

2. THE SKILLED HELPER MODEL



TMSP seminář (SPR158/SPRb1158)

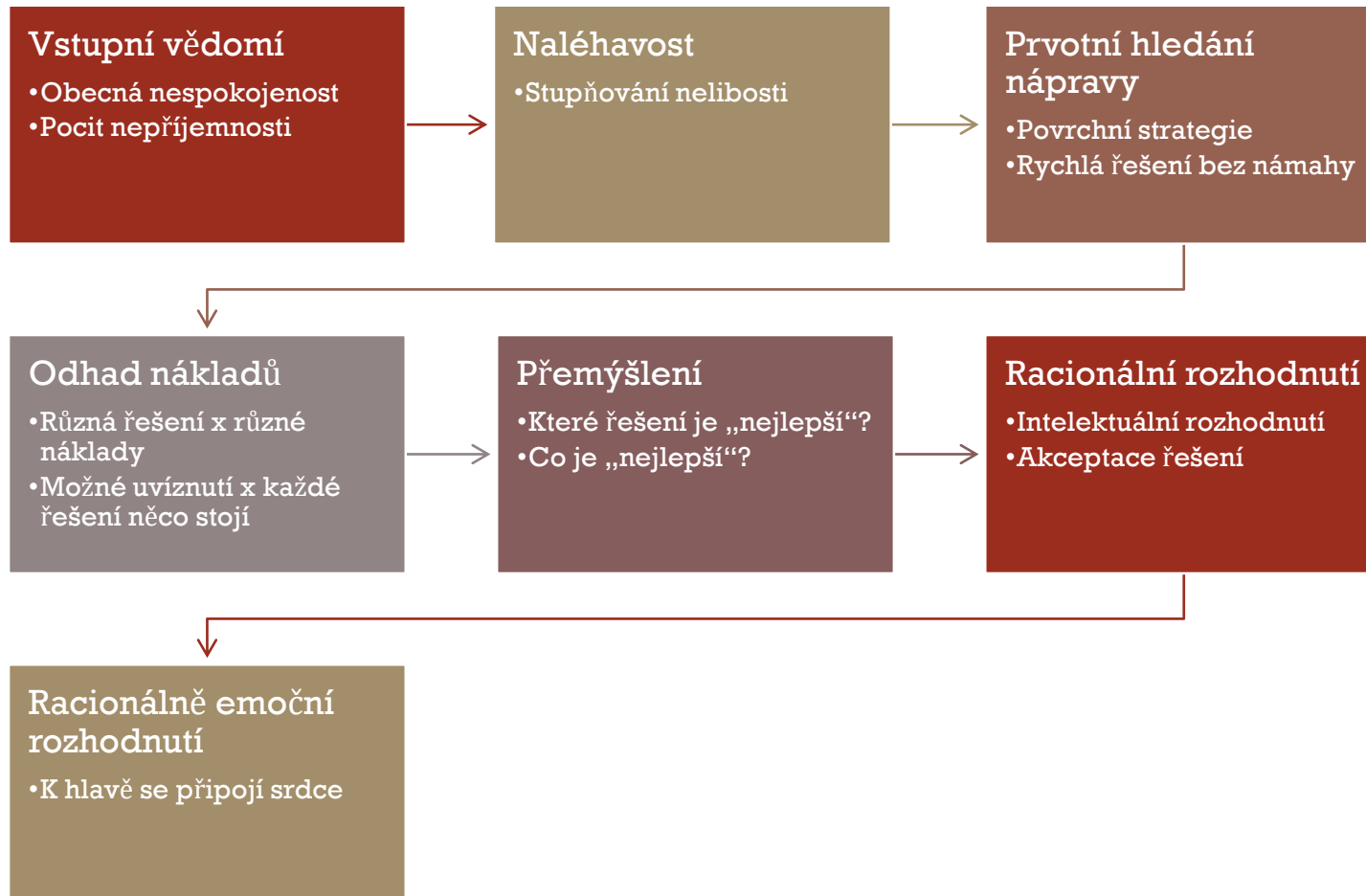
Přístup orientovaný na řešení problémů

PŘIROZENÉ ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ

- Jak se děje?



MODEL PROCESU ROZHODOVÁNÍ (YANKELOVICH, 1992)



THE SKILLED HELPER MODEL – HLAVNÍ FÁZE

Současný
scénář

Žádoucí
scénář

Akční
strategie



MODEL

Fáze 1

Současný scénář

Příběh

Slepá místa

Páky

Co mám?

Fáze 2

Žádoucí scénář

Možnosti

Oblasti změny

Závazek

Co chci, potřebuji?

Fáze 3

Akce

Možné akce

Nejlepší akce

Plán

Jak dostanu, co chci, potřebuji?

Dobře naplánované výstupy



1. FÁZE PROCESU: SOUČASNÝ SCÉNÁŘ

„What's Going On“

1: Tato fáze zkoumá současný stav věcí;

- *V čem spočívá problémová situace*

2: Slepá místa;

- *Jaké má nevyužitě příležitosti? Co nevidí?*

3: Vlivy a mechanismy v situaci;

- *Jde o zaměření pozornosti klienta na důležité zájmy, oblasti*



1.1 PŘÍBĚH

Tato fáze zahrnuje rozvoj důvěry a vztahu s klientem na základě *kongruence, empatie a upřímnosti*

Používají se poradenské dovednosti; *naslouchání, parafrázování, reflexe, ticho, sumarizace a otevřené otázky*

Pomoc s identifikací problémů a zdrojů k dispozici



1.2 SLEPÁ MÍSTA

- ❖ Jde o objektivnější vidění problémů a situací
- ❖ Prozkoumejte všechny nevyužité příležitosti
- ❖ Pomáháme klientovi soustředit se na jeho situaci
- ❖ *Využití komunikačních dovedností, schopností zaměřit pozornost a konfrontačních dovedností*

*What opportunities am I ignoring
What am I overlooking or refusing to
see?*

*How am I being dishonest with myself
What don't I want to do?*

*If other's were honest what would they
tell me?*

'The skilled Helper' (2002)



1.3 PÁKY: VLIVY, MECHANISMY

help the client to work on issues, problems choices that will make a difference (to this client – big, small, slowly or quickly, minimal impact or big payoff)

- ❖ Pokud je problém složitý, kde má klient začít?
- ❖ Pomocník pomáhá klientovi vidět jeho problém z různých hledisek; **pocity**, **myšlenky** a **chování**
- ❖ Může pomoci začít s nejjednodušším problémem, abychom klientovi poskytli důvěru při zkoumání složitějších problémů.
- ❖ Přístup krok za krokem
- ❖ Možná se nejprve vypořádáme s krizovou situací.



2. FÁZE PROCESU: ŽÁDOUCÍ SCÉNÁŘ

‘What solutions make sense for me?’

1: Pomozte klientům určit možné cíle

- *Co chci místo toho, co v současné době mám?*

2: Možnosti & žádoucí změna

- *Co chci vs co potřebuji?*

3: Jak moc změnu chci?

- *Co jsem ochotný za to zaplatit?*



2.1 MOŽNOSTI

- ❖ Pomoc klientovi najít možné příležitosti, aby si mezi možnostmi lépe *vybíral* a lépe se rozhodoval - *informované rozhodování*
- ❖ Je to, co klient *chce* dosažitelné a realistické
- ❖ Pokud by dosáhli, toho co chtěli, jak by se jejich život změnil. Jak by to konkrétně vypadalo, jak by se cítili?



2.2 OBLASTI ZMĚNY

V této fázi pomáhající:

- ❖ Pomáhá klientovi přeložit klientovi jejich přání do konkrétních oblastí změny (*začátek plánování*)
- ❖ Pomáhá určit cíle, aby byly jasné a specifické.



2.3 ZÁVAZEK/ ODHODLÁNÍ

Helping the client to commit to their goals

This is a difficult as clients/people find it difficult to commit to change

Tato fáze může být charakterizována & shrnuta v následujících otázkách:

1. Jak moc změnu chci?
2. Jsem ochoten kvůli změně tvrdě pracovat?
3. Volím si to dobrovolně – sebeurčení & autonomie?
4. Věřím, že budu schopen změnu zrealizovat?
5. Cítím motivaci? Chci uspět?
6. Jsou zde nějaké překážky, které mé odhodlání komplikují, omezují?
7. Mohu tyto bariéry nějak odstranit, zmenšit jejich vliv?
8. Jaké zdroje mi mohou pomoci?
9. Je ten pravý čas na provedení této změny?



3. FÁZE PROCESU: AKCE

'How do I get what I need or want?'

1: Pomoci klientovi identifikovat možné způsoby, cesty, jak dosáhnout jejich cílů

- Kolik možných cest k dosažení mého cíle existuje?

2: Který je nejlepší pro mě?

- Který z nich bude nejlépe fungovat v mé situaci, s mými zdroji, který z nich konvenují mým hodnotám, které z cest mají nejmenší špatné dopady (na druhé)?

3: Jaký plán?

- Jak to všechno uskutečním?



3.1 MOŽNÉ AKCE

- Brainstorming akčních strategií
- Kolika způsoby se může klient dostat tam, kam se chce dostat?
- Kreativita!



3.2 NEJLEPŠÍ VOLBA

Která akce nejlépe vyhovuje klientovým zdrojům, preferencím a životu?

Musí odpovídat hodnotám klienta

Musí být dosažitelná a realistická a musí odpovídat jejich prostředí

Vyváženost



3.3 PLÁN

- ❑ Pomozte formulovat akční plán
- ❑ Plán krok za krokem k dosažení svých cílů
- ❑ Které akce jsou prioritou
- ❑ Jaký je vhodný časový rámec
- ❑ Které kroky mohou vyžadovat další dílčí kroky



Ukončení a hodnocení procesu

- Co uděláte, pokud plán přestane fungovat? - nepředvídané události
- Jak se vyhnout prokrastinaci - co mě opravdu blokuje?
- Jaké podněty Vás motivují pro udržení činnosti?
- Jak zvládnete případné neúspěchy?
- Jaké další podpory byste mohli potřebovat, až pomocník přestane být k dispozici?
- Potřebujete rozvíjet další dovednosti pro udržení a udržení změny?
- Stačilo jen prozkoumat změnu bez přijetí opatření?

AKCE SMĚŘUJÍCÍ K ŽÁDOUCÍM ZJMĚNÁM



DÁVÁ TO SMYSL?

