

MODUL 2

# PRÁCE S KLIENTEM

# V OBČANSKÉM PORADENSTVÍ

Základní školicí materiál Asociace občanských poraden



Březen 2002

# 1: PORADENSKÝ ROZHOVOR

## Cíle kapitoly 1

Po prostudování této kapitoly budete schopni rozeznat:

- cíle rozhovoru,
- fáze rozhovoru,
- dílčí kroky realizované v jednotlivých fázích rozhovoru.

## Úvod

Tato kapitola poskytuje teoretický rámec pro kapitoly 2 a 3.

Probíraný postup je založený na principech knihy *The Skilled Helper - A Systematic Approach to Effective Helping (Kvalifikovaný pomocník - systematický přístup k efektivní pomoci)*, autor Gerard Egan, 3. vydání, r. 1986, nakladatelství Brooks/Cole Publishing Company.

Většina z myšlenek obsažených v tomto modulu odráží obsah Eganovy knihy.

## 1.1 CÍLE ROZHOVORU

Tato část úzce souvisí s cíli občanského poradenství (viz Modul 1A), kde jsme je popsali jako pomoc klientům zvládat jejich vlastní problémy tak, aby sami pro sebe byli schopní udělat vše potřebné, za využití všech svých vědomostí a schopností. To se nazývá **posilování** (podpora) klientů. Poradenský rozhovor má směřovat k posílení lidí tak, aby byli lépe připraveni zvládnout své problémy co nejefektivnějším způsobem.

Takto obecně formulovaný cíl je možno rozdělit na tři části:

- **a) pomoci lidem při řešení jejich problémů**

Jde o to, pokud je to možné, pomoci klientům navodit takovou změnu, která jejich situaci částečně, nebo i výrazně zlepší.

V některých případech můžeme lidem pomoci nalézt řešení. V jiném případě problémy řešení nemají, ale existuje u nich možnost buď určité **změny k lepšímu** nebo alespoň změny postoje klienta k danému problému.

Smysluplný terapeutický účinek má už to, že někomu věnujeme svoji pozornost, aktivně a pozorně mu po určitou dobu nasloucháme, akceptujeme myšlenky a pocity klienta. Už to může podstatným způsobem změnit situaci. Klient může pocítit úlevu a ztratit tísnivé pocity jenom v důsledku toho, že ho někdo vyslechne. Pocity osamění a toho, že je každému lhostejný, byly u něj nahrazeny zjištěním, že právě vám lhostejný není. S tímto vědomím se problémy klientovi zvládají poněkud lépe.

Uveďme příklad ilustrující předchozí myšlenku: Pokud někdo trpí nevyčísitelnou nemocí, má problém, který nemá řešení. Dříve nebo později takový člověk zemře. Je ale možné, aby se na to připravil. Na této myšlence je založeno hospicové hnutí.

- **b) pomoci lidem převzít odpovědnost za vlastní rozhodování a konání**

Naším úkolem při rozhovoru není převzít zodpovědnost za rozhodování klienta, ale pomáhat lidem zvládat jejich vlastní problémy tak, aby dále žili svůj život způsobem, který si oni sami **odpovědně zvolili**.

- **c) pomoci lidem získat nebo rozvíjet a používat veškeré schopnosti, dovednosti a prostředky, které mají**

Při diskusi o problémech se svými klienty dojdete často ke zjištění, že **mají takové vlastnosti, schopnosti a zdroje**, které jim doposud umožnily zvládat měnící se okolnosti, ztráty, obtíže, nepříjemnosti a překážky kladené jim do cesty. Takovému nepříznivé okolnosti mohou trvat již značně dlouho a možná budete překvapeni, jak je vůbec doposud mohli zvládat.

Důležitou součástí pomoci lidem a posilování jejich sebevědomí je zdůraznění schopností a síly, které prokázali, a nalezení způsobu, jak tyto schopnosti ještě efektivněji využít k požadované změně situace.

## 1.2 FÁZE ROZHOVORU

Proces, který popisujeme, můžeme nazvat procesem řešení problému.

Tento proces poradce vede za pomoci dovedností, o nichž budeme hovořit později. Využití takovýchto dovedností by mělo vyústit v naplnění cílů rozhovoru.

"Vedení" rozhovoru může znít jako jeho "řízení" - což je ovšem něco podstatně jiného, než myslíme termínem posilování (podpora) klientů.

Jakožto poradci řídíme pouze proces (postup) rozhovoru, řídíme organizaci rozhovoru. Tím vytváříme rámec pro to, aby byl klient povzbuzován ke zvládnutí svých vlastních problémů.

Stejně jako má každý rozhovor svůj proces a fáze, má i svůj obsah. Obsah rozhovoru, na rozdíl od jeho fází, řídí klient. Klient určuje, o čem se bude hovořit a jaká rozhodnutí se přijmou. Rozhovorem nelze z klienta sejmut odpovědnost za jeho vlastní rozhodnutí.

Rozhovor si pak můžeme představit jako souběžně probíhající dvě sady úkolů pro dva lidi.

Úkolem poradce je využít odborných znalostí a dovedností k řízení (vedení) fází rozhovoru.

Úkolem klienta je objasnit problémovou situaci, rozhodnout, v jaké jiné situaci by se chtěl nacházet a pustit se do činnosti, která tuto požadovanou změnu může přivodit.

## Proces a fáze rozhovoru

Vývoj rozhovoru prochází třemi základními fázemi a každý rozhovor by měl postupně projít každou z nich.

Fáze 1: Kde se klient nachází nyní.

Fáze 2: Kde klient chce být.

Fáze 3: Jak se tam klient dostane.

## Nyní si prohlédněte schéma rozhovoru (viz následující strana)

Toto schéma ilustruje vývoj a fáze rozhovoru.

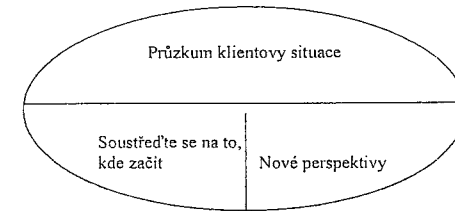
Na první pohled mohou součásti schématu vypadat komplikovaně. Při práci se schématem mějte na paměti následující myšlenky:

- jedná se o nástroj k vedení rozhovoru,
- umožňuje nám, abychom mohli pomoci klientovi zvládnout jeho problém,
- dává nám "rámec" nebo "plán", podle něhož můžeme pracovat,
- funguje při využití schopností popsaných v kapitolách 2 a 3,
- obsahuje určitá "klíčová slova", která bude užitečné v průběhu rozhovoru připomínat,
- pomáhá nám, jakožto poradcům, abychom našli naše místo v rozhovoru.

## PROCES ROZHOVORU

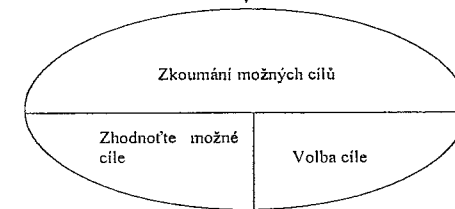
### FÁZE 1:

#### KDE SE KLIENT NACHÁZÍ NYNÍ



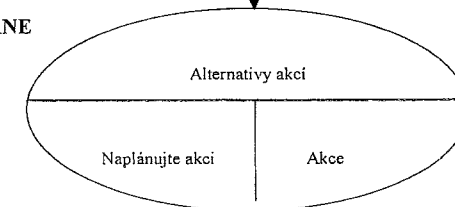
### FÁZE 2:

#### KDE KLIENT CHCE BÝT



### FÁZE 3:

#### JAK SE TAM KLIENT DOSTANE



### Fáze 1: Kde se klient nachází nyní

#### Krok 1

Spolu s klientem prozkoumejte problém a zjistěte klientovy silné stránky a možnosti. Klient sám vám objasní svůj pohled na problém - co se stalo a jaké z toho má pocity.

#### Krok 2

Soustředte se na to, kde začít. Klient zvolí, kterou otázkou se budete společně zabývat jako první.

#### Krok 3

Podívejte se na problém z jiné perspektivy. Klient tak zváží problém jiným způsobem a bude mu jasnější.

### Fáze 2: Kde klient chce být

#### Krok 1

Spolu s klientem prozkoumejte možné cíle. Klient popíše možné cíle, k nimž chce směřovat.

#### Krok 2

Zvažte možné cíle. Spolu s klientem zvažte možné cíle z hlediska jejich užitečnosti.

#### Krok 3

Zvolte cíl. Klient se rozhodne, který z cílů je pro něj nejužitečnější a chtěl by ho dosáhnout.

### FÁZE 3: Jak se tam klient dostane

#### Krok 1

Zabývejte se množinou možných akcí. Spolu s klientem popište možnosti činností, pomocí kterých lze dosáhnout vytčeného cíle.

#### Krok 2

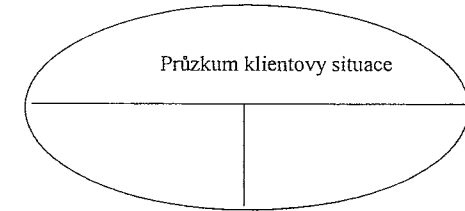
Plán akce. Klient zváží různé alternativy činnosti a jejich možné důsledky. Zvolí, tu činnost, která je mu nejbližší, a spolu vytvoříte plán činnosti.

#### Krok 3

Vlastní akce. Klient promění plány ve skutečnost - svým konáním, s podporou poradny nebo svým rozhodnutím, aby určité kroky provedla poradna.

Nyní se budeme zabývat jednotlivými fázemi poradenského rozhovoru podrobněji.

### Krok 1: Prozkoumejte problém a zdroje



Chceme-li klientovi pomoci popsat problém, hovořit s ním otevřeně o tom, co se stalo a jaké z toho má pocity, je nezbytné mezi ním a námi vybudovat vztah, ve kterém se bude cítit dobře. To je dáno určitou vřelostí v přístupu ke klientovi, tím co děláme a jak to děláme, a rovněž prokazováním respektu a laskavosti.

Na začátku rozhovoru nás klient odhaduje, zkoumá, jak se mu jevíme. Po zjištění, že na něj máme opravdovu čas, a po klidném a uvolněném pozvání k rozhovoru bude sdělení vřelejší a vstřícnější.

Jak klienta přijmeme, ovlivní další průběh rozhovoru. Může se jednat jenom o pár okamžiků, ale jejich "doznívání" je mnohem delší.

#### Některé důležité body k zamýšlení:

- Začněte tím, že se klienta zeptáte, o čem chce hovořit.
- Klient může svou situaci prožívat velmi silně emocionálně.
- Silné emoce zkreslují pohled na věc obecně a určitý problém se tak může stát zdrcujícím. Jestliže nedáte klientovi příležitost, aby se uvolnil a vyjádřil své pocity, může mít potíže s jasným pojmenováním věcí nebo s odpovídajícím rozhodnutím, nebo dokonce i s tím, aby si zapamatoval, o čem jste hovořili a s čím souhlasil.
- Někteří klienti mohou mít z nejrůznějších důvodů potíže s vyjadřováním. Udržování pozornosti a umění naslouchat znamená, že se vyvarujete snahy vkládat svá slova do klientových úst, snahy o vlastní interpretaci toho, co chce klient povědět.
- V této fázi je ze všeho nejdůležitější dát klientovi dostatek času, aby hovořil o problému. Pro některé lidi již vyhledání vaší pomoci nebylo vůbec snadným rozhodnutím a bylo k tomu z jejich strany třeba jisté dávky odvahy.

• Dávejte pozor na sebemenší zmínky o prostředcích a úsilí, které klient sám vynaložil na zvládnutí problému před tím, než se rozhodl o něm promluvit s vámi (ocenění dřívější aktivity klienta jej povzbudí). Také na to, jakou případnou pomoc očekává klient od druhých lidí.

• Je třeba se vyvarovat té chyby, že vyslechnete pouze část klientova vyprávění, dosadíte si, že to je celý problém, a příliš brzy jej přerušíte - toto nebezpečí hrozí obzvlášť tehdy, jestliže to, co bylo právě řečeno, je všeobecně známá situace zapadající do ověřených schémat. Výsledek se pak může minout účinkem, poněvadž klient nebyl plně vyslechnut a vy řešíte jiný než klientův problém.

• Klientovi mohou pomoci při popisování a objasňování určitého problému informace, které mu poskytnete. Klient si například není jistý, zda má nárok na určitý druh dávky, a má rozpaky to zjišťovat. Věci se objasní vyhledáním informací o podmínkách pro pobírání jednotlivých dávek a může se dokonce ukázat, že se v podstatě o žádný problém nejedná.

• Klient může začít rozhovor vyprávěním o něčem, co není jeho hlavním problémem. Chce tím zjistit, jakou míru vstřícnosti může ve vašem přístupu očekávat. Jeho dotaz se například týká nějaké triviální informace. Např. větou "Máte na srdci ještě něco jiného?" můžete klienta povzbudit k tomu, aby se vám svěřil s vážnějším problémem.

• Při naslouchání klientovu vyprávění si všimněte také jeho mimoslovních projevů - gestikulace, která může být buď v souladu nebo naopak v rozporu s tím, co právě říkáte.

• Žádný rozhovor by neměl začínat dotazem na jméno a adresu. Někteří klienti tato data uvedou sami od sebe hned na začátku, někteří chtějí zůstat v anonymitě. Ve většině případů nebývá problémem a nenaruší to vzájemnou důvěru, jestliže se v některé z pozdějších fází zeptáte: "Nebude vám vadit, když si poznamenám vaše jméno a adresu?" a vysvětlíte, k čemu tyto identifikační údaje potřebujete.

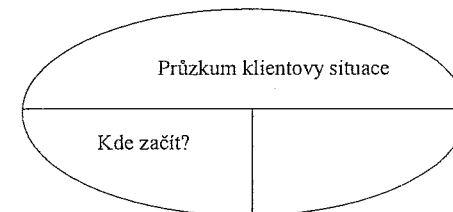
• V tomto počátečním stadiu není nutné si dělat písemné poznámky, jakkoli nespolehlivá se vám zdá vaše paměť. Dělat si poznámky může být naopak v této fázi na škodu věci, protože to odvádí vaši pozornost od naslouchání klientovu vyprávění. Později budete mít příležitost shrnout si, co jste slyšeli a "zkontrolovat si" to. Mohli byste například použít formulace: "Snad by nám mohlo prospět, když si uděláme pár poznámek" - a zapsat si je za spolupráce klienta.

• Vždy mějte na paměti to, že v této fázi je vaším jediným zájmem pomoci klientovi popsát a objasnit jeho problém - to, co se právě děje. Zatím se v tomto bodě nezabýváte myšlenkami na možné cesty, jak situaci zlepšit.

• Při popisu situace mohou vyjít najevo okolnosti, které jsou krizové nebo jsou pro klienta nebezpečné. V takovém případě bude nezbytné spolu s klientem zvážit nutnost a naléhavost určitých opatření - například v případě, hrozí-li klientovi nějaké násilí (krizová intervence).

• Najevo mohou vyjít i další okolnosti vyžadující okamžitou profesionální či odbornou pomoc, ať už v poradně (např. specializovaný poradce) nebo mimo ni (např. právní zástupce). Pokud se tak stane, budete muset spolu s klientem zvážit možnost odkázání klienta jinam (viz Modul 4 A).

## Krok 2: Soustřed'te se na to, kde začít



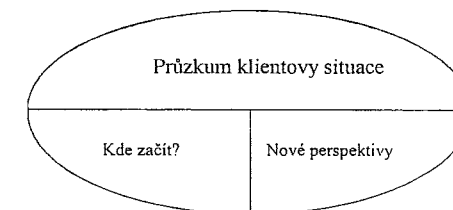
Klient si zvolí, kterou otázkou se chce zabývat jako první.

Problém, kterému klient čelí, může být komplexní. Může jít o celou řadu různých vzájemně provázaných problémů. V této fázi umožněte klientovi rozhodnout, kterou částí problému se budete zabývat nejdříve. Smysluplné je probírat a zvládat záležitosti postupně jednu po druhé.

Myšlenky, které byste měli mít na paměti, chcete-li klientovi pomoci rozhodnout se, kterou částí problému začít:

1. Existuje nějaká krizová situace, která musí být vyřešena nejdříve?
2. Které otázky považuje klient za důležité?
3. Které otázky mohou být vyřešeny relativně snadno?
4. Na kterých částech problému je klient nejvíce ochoten pracovat?
5. Která otázka, pokud se vyřeší, přinese všeobecné zlepšení situace?
6. Která otázka, pokud se vyřeší, přinese více prospěchu nežli vynaloženého úsilí?

## Krok 3: Zvažte jiné perspektivy (úhly pohledu)



Předtím, než začneme přemýšlet o tom, jak věci změnit, může být pro klienta užitečné vidět sám sebe a ostatní zainteresované z jiného úhlu pohledu, "v jiném světle".

Máte možná sami podobnou zkušenost: Probíráte problémovou situaci s někým jiným. Během této diskuse někdo něco poznamená, na něco se zeptá - a vy se na problém díváte najednou úplně jiným způsobem.

Během rozhovoru klient popíše situaci tak, jak jí rozumí a jak jí cítí. Spolu s klientem se rozhodnete, čím začít.

Uveďme si příklad rozhovoru s fiktivním klientem:

Muž začne rozhovor otázkou:

*"Jak mám postupovat, abych zajistil svým rodičům byt v penzionu?"*

Poradce nechá klienta popsat situaci a zjišťuje, že:

*Muž žil doposud se svými rodiči. Spoléhají na něj - především pokud jde o práce na zahradě a údržbu domu. Muž nyní dostal nabídku zaměstnání mimo domov. Rodičům o tom ještě neřekl. Zneklidňuje ho představa, že by nechal rodičům na starosti celý dům, protože je to podle něj na rodiče příliš. V rodině nikdo další není. Měl sestru, ale ta před pěti lety zemřela.*

Poradce i klient přemýšlejí, kde začít. Klient se nejprve chce zabývat otázkou, kterou rozhovor zahájil. Poradce zjistí v lokální databázi, že šance získat byt v penzionu je mizivá. Tento fakt přinutí klienta přemýšlet o jiných možnostech.

Poradce se klienta zeptá, co si podle jeho názoru rodiče o jeho možném odchodu myslí. Klient ve skutečnosti neví. Má obavy a starosti, ale o celé věci s nimi dosud nehovořil. Má tedy nový námět k přemýšlení. Souhlasí s tím, že je třeba zjistit, co rodiče o celé záležitosti soudí.

Poradce pak otevírá diskusi o dalších otázkách. Kvůli čemu má muž obavy o své rodiče? Jaké má sám pocity ze stěhování? Ukazuje se, že od rodičů očekává, že budou chtít, aby zůstal. Sám má ze stěhování obavy. Nikdy nebyl dlouhodobě mimo domov a bude se asi cítit osamělý.

Poradce tedy navrhně, že je třeba ujasnit si všechna pro a proti týkající se změny zaměstnání atd. Je tu opět něco nového k přemýšlení a oba se shodnou na tom, že celou záležitost proberou hned. Ukazuje se, že klient má obavy, že nové zaměstnání bude nad jeho síly – chybí mu totiž potřebná kvalifikace, budoucí zaměstnavatel mu však navrhl možnost průběžného doškolování. Dále klient vypráví o tom, že bude muset bydlet na ubytovně – a to se mu nelíbí. Se změnou zaměstnání je spojena vyšší prestiž a finanční ohodnocení, takže by bylo více prostředků na opravu domu rodičů. Ve skutečnosti by však klient raději investoval do koupě vlastního bytu. Výsledkem této diskuse nakonec je, že převažuje obava o rodiče, jak budou zvládat starost o sebe a o dům, až budou starší, a dále potřeba sehnat v novém místě odpovídající bydlení a nejistota ohledně toho, jestli klient chce nebo nechce měnit zaměstnání (a osamostatnit se). Poradce proto hovoří o tom, zda jsou nějaké jiné možnosti, jak zajistit péči o rodiče, kromě toho, co se na začátku jevilo jako jediné možné řešení tzn. penzion. Tato diskuse odkrývá možnosti:

- jiné pomoci, která by mohla být dostupná (např. pečovatelská služba)
- pomůcek a zařízení, které rodičům usnadní péči o sebe i o dům
- využití veškerých podpor, na které mohou mít rodiče nárok.

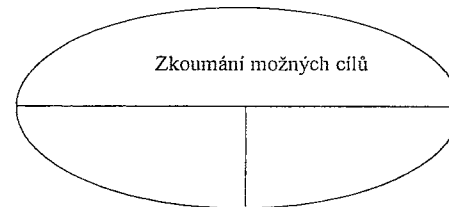
Klient souhlasí s tím, že potřebuje znát různé alternativní možnosti předtím, než učiní nějaké rozhodnutí. Úkolem klienta je tedy zvážit, jak by mohlo záležitosti pomoci, když se na věc podívá jiným způsobem.

Klientův pohled na situaci může být omezen například:

- jeho postojem a žebříčkem hodnot,
- jeho nechtím k řešení problémů,
- jeho hodnocením situace ze sebeobrané pozice
- tím, že si klient neuvědomí, jak jiní lidé k problému přispívají,
- jeho vlastním chováním, které má za následek negativní reakci ostatních lidí,
- nedostatkem potřebných informací,
- tím, že klient nevidí souvislosti mezi jednotlivými součástmi problému nebo různými problémy,
- tím, že klient není schopen si uvědomit rozpor ve svých postojích,
- tím, že klient předpokládá, jak druzí lidé uvažují nebo cítí.

## 1.2.2 FÁZE 2 - KDE KLIENT CHCE BÝT

### Krok 1: Popište možné cíle



V tomto stadiu se snažíme spolu s klientem zvážit celou řadu různých změn v současné situaci, které by si klient přál uskutečnit.

Když o tom s námi klient začne hovořit, může přijít na celou řadu možných "cílů" (někdy se používá také pojem „zakázka“). "Cílem" zde rozumíme popis situace tak, jak by mohla vypadat, kdyby došlo k jejímu zlepšení, nebo požadovaný výsledek konání.

Otázky k diskusi s klientem:

"Jak by věci vypadaly, kdyby se vám povedlo to, co si přejete?"

"Jaké změny chcete, aby se staly?"

"Čeho chcete dosáhnout?"

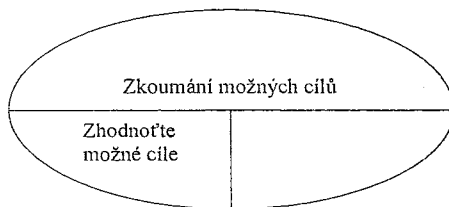
Například při počínajícím rozpadu partnerského vztahu se klient ještě před tím, než začne něco řešit, musí rozhodnout, jaké jsou v této situaci jeho cíle.

Čeho chce klient dosáhnout?

- odloučení od partnera?
- usmíření s partnerem?
- získání času pro klidné uvažování, aby se nepustil do unáhlených rozhodnutí?
- změny postoje ve vztahu?
- změny partnerova chování?
- změny chodu domácnosti, bydlení, finanční záležitosti nebo něčeho jiného?

Jakmile je cíl stanovený, je možno se pustit do činností, které přivedí změnu. V okamžiku, kdy klient začne provádět určité kroky, musí mu být jasný záměr - kam chce, aby tyto kroky vedly. Naším úkolem, jakožto poradců, je pomoci klientovi vybrat cíl nebo cíle, za nimiž se skrývá požadovaná změna.

## Krok 2: Zhodnoťte možné cíle



Pomáháme-li klientům ocenit (ohodnotit) možné cíle, porovnáváme vlastně užitečnost daného cíle s cenou, která je potřebná k jeho dosažení (nevyjímaje z toho určité citové vypětí, které bude muset klient podstoupit).

Berte přítom v úvahu veškeré dostupné informace.

Mějte vždy na paměti, že pomáháte klientům stanovovat cíle jejich snažení - ty se nemusí pokaždé shodovat s vašim názorem na věc.

Různé situace mohou mít celou řadu možných řešení a klient potřebuje zvážit každé z nich, byť se mohou na první pohled jevit jako nerealistická a neuskutečnitelná.

Pro příklad si uveďme např. problém s rušením klidu v domě příliš hlučnými sousedy.

Možné cíle (řešení) by mohly být:

- dostat tyto sousedy pryč z domu,
- "utišit" zdroj hluku,

- odstěhovat se jinam,
- dosáhnout dohody o akceptovatelné úrovni hluku,
- dosáhnout dohody o tom, kdy (v kterou denní dobu) je hluk pro vás a ostatní sousedy v domě přijatelný.

Klientovi můžete položit otázky typu:

"Jaká jsou další možná řešení, o kterých by se dalo uvažovat?"

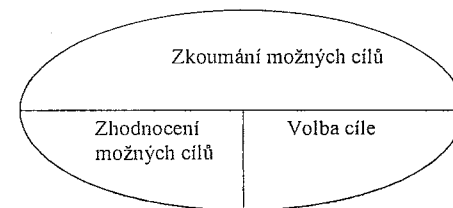
"Jaké mohou být důsledky každého z možných řešení?"

"Jaká bude pro vás „cena“, kterou za to či ono řešení „zaplatíte“?"

"Převáží cena, kterou za dosažení určitého řešení zaplatíte, prospěch, který z něj budete mít?"

Tyto otázky mohou pomoci v ujasnění cíle i klientovi, který si není jistý, zda chce měnit zaměstnání (viz. str. 12).

## Krok 3: Výběr cíle (cílů)



V tomto stadiu pomáháme klientovi zvolit cíl (cíle) nebo, chcete-li, řešení a ztotožnit se s nimi.

Klientovi v tom pomůžete, když s ním budete hovořit o:

- prospěšných stránkách nové situace,
- tom, jak dosažení jednoho cíle může vést k dalším ziskům,
- tom, jak se klient po výběru cíle cítí,
- prostředcích a podpoře, kterou bude potřebovat.

Jestliže existují další možná řešení, výběr může být založen na tom, co se zdá:

- nejrealističtější
- nejadekvátnější

- nejschůdnější
- nejsnadnější
- nejprínosnější.

Otázky pak mohou znít například:

"Které z možných řešení se vám zdá nejvíce reálně dosažitelné?"

"Které nejspíše odpovídá situaci?"

"Do kterého z nich byste se nejraději pustil?"

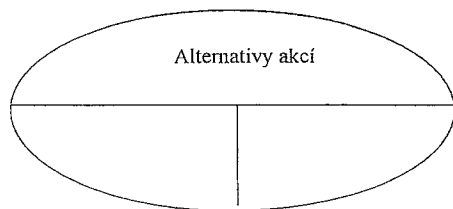
"Které by bylo nejméně bolestivé nebo nákladné?"

"Které z řešení vám, podle vás, přinese největší prospěch?"

Více se budeme otázce volby cíle a jeho žádoucími charakteristikami zabývat v kapitole 3.3 Stanovení cílů.

### 1.2.3 JAK SE TAM KLIENT DOSTANE

#### Krok 1: Popište možnosti činností

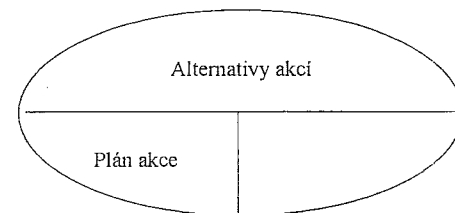


V této fázi se snažíme s klientem probrat, jak dosáhnout zvolených cílů.

Zkuste začít tím, že proberete všechny možné kroky a činnosti, které by mohly k dosažení cíle pomoci.

Jedním z kladů tohoto přístupu může být to, že klient začne uvažovat o více možnostech, než ho na začátku vůbec napadlo. Můžete mu také dodat odvahy, aby sám přišel s dalšími možnostmi.

#### Krok 2: Plán činnosti



Pomáháme klientovi zvážit možnosti jeho kroků a také:

- k čemu mohou vést,
- jakou pomoc bude potřebovat,
- jaké mohou být jejich důsledky.

Klient si potřebuje zvolit určitý sled kroků, které hodlá učinit, a pak podle toho naplánovat svou činnost. Tak se zajistí, že zvolený postup bude odpovídat situaci a klientovým hodnotám.

Některé otázky, které je potřeba spolu s klientem zvážit:

"Jaký sled kroků se vám nejvíce zamlouvá?"

"Které kroky můžete učinit bez cizí pomoci a které naopak pouze s pomocí?"

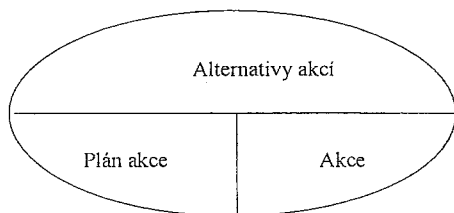
"Jaký, podle vás, bude výsledek každé volby?"

"Jak se dozvíte, že vámi zvolený krok měl patřičný efekt?"

"Jaké další alternativní kroky byste zvažoval, jestliže první zvolené nebudou fungovat?"



### Krok 3: Vlastní akce



Pomáháme klientovi uskutečnit naplánované kroky v praxi, ať už klientovým vlastním přičiněním, s pomocí poradny nebo po jeho rozhodnutí, aby patřičné kroky provedla poradna.

Někteří klienti, pakliže mají jasnou představu, co je třeba učinit, jdou a udělají to. Nepotřebují žádnou nebo téměř žádnou další pomoc. Jiní budou naopak v tomto stadiu potřebovat větší podporu. Jakékoliv kroky za klienta můžete podniknout pouze na základě klientovy žádosti.

Možná budete muset:

- pomáhat klientovi začít s vytčenou činností,
- ujistit se, že klient má přístup ke všem potřebným prostředkům,
- povzbuzovat klienta v tom, aby se spoléhal na sebe, a využíval především vlastních sil a prostředků,
- ujišťovat se, že klient ví, o co půjde v dalších krocích,
- upozorňovat klienta na všechny možné předvídatelné obtíže,
- povzbuzovat klienta v tom, aby se poté vrátil do OP a prodiskutoval výsledky akce (bude-li chtít),
- shrnout vše, co bylo již dříve dohodnuto.

Dále se budeme věnovat otázkám, které se týkají akce v kapitole 3.4 Akce.

### Závěrečné poznámky k postupu rozhovoru

Postup rozhovoru můžeme chápat jako plán nebo mapu naznačující směry. Klientův "startovní bod" může ležet kdekoli na této mapě. Klient může při probírání toho, co se s ním děje a jakou jinou situaci by si přál, projít všemi kroky postupu. Možná mu jde v rozhovoru o to, jak dosáhnout požadované situace a kde vzít podporu. Startovním bodem tedy nemusí nutně být první bod plánu, je jím ten bod, kde klient chce začít. Někdy může být pro klienta prospěšné, když se v tomto "plánu" o nějaký krok vrátí. Zvažuje například možnosti, které lze podniknout a nepromyslel dosud jiné potenciální cíle, situace, o které by chtěl usilovat (viz. příklad klienta na str. 12).

Tento postup rozhodně není rigidní. Devět kroků procesu rozhovoru popisuje způsoby pomoci klientům k tomu, aby zvládali svoje problémy s využitím svých sil a schopností a aby tyto schopnosti přitom ještě dále rozvíjeli.

Využití principů tohoto postupu by mělo přispět k vyšší efektivitě vaší práce a být jejím prostředkem. Dodržování tohoto postupu se však samo o sobě cílem stát nesmí.

Stejně jako kterákoliv jiná mapa vám poradci, pomůže "nalézt vaše místo" v rozhovoru. Někdy takový rozhovor může sklouznout někam jinam. V tomto případě bývá užitečné se zeptat: "Kde se v našem plánu právě nyní nacházíme?" nebo "Pomohlo by, kdybychom se přesunuli k dalšímu kroku?"

Jindy rozhovor "uváže" nebo se "zasekne". Může to být tím, že se vynechal některý z důležitých kroků. Uvažujte například o možnostech činnosti a dosud nevíte, co klient považuje za svůj cíl. Uvědomíte si, že jste s ním dosud neprobrali, co vlastně chce. V takovém případě se v plánu postupu o několik kroků vraťte a vše potřebné si vyjasněte, než se pustíte dál.

### 1.3 SHRNUTÍ KAPITOLY 1

V této kapitole je nastíněný postup rozhovoru. Zvládnutí tohoto procesu plně závisí na využití znalostí a schopností, kterými se budeme zabývat v dalších kapitolách. Detailním popisem postupu jsme chtěli ukázat:

- postup vedení rozhovoru,
- že jde o skloubení vašich dovedností a klientova problému, což by mělo klientovi pomoci k lepšímu zvládnutí jeho problému,
- jednotlivé kroky postupu jsou úkoly, které usnadní klientovi dosáhnout vytčeného cíle,
- postup má být jakýmsi "plánem" nebo "vodítkem",
- nejedná se o pevný dogmatický rámec, do něhož musíte za každou cenu klienta a jeho problém "vměstnat",
- postup by vám měl pomoci být při práci efektivnější.

Prodiskutujte prosím s vedoucím výcviku veškeré dotazy nebo nejasnosti, které vyplynou ze studia této kapitoly.