené otázky!**
- **Neradit!**
- **Mluvit méně než klient. Užitečné je mlčení a otázka „Co ještě?“ (Rozvíjí možnosti a vede k přemýšlení)**
- **Tužku a papír má k dispozici pracovník i klient.**

## Reflektující tým (Tom Andersen)



Technika využívána v přímé práci s klientem se supervizními prvky. Při práci s klientem je přítomen reflektující tým (*reflecting team*) odborníků a nabízí své nehodnotící popisné pohledy na proces práce s klientem – dění mezi klientem a pracovníkem, Nabízí reflektivní otázky. Cílem je rozšířit pohledy klienta i pracovníka.

### Pravidla:

- V týmu je 3-5 osob, tvoří uzavřený kruh, hovoří jen mezi sebou
- Hovoří jen na výzvu pracovníka, reflektují, co slyšeli, ale nikoli vše, co viděli. Mohou vnášet své myšlenky, pocity.
- Myšlenky jsou prezentovány nedirektivně, například „zajímalo by mě“, „snad“... „napadlo mě“... Neradí se. Nehodnotí ani klienta, ani pracovníka ani sami sebe mezi sebou.
- Komentáře jsou formulovány jako pozitivní nebo logické nikoli jako negativní či obviňující, oceňuje se úsilí.
- Střídají se ve slovu, neskáčou si do řeči, nepopírají jeden druhého.
- Hovoří pomalu, srozumitelným jazykem, krátce.
- Hovoří o případu, procesu, ne k pracovníkovi a klientovi (hovoří o nich ve 3. os. č. j.)
- Pracovník hovor v týmu ukončuje a předává slovo „klientovi“ (*Co jste slyšel/a? Co stálo za zapamatování? Co bylo zajímavé?*)
- Pracovník může oslovit tým několikrát za jedno sezení.

### Více na:

[https://www.researchgate.net/publication/247763522\\_The\\_Reflecting\\_Team\\_A\\_Training\\_Method\\_for\\_Family\\_Counselors](https://www.researchgate.net/publication/247763522_The_Reflecting_Team_A_Training_Method_for_Family_Counselors)

LAZAROVÁ, Bohumíra, Dan Roger STRÄNG, Roald JENSEN a Dag SØRMO. Podpora učení ve školách. Vydání první. Brno: Masarykova univerzita, 2016. 147 s. ISBN 978-80-210-8310-3. doi:10.5817/CZ.MUNI.M210-8310-2016.