

Poradenský rozhovor

Zápočtová práce:

Záznam vlastního poradenského rozhovoru a účast na jeho následném rozboru

- Ved'te poradenský rozhovor – pravidla a struktura poradenského rozhovoru byly probírány ve výuce. K vypracování využijte materiálů prezentovaných ve výuce (jsou uloženy v učebních materiálech v IS).
- V průběhu rozhovoru využívejte techniky aktivního naslouchání.
- Vaším klientem může být žák, rodič, učitel. Prezentovaný problém by měl vycházet od klienta. Nedoporučujeme dopředu aranžovat scénář rozhovoru. Příprava je ale nutná.
- Klient by měl dát souhlas s tím, že rozhovor bude nahráván (nejlépe písemný). U nezletilých klientů tento souhlas dávají i zákonní zástupci. Ubezpečte klienta o zachování anonymity a o tom, že nahrávka bude využita pouze ke studijním účelům, kde se bude hodnotit vaše dovednost vést poradenský rozhovor.
- Nahrávky odevzdávejte ve formátu VHS nebo na CD, DVD. Dopředu vyzkoušejte kvalitu zvuku nahrávky.
- Nastavte kameru tak, abyste byli spolu s klientem v záběru a mějte ji spuštěnou po celou dobu trvání rozhovoru.
- Zpracujte krátkou sebereflexi (min. 1 normostrana), ve které se zaměříte na zhodnocení průběhu rozhovoru (jak a co se vám dařilo, kde jste se cítili nejistí, ...).
- Nahrávky rozhovoru a sebereflexi odevzdejte do konce března 2008 dr. Beranovi nebo pošlat (popř. nechat na vrátnici) na adresu:
 - FSS MU, Joštova 10, katedra psychologie, IVDMR
 - Mgr. Michaela Širůčková, PhDr. Miroslava štěpánková, Ph.D.

Krok 1 – Plánování

- Domluva na termínu, místě, o čem to bude, délce setkání
- V případě, že schůzku svoláváte vy - ujasněte si cíl, co se bude řešit a jaký výsledek očekáváte
- Určete, kdo se má schůzky zúčastnit a proč, jaká bude jeho funkce (kdo bude řídit, kdo bude zapisovat, kdo bude vařit kafe, půjde otevřít dveře atd.)
- Sjednané údaje dodržet – zajistit informaci o změně
- Přijďte před začátkem a připravte prostředí:
 - Zajistit si technicky vhodnou a volnou místnost
 - Bezpečné prostředí – pití, kapesníčky, dostatek místa pro všechny, vhodné prostorové uspořádání
 - Cedulka nerušit
- Základem k úspěšnému průběhu rozhovoru je jeho důkladná příprava

Krok 2 - Naladění schůzky

- Začněte včas
- Představte sebe a svou roli
- Představte účastníky
- Lehká konverzační výměna (dáte si něco na pití, našla jste to dobře, počasí, jaký byl den ve škole ...)
- Seznamte účastníky s tématem, cílem a délkou setkání
- Poznámky

Krok 3 - Porozumění situaci a získávání informací

- Konkrétně rozeberte a popište chování, které je příčinou problému.
- Může se stát, že vaše vnímání problému se může lišit od toho, jak problém vnímá klient – lidé odlišně vnímají to, co se stalo, co je pravda a co ne, co je a není podstatné.
- Účelem tohoto kroku tedy není hledat pravdu, ale vzájemně si sdělit svoje vnímání situace, tzn. jak situaci vidí učitel, jak situaci vidí žák (já-sdělení)
- Cílem tohoto kroku je získat pro všechny zúčastněné maximum možných informací důležitých pro porozumění situaci - ne odhalit příčiny a označení viníka!
- Na závěr této fáze je důležité shrnout sporné body a formulovat, co konkrétně budeme řešit. V odborné literatuře se toto nazývá formulování zakázky.
- V tomto kroku užíváme neutrálního jazyka

Příklady otázek

- Jaká máte očekávání od naší schůzky? O čem bychom měli mluvit?
- Kdo si ještě všimnul, že něco není v pořádku?
- Kdy se to projevuje, kdy ne?
- Kdo na problémové chování reaguje nejvíce, kdo nejméně? Komu vadí, komu ne?
- Jak si vysvětluješ, že k tomu došlo?
- Co se změnilo, když to začalo?
- Jaké důsledky to pro tebe má?
- Kdo si toho poprvé všimnul?
- Jak tu situaci vidíš ty?
- Co pro vyřešení dané situace můžeme společně udělat?
- Co už jste vyzkoušely? Co už jsi udělala pro to, aby se to změnilo?

Jak formulovat zakázku?

- Pojmenovat zakázku i tehdy, když máme pocit, že ji klient v průběhu rozhovoru vyslovil (vždy zopakovat).
- Můžeme použít otázku: Možná, žes přišel s nějakým konkrétním očekáváním. Teď bychom o něm mohli mluvit. Co bys potřeboval, aby se během našeho rozhovoru vyřešilo?
- Shrnující formulace – zopakujeme, shrneme, necháme si potvrdit
- Nabízet možnosti na základě toho, co už z rozhovoru víme a co se domníváme, že by mohla být zakázka - formulujeme hypotetické zakázky, necháme si je potvrdit nebo vyvrátit. Formulujeme, jak tomu rozumíme.

Krok 4 - Porozumění zájmům a potřebám

- Mluvte o tom, v čem dané chování nebo vzniklá situace způsobuje problém
- Porozumění potřebám často změní pohled na problém a posílí ochotu hledat řešení
- Postupně odhalujte zájmy, motivy, hodnoty, potřeby
- V tomto kroku přesouváme pozornost z minulosti do budoucnosti.
- Cílem tohoto kroku je doplnění kontextu situace (neztratit své renomé v kolektivu, nechce zklamat babičku, ...)

Krok 5 - Hledání řešení

- Cílem tohoto kroku je hledat vhodná řešení
- Podněcujte klienta k tvůrčímu, kooperativnímu přístupu a udržujte proces zaměřený na budoucnost.
- Metodou brainstormingu předložte co nejvíce možných řešení.
- Klady a zápory každého návrhu zhodnoťte až po skončení brainstormingu. Hodnocení návrhů v průběhu brainstormingu vede často k zastavení tvůrčí atmosféry.
- Výsledkem této fáze je soupis řešení.

Konstruování možností

- Jak často se problém neobjevil? Jak se to podařilo?
- Co byste chtěli ponechat a co změnit?
- Otázky na zázrak
 - Co by se stalo, kdyby se to změnilo? Kdo by byl nejvíc překvapen?
 - Kdyby se to změnilo, co by příští den bylo jinak?
- Jak by vás ostatní mohli podpořit?
- Jak ostatní poznají, že problém už je pryč? Jak to poznám já? Jak to poznáš ty?

Krok 6 - Dohoda řešení

- V této fázi stanovujeme kriteria pro hodnocení
- K vytvoření plánu použijte ten návrh, který měl nejvíce plusů
- Plán musí být specifický a konkrétní, tzn. kdy přesně začne, kdy bude hodnocena jeho efektivita.
- Mnozí učitelé dávají přednost plánu ve formě dohody podepsané žákem i učitelem.
- Řešení musí být jednoznačné a pro všechny srozumitelné, konkrétní, měřitelné, časově omezené a prakticky uskutečnitelné.

Krok 7 - Shrnutí a ukončení rozhovoru

- Rekapitulace setkání - na čem jsme se domluvili, které řešení jsme zvolili, s čím se pro teď rozcházíme a nad čím se příště setkáme, kde a kdy (konkrétní domluva kde a kdy, kdo koho bude kontaktovat a za jak dlouho, způsob, jak se budeme kontaktovat).
- Jasně instrukce na příště.

Krok 8 - Zjistěte, zda plán fungoval

- Setkejte se s klientem v přesně určený den.
- Pokud plán nefungoval, nalezněte nové řešení opakováním výše uvedených kroků.
- I to, že se plán nedařilo plnit, má svou pozitivní stránku: víte, jak to nejde a čeho se příště vyvarovat. Máte novou možnost se pokusit společně hledat důvody selhání plánu a začít společně znovu.

Technika vedení rozhovoru 1

- Budte empatičtí, neobviňující, podporující, akceptující, respektující, přátelští.
- Hlídat si neverbální projevy – úsměv, podání ruky (pevný stisk), oční kontakt, přitakávání, ruce, posez, modulace hlasu, dýchání atd.
- Nevzbuzovat pocit, že na klienta nemáme čas
- Respekt ke klientově tempu, rytmu řeči a slovníku
- Pokud je klient aktivní je vhodné ho nechat mluvit spontánně, nezačít hned něco řešit, vyvarovat se okamžitého řešení, klást jednoduché otázky
- Když klient mluví příliš, tak vnést strukturu, zdvořile zastavit, krátce zrekapitulovat a přesunout se k zakázce.
- Kladení otázek –otevřené, uzavřené otázky.
- Zapisovat si stručné údaje (po rozhovoru zachytíme 40% informací z toho 25% zkresleně)

Technika vedení rozhovoru 2

- Vedení rozhovoru určitým směrem.
- Používat techniky aktivního naslouchání.
- Pozitivní přeznačkování.
- Minulé copingové strategie – Jak jste to řešil? Co vám pomohlo? Jak se vám to podařilo vyřešit?
- Ujistění – není vaší vinou, že jste se dostal do této situace, někdy se stává ...
- Pomlky – chvíle ticha jako důležitá součást rozhovoru, nebýt netrpělivý
- Když klient pláče čekat a dávat klientovi prostor (tady se může plakat, později nabídnout kapesníky, dětský pláč je voláním o pomoc)
- Strach a úzkost – poradce by měl sedět vstřícně, stabilně. Nabízet bezpečí, dát najevo, že se klient může vzdálit z místnosti.
- Hněv – nefixovat pohledem, mohlo by vyprovokovat.
- Při práci s emocemi používáme zrcadlení, uzemnění – vlastní tělesná stabilita a obnova ohniska klientovy pozornosti