



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obsah

1. Vytváření vztahu poradce-klient	3
2. Techniky naslouchání	5
3. Vedení poradenského rozhovoru.	9
4. Zrcadlový efekt	14
5. Výrazové prostředky v dialogu.....	16
6. Další rady a doporučení, které vedou ke kvalitě poradenské komunikace	19

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úvodem

V tomto modulu se budeme zabývat základními dovednostmi vedení poradenské komunikace, které uplatňuje kariérový poradce vykonávající činnost ve střední škole v rámci procesu, kterému říkáme kariérové poradenství. Mezi nejdůležitější poradenské dovednosti v rámci poradenské komunikace patří vytváření vztahu poradce-klient, techniky naslouchání a vedení rozhovoru, komunikace v průběhu vedení klienta a v neposlední řadě také prostředky neverbální komunikace.

Dříve, než se začneme zabývat jednotlivými dovednostmi či technikami poradenské komunikace, zastavme se na malou chvíli také u samotného obsahu a významu slova poradenství, ve kterém se komunikace odehrává. V našem případě se jedná o proces, ve kterém formou vhodně vedené poradenské komunikace a vhodných nástrojů či zdrojů informací pomáháme klientovi orientovat se v jeho kariérovém směřování a „umožňujeme mu prožít vlastní rozhodování“. Poradce pomáhá svému klientovi analyzovat své možnosti a pomáhá mu svým vedením rozhodnout se pro nejlepší z nich.

1. Vytváření vztahu poradce-klient

Ideálním stavem v kariérovém poradenství je, vzniká-li mezi klientem a kariérovým poradcem postupně nejenom odborné poradenské propojení, ale také vztah vzájemné důvěry. K tomu je zapotřebí, aby byl klient poradcem bezvýhradně přijat a poradce měl o klienta nepředstíraný zájem.

Podle Zdeňka Vybírala (2009) se zajímáme o člověka, se kterým právě komunikujeme, tak, že signalizujeme zájem nejenom o sdělení (informace), ale také o něj (o ni) ve vztahové rovině komunikace. Svůj zájem dáváme najevo, když:

- pozorně nasloucháme;
- jsme trpěliví;
- náš pohled je přátelský;
- náš hlas je přívětivý;
- signalizujeme uznání za dobrý úsudek;
- sdílíme s druhým zájem o téma.

Součástí projevovaného zájmu je při komunikaci tvář v tvář kontakt z očí do očí. Jestliže listujeme dokumenty a přitom na druhého mluvíme, jestliže něco roztržitě hledáme na stole, vaříme kávu, procházíme za zády klienta, vybavujeme telefonáty (zvedáme mobil) – pak toto všechno jsou nebo mohou být signály komunikace nesoustředěné, chaotické, uspěchané, komunikace ve stresu apod. Profesionál se umí vyladit tak, že jeho myšlenky neodbíhají, že ho v danou situaci nezmáhá únava (nuda), není naladěn agresivně, není naplněn obavami. Tolik Zdeněk Vybíral (2009).

Pro dobrý vztah poradce a klienta je také důležité dbát na to, aby používaný slovník i mimoslovní repertoár byl klientovi blízký a srozumitelný. Aby časový prostor pro komunikaci byl vyvážený, aby komunikace nepostrádala humor pro lehké odlehčení složitosti řešené problematiky a aby klient nebyl podrobován přílišné kritice. Poradce by neměl v průběhu rozhovoru pro udržení dobrého vztahu a udržení pozitivní komunikace často vyjadřovat zklamání, drammatizovat je, vyvozovat dalekosáhlé důsledky. Komunikovat pozitivně znamená také takticky klienta pochválit slovy: „To je dobrá otázka.“ A v neposlední řadě je pro dobrý vztah poradce a klienta velmi důležité klientovi naslouchat.

Zajímavou cestu pro pochopení dobrého vztahu poradce-klient je podívat se na to, co poradenství není. Zde je např. pohled Petea Sanderse (2002).

Poradenství NENÍ být kamarádem

Přátelství je vzájemný dvousměrný vztah, který zahrnuje mnoho různých aspektů, zatímco poradenství je jednosměrně zaměřené na blaho jednoho účastníka – klienta. Přátelé spolu chodí ven a jezdí na dovolenou. Poradce s klientem rozhodně ani jedno z toho nedělá!

Poradenství NENÍ přátelení se

Přátelení se je odlišné od kamarádství v tom, že je to jednosměrnější vztah, zatímco kamarádství je vztah dvousměrný. Zatímco přátelení se je podobné poradenství v tom, že je zaměřeno na „klientovo“ blaho, odlišuje se v tom, že má mnohem volnější hranice než poradenský vztah.

Poradenství NEZAHRNÚJE rodičovskou péči

Být rodičem znamená mnohem více se angažovat v životě člověka než být poradcem. Navíc, být rodičem často znamená povzbuzovat člověka, aby dělal to, co chce rodič, a ne to, co chce člověk sám. To není součást poradenství (ani by neměla být!).

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Poradenství NENÍ „léčba“ jako u lékaře

Léčba znamená použití léčebného postupu odborníkem na člověka, který je pasivně přijímá. Poradenství znamená aktivní účast klienta, a přestože poradce má odborné znalosti, nepoužívá je k tomu, aby člověk pasivně přijal to, co mu poradce říká.

Poradenství NENÍ kurz ani výuka

Na osobu zaměřeni poradci nebo poradci psychodynamicky orientovaní by řekli, že by své klienty neškolili ani neučili žádným vědomostem, a dokonce ani dovednostem, jak sami sobě pomoci. Tito praktikové nepovažují tyto činnosti za součást poradenského procesu. Na druhé straně kognitivně-behaviorální poradci tento názor nezastávají a tvrdí, že v poradenství hraje důležitou úlohu učít klienty kognitivně-behaviorálnímu pohledu na jejich problémy a vyškolit je v důležitých svépomocných dovednostech.

Poradenství NENÍ poskytování rad

Jsou-li udělovány rady – za předpokladu, že jsou dobře míněné – obvykle se tak děje z úhlu pohledu toho, kdo radí. Jinými slovy, rádce má jasnou představu o tom, co bude člověku ku prospěchu, a radu uděluje proto, aby člověka přiměl dělat určité věci, které podle jeho názoru člověku prospějí. Rady jsou často podbarveny „...kdybys byl tebou, tak bych...“. Poradci obecně rady nedávají ze dvou důvodů. Zaprvé, poradci pracují spíše v úhlu pohledu klienta než ve svém vlastním. Tedy čin, který může být správný pro poradce, nemusí být správný pro klienta. Zadruhé, udělování rad klienty nepovzbuzuje, aby samostatně přemýšleli. Poradci (alespoň z určitých orientací) jsou připraveni pomáhat svým klientům rozvíjet různé metody, jak dosáhnout cíle a vyhodnocovat výhody a nevýhody každého jednání, tak aby si klienti pro sebe dokázali vybrat tu nejlepší variantu. Při udílení rad radci v zásadě používají svou hlavu – při poradenství poradci vybízejí klienty, aby používali svou vlastní hlavu. Poradenství tedy posiluje klientovu samostatnost, což se při udílení rad obecně neděje.

Poradenství NENÍ pouhé používání poradenských dovedností

Mnoho odborníků může v průběhu své práce používat poradenské dovednosti, ale to neznamená, že provozují poradenství (např. zdravotní sestra). Když poradce používá poradenské dovednosti, je to v souladu s cíli a hodnotami poradenské profese.

Tolik Pete Sanders (2002).



shrnutí

Pozitivní vztah mezi poradcem a klientem je důležitý předpoklad pro to, aby poradenská komunikace napomáhala ke správnému kariérovému rozhodování. Je závislý od bezmezného přijetí klienta, pozorného naslouchání, zájmu o klienta, trpělivosti a přívětivosti poradce. Poradce by měl klienta přijmout a mít k němu úctu a neměl by ho odsuzovat a zneužívat. Poradce by neměl v průběhu komunikace vyjadřovat zklamání, drammatizovat věci a být ke klientovi příliš kritický. Pozitivní vztah mezi klientem a poradcem napomáhá procesu samostatného rozhodování. Poradce by měl dodržovat mlčenlivost, pracovat, pokud mu to školní prostředí umožňuje, v diskrétním prostředí.



zapamatujte si

Poradenská komunikace a vztah klienta a poradce, má-li být profesionální, nemůže být založen na vztahu kamarádském, přátelském, terapeutickém a rodičovském. Poradenství není pouhé používání poradenských dovedností a poskytování rad.



informační zdroje

- (1) DRYDEN, W. Poradenství. Praha : Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-371-0.
- (2) SANDERS, P. First Steps in Counselling: A Students' Companion for Basic Introductory Courses. Ross-on-Wye: PCCS Books, 2002.
- (3) VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2. Techniky naslouchání

Zeptáme-li se lidí, zda umějí naslouchat, většina lidí odpoví, že ano. Do té doby, dokud se lidé neseznámí s teorií pojednávající o složitosti naslouchání, jsou opravdu velmi často přesvědčeni, že naslouchat je jednoduché a že jim to nečiní problém. Pravdou zůstává, že ke schopnosti naslouchat se můžeme propracovat jen a jen učním.

Pravdou také zůstává skutečnost, že často slyšíme, co druhý říká, ale schází nám pozornost a opravdové zaujetí pro to, co slyšíme. A v tom tkví právě podstata naslouchání. Naslouchat tedy skutečně neznamená to, co znamená slyšet. Obecně můžeme říct, že když mluvíme o slyšení, pak mluvíme o zvukových vlnách, které narážejí na ušní bubínek a uvádějí do chodu orgány středního a vnitřního ucha. Mluvíme-li o naslouchání, pak jde o schopnost, prostřednictvím které si vybíráme to, čemu chceme věnovat svoji pozornost. Často bývá problémem opravdového naslouchání skutečnost, že neposloucháme proto, abychom porozuměli sdělení druhého, ale proto, abychom mu byli schopni odpovědět.

Nasloucháme-li v rámci poradenského rozhovoru svému klientovi, pak je nezbytně nutné, abychom se plně soustředili, rozuměli mimice klienta, „naslouchali“ také očima, volili vhodné otázky, nacházeli vhodné odpovědi. Také využívání správné doby pro krátké odmlčení se je vhodnou technikou pro naslouchání. Během naslouchání je nezbytně nutné působit přirozeně, dívat se klientovi do očí, což vzbuzuje u klienta potřebnou jistotu a důvěru.

Nancy Van Peltová ve své knize (2002) uvádí špatné návyky při naslouchání, které se objevují velmi často, protože nejsme dostatečně informováni. Schopnost naslouchat je proto velice zanedbávanou a více méně nepochopenou součástí komunikace. Ke schopnosti naslouchat nás nedovede univerzitní titul, ale spíš vlastní odhodlání a procvičování potřebných dovedností. Chceme-li to všechno zvládnout, měli bychom si osvojit těchto sedm pravidel:

1. Udržovat kontakt očí. Pokud se právě zabýváte něčím jiným, odložte to a soustředte svůj pohled na klienta. Vyvarujte se toho, aby byl váš pohled upřený, povýšený nebo přehnaně zkoumavý.
2. Důležitost postoje. Pokud sedíte, pak je dobré se lehce naklonit dopředu. Tak dáte najevo svůj zájem o to, co vám klient říká.
3. Mírnými gesty naznačit zájem o to, co vám druhý sděluje: stačí zdvihnout obočí, pokývnout hlavou, usmát se, je-li to právě žádoucí.
4. Aktivní naslouchání obohatit vhodně volenými větami jako: „Souhlasím. Chápu tě.“ Každý z nás je rád, když mu ten druhý naznačí, že pochopil, co se mu snažíme říct.
5. Dobře formulované otázky. Nebojme se povzbudit partnera otázkami, které jsou důkazem našeho upřímného zájmu.
6. Nepřerušovat. Dejte klientovi prostor a čas pro úplné vyjádření myšlenek, a to dřív než začnete předkládat své. V žádném případě by nemělo být cílem ukázat mu, že se mýlí.
7. Poslouchat ještě o trochu víc. Pokud si myslíte, že jste už s nasloucháním u konce, měli byste klientovi věnovat ještě alespoň třicet vteřin pozornosti.

Tolik Nancy Van Peltová o tom, co je vhodné pro dobře zvládnuté naslouchání.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

A aby byly její rady kompletní, dodává, jakých špatných návyků je třeba se naopak vyvarovat:

- dávat mluvícímu najevo, že rozhovor je ztráta času;
- být bez ustání v pohybu;
- tvářit se lhostejně a nedávat najevo pochopení;
- příliš se přiblížit k mluvícímu;
- přerušit rozhovor kvůli „neodkladnému“ telefonu;
- to, co bylo řečeno, vyjádřit jinak ve snaze dát tomu jiný smysl;
- znovu se ptát na to, co už mluvící odpověděl;
- popírat tvrzení klienta, aniž bychom mu dali příležitost je pořádně vysvětlit;
- předbíhat to, co chce klient říct, nebo jeho věty doplňovat a nedovolit mu, aby je dokončil.

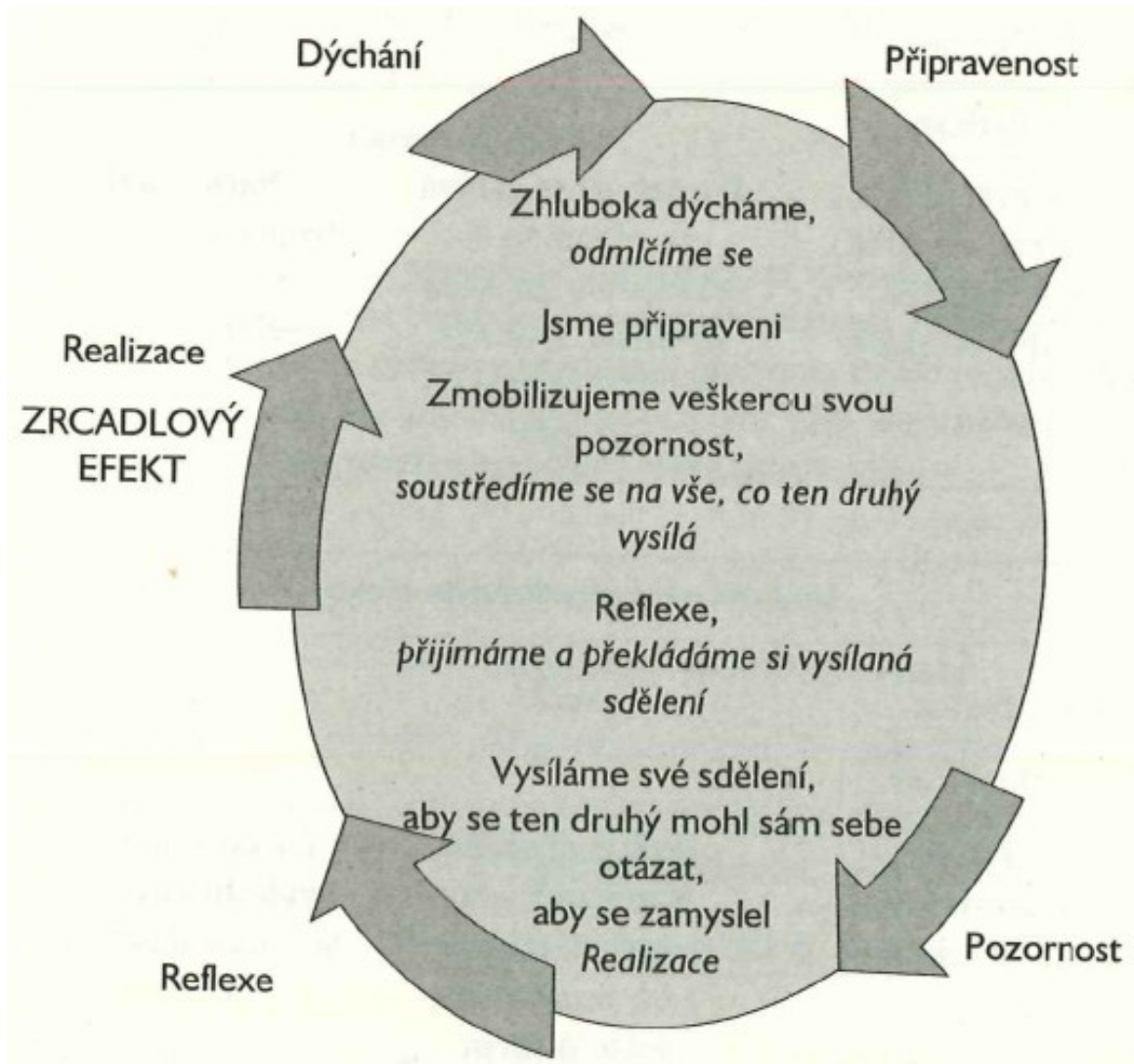
Rady a doporučení k úspěšnému naslouchání už máme. Hledejme spolu ale také odpověď na otázku: „Proč je důležité klientovi naslouchat? V čem nám to pomáhá při poradenském rozhovoru?“ A tak, jak je složité samo naslouchání, tak jednoduchá je odpověď na tuto otázku.

Klienti, kterým je v průběhu poradenského rozhovoru nasloucháno, se cítí ceněni a respektováni. Zvyšujeme jejich sebevědomí a sebeúctu. A o to nám při poradenském rozhovoru také jde. Když klientovi nasloucháme, vytváříme pozitivní vztah poradce – klient, jsme k němu blíží a lépe mu můžeme porozumět. Lépe ho pak můžeme vést ke správnému kariérovému rozhodování. Nezapomeňme ale na důležitou věc, že naslouchání neznamena vždycky souhlas, ani společné názorové či postojoyé sdílení.

Cílem naslouchání je chápat pocity, potřeby a postoje našeho klienta a uvolnit prostor „sobě i jemu“ pro aktivní poradenství.

Víme už proč, víme už čeho se vyvarovat, ale řekněme si, jak tedy skutečně naslouchat. Je nasnadě, že nejdůležitější je vytvořit klientovi prostor, kde pro něj nebude obtížné říci, co právě řeší, s jakým problémem za kariérovým poradcem přichází. V empatickém naslouchání se doporučuje technika tzv. zrcadlení nebo parafrázování. Zrcadlení znamená, že opakujeme důležité části hovoru, které říká náš klient. Při parafrázování říkáme obsah toho, co říká náš klient, svými vlastními slovy. Někdy se nám to může jevit jako směšné a moc se nám do těchto technik nechce. Pokud ale vydržíme a budeme se držet této rady, dostaneme se v poradenském rozhovoru rozhodně dál. A pak je už jenom krok k vyšší dovednosti při naslouchání a to je „reflexe pocitů klienta“. Je to schopnost proniknout do samotných pocitů našeho klienta, což vyjadřuje např. „zdá se mi, že jsi z toho trochu smutný“. Pokud zvládnete i tento nástroj naslouchání, jste na dobré cestě být dobrým kariérovým poradcem. Proces je velmi výstižně vyjádřen na níže uvedeném obrázku převzatém z knihy Ernesta Dupuy (2002)

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



Cesta od aktivního naslouchání k zrcadlovému efektu, klíčovému prvku dialogu. Obr. č. 1



shrnutí

Naslouchání je umění, kterému je se třeba učit. Schopnost naslouchat je jedním z důležitých předpokladů pro výkon činnosti kariérového poradce. Naslouchat můžeme „celým tělem, očima, hlavou, rukama, ústy“. Je nutné mít neustále na paměti, že porozumět druhému není samozřejmostí. Nejdříve se snažme porozumět a až poté se snažte o to, aby ostatní rozuměli nám. Nejhorším poradcem a naslouchajícím je ten, který přerušuje řeč klienta „skákáním mu do řeči“, má nedostatečný zrakový kontakt, je znuděný, vybírá si pouze ty části rozhovoru, které ho zajímají, a ostatní odmítá, je posluchačem s obranným postojem, je necitlivý, nedbá na způsob, jakým je slovo, nositel informace, předáváno (výška, rychlost, přízvuk, modulace hlasu).

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



zapamatujte si

Mezi nástroje empatického naslouchání patří:

- Zrcadlení
- Parafrázování
- Reflexe pocitů
- Parafrázování + reflexe pocitů



informační zdroje

- (1) VAN PELT,N. Umění komunikace. Praha: Advent-Orion s.r.o., 2002. ISBN 80-7172-804-7.
- (2) DUPUY,E. Úspěšný dialog. Praha : Portál, 2002. ISBN 80-7178-666-7.
- (3) VYBÍRAL,Z. Psychologie komunikace. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3. Vedení poradenského rozhovoru

Do této doby jsme se zabývali tím, jak vytvořit pozitivní vztah klient-poradce, uměním naslouchat, tím, co kariérové poradenství je a není, a na nyní se déle a podrobněji zastavíme u problematiky vedení samotného poradenského rozhovoru. Rozhodně můžeme říct, že právě rozhovor řadíme mezi základní nástroje poradenské činnosti kariérového poradenství. Aby poradenský rozhovor splnil svůj účel, je žádoucí, aby kariérový poradce vytvořil vhodné podmínky a při samotném rozhovoru respektoval některá formální pravidla.

Kvalitu poradenského rozhovoru určuje mimo jiné čas, který mu věnujeme, a prostředí, ve kterém probíhá. Mluvíme-li o prostředí, je dobré, pokud kariérový poradce má k tomuto účelu práce vedením školy vymezen vhodný prostor. Ten by neměl působit příliš „institucionálně“ a měl by být vybaven pohodlným nábytkem a informačně komunikační technikou. Důležité také je, jak bylo již dříve zmíněno, aby průběh poradenského rozhovoru nerušilo vyzvánění telefonu či aby v místnosti nebyl dokonce přítomen další, nežádoucí účastník. Pro rozhovor si kariérový poradce musí vymezit dostatek času, jelikož faktické informace lze zjistit rychle, nicméně chce-li poradce porozumět problému, pochopit jeho souvislosti a dospět s klientem k návrhu řešení, musí mu věnovat alespoň 30-45 minut. V konečném důsledku je na uvážení samotného kariérového poradce, kolik potřebného času svému klientu věnuje.

Rozhovor má mít jasně stanovený cíl a ten má vycházet z potřeby klienta. Cíl rozhovoru je nutné definovat nejpozději na jeho začátku. Nestane-li se tak, mohou se poradce a klient v rozhovoru „míjet“, problém se tím neřeší a poradenský rozhovor je veden v konečném důsledku pro obě strany neuspokojivě. Může se také stát, že klient přichází s problémem, který, jak se v průběhu poradenského rozhovoru ukáže, tkví ve skutečnosti v něčem docela jiném. Kariérový poradce se musí věnovat jak problému klientem deklarovanému, tak také tomu, co v průběhu poradenského rozhovoru zjistí. Pokud o některém problému klient hovořit nechce, respektujeme jeho vůli. Upozorníme ho však na to, že okolnosti, o kterých nechce hovořit, mohou ovlivnit platnost a účinnost poradenského rozhodnutí. Velkou pomocí je pro kariérového poradce znalost vzdělávacího prostředí, ve kterém se klient pohybuje. Při vedení rozhovoru musí dát ale pozor na to, aby jeho úsudky nebyly nepříznivě ovlivněny zkušeností z jiných „negativních setkání“ s klientem (např. z vyučovacího procesu apod.). Je velkým uměním poradce se od těchto zkušeností tzv. „oprostit“.

Jak již bylo dříve řečeno, velmi důležité je pro dosažení kvality a efektivity poradenského rozhovoru vytvořit dostatečný časový prostor. Ten vytváří poradce vhodně formulovanými otázkami. Velmi výhodné je klást tzv. otevřené otázky („Jaký je váš názor na danou věc? Co očekáváte od...? Co si myslíte o...? Co by se stalo, kdyby...?“). Méně vhodné jsou pro kvalitní poradenský rozhovor otázky uzavřené, vyžadující odpověď ano, nebo ne. Vždycky je důležité mít na paměti skutečnost, že kariérový poradce nespochází s vlastním návrhem řešení, nehodnotí, nekritizuje, ale naopak povzbuzuje a pomáhá klientovi dělat vlastní rozhodnutí. Vhodné je také s klientem řešit průběhy obvyklých kolizních situací a pomáhat mu hledat vhodné způsoby jejich řešení. Jedná se o situace, které souvisí s kariérovým rozhodováním. Rozhovor ale vždycky musí „řídít a vést“ kariérový poradce. Za výsledek poradenského rozhovoru je odpovědný právě on.

Důležité je také vzpomenout slovník a složitost hovoru, který je nezbytně nutné, i když by nás to třeba vzhledem k odbornosti a zkušenostem lákalo dělat jinak, zcela přizpůsobit klientovi. Jeho věku, jeho zkušenostem, jeho intelektu. Rozhovor musí být veden tak, aby se v něm klient orientoval a bylo mu jasné, o co usilujeme. Mějme také na paměti, že pokud klient neříká pravdu, nečiní tak často záměrně. „Nezlobme se na něj.“ Vedou ho k tomu různé okolnosti. Vypadat lépe, věc zjednodušovat, nechť sdělí něco osobního. Není také vhodné, aby kariérový poradce dokazoval svému klientovi, jak je odborně zdatný a společensky významný. Každý poradenský rozhovor by měl mít pozitivní závěry a doporučení, která jsou reálná, konkrétní a pro klienta užitečná. Vhodné je před ukončením rozhovoru zrekapitulovat jeho podstatné části. Pokud klient projeví zájem, je vhodné se na konci rozhovoru domluvit na dalším setkání.

A co pravda? Zjištění, které je pro klienta slyšet nepříjemné a mnohdy i traumatizující? Tady platí obecné pravidlo – s citem. Není vhodné lhát, ale říkat pravdivé okolnosti a zjištění tak, aby to klient „unesl“. Pomáhat hledat řešení, východiska z nepříjemné situace, a když je zapotřebí, tak i útěchu. Pokud klient tuší a my jsem schopni to nasloucháním rozpoznat, můžeme hovořit otevřeněji.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úkol pro studující:

Před tím, než se začneme zabývat „uměním“ dialogu, na malou chvilku zanecháme teorie a stanovíme si vlastní diagnózu toho, jak jsme v současné době schopni rozhovor vést my sami. Při čtení výsledků testu mějme ale pořad na paměti, že vést rozhovor je umění a velká dovednost. Pro kariérového poradce je ale důležitá technická složka, která se dá cvičit a „natrénovat“. A to je na tomto sdělení to nejdůležitější.

Pro vyhodnocení testu použijte bodové hodnocení takto:

Nikdy = 1 bod, zřídka = 2 body, někdy = 3 body, často = 4 body, zpravidla = 5 bodů a vždy = 6 bodů. Po sečtení bodů se podívejte na výsledek vašeho testování.

Výsledky testu

Máme-li mezi 120 a 150 body, jsme v dialogu šampióny!

Máme-li mezi 90 a 119 body, umíme vést dialog skutečně dobře!

Máme-li mezi 60 a 89 body, mohli bychom si počínat lépe.

Máme-li méně než 59 bodů, čeká nás velký kus práce.

Pokusme si odpovědět na tyto otázky:

(Škála odpovědí: nikdy/zřídka/někdy/často/zpravidla/vždy)

1. Jednáme vstřícně otevřeně?
2. Dáváme najevo své sympatie, chováme se vřele a upřímně?
3. Přizpůsobujeme projev a chování druhému účastníkovi dialogu?
4. Hovoříme jasně, stručně a klidně?
5. Rozmyslíme si nejdříve, co řekneme?
6. Odmlčíme se, je-li to vhodné?
7. Vyjadřujeme najednou jen jednu myšlenku?
8. Vyslechneme nejdříve druhého a zamyslíme se nad tím, co nám sdělil?
9. Pomůžete mu, pokud se vyjadřuje s obtížemi?
10. Vyjadřujeme se tak, aby se druhý mohl svobodně tázat?
11. Dokážeme se ovládnout, potlačit své emoce, když nám druhý účastník dialogu odporuje?
12. Bereme v úvahu způsob, jakým se vyjadřuje?
13. Posloucháme ho, i když předem tušíme, co nám chce sdělit?
14. Jsme připraveni a ochotni mu pomoci, vytváříme ovzduší důvěry?
15. Oslovíme toho, kdo nás zranil, abychom si s ním celou záležitost vyjasnili?
16. Dotazujeme se druhého účastníka dialogu, abychom se ujistili, že jsme dobře zaznamenali, co nám sdělil? Že ho můžeme pokládat za důvěryhodnou osobu?
17. Ptáme se druhého, abychom se ujistili, zda dobře zaznamenal, co jsme mu sdělili, pochopil to? Že nás může pokládat za důvěryhodnou osobu?
18. Bereme při jeho sdělení ohled na sociální prostředí, ze kterého pochází, na jeho temperament, cíle?
19. Snažíme se pochopit, co jeho chování motivuje?
20. Snažíme se pochopit, co je příčinou jeho chybného chování?
21. Bereme v úvahu jeho emoce?
22. Snažíme se zjistit, na základě čeho bychom s ním mohli začít spolupracovat?
23. Shrnujeme si pravidelně své poznatky a děláme si z nich závěry?
24. Máme dobrou náladu, potlačujeme případnou rozmrzelost?
25. Přiznáme svou vinu, když jsme vinní?
26. Zůstáváme „hluší“ k pochvalám, i když jsou oprávněné?
27. Dokážeme si druhého vážít?
28. Dokážeme odmítnout, je-li to nutné?
29. Snažíme se zjistit, jak dotyčný ovlivňuje naše chování?
30. Shrňeme si nakonec celý dialog a dohodneme se společně o všem, co podpoří spolupráci?

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tak jak jste dopadli? Těm, kteří jste už teď šampióny, blahopřeji a těm ostatním věřím, že se šampióny stanou na konci tohoto specializačního studia. Chce to jenom naslouchat, studovat a cvičit.

A teď se podrobněji podívejme na dvě fáze poradenského rozhovoru, a to na jeho přípravu a jeho vedení. Znovu si připomeňme, že se jedná o rozmluvu obvykle dvou a někdy i více lidí na jedno nebo více témat. Tématem poradenského rozhovoru v rámci kariérového poradenství je profesní a vzdělávací směřování klienta.

3.1 Příprava poradenského rozhovoru.

Podle Ernesta Dupuy (2002) je důležitá pro úspěch v poradenském rozhovoru jeho velmi důsledná příprava. Je třeba zjistit, zda okolnosti, za kterých se s dotyčným setkáme, vedení dialogu umožňují. Všeobecně platí, že dialog zahajujeme v situaci, kterou vyvoláme nebo vytvoříme, při vhodné příležitosti ... za příznivých okolností ... To znamená, že dialog nevedeme jen tak, bez přípravy, v tom případě totiž můžeme pouze „zaznamenávat“, co ten druhý říká, a pak ho požádat o čas na přemýšlení. V dialogu platí zásada: Vždycky se musíme ovládat a toho docílíme tím, že budeme nanejvýš vnímaví, soustředění. Dialog nesmíme „zkazit“ svými „dobrymi“ a špatnými úmysly, obavami... Je naopak třeba, abychom se oprostili od předsudků, které máme vůči tomu, s kým hodláme hovořit; abychom v sobě našli a vyvolali to, co následující dialog oživuje – ochotu druhého zohledňovat, respektovat, a to takového, jaký skutečně je, v jaké podobě jsme ho objevili za jeho „maskou“, ať už se za ní skrývá záměrně, či nikoliv... A je-li to nutné, snažme se udělat první krok.

A jaké otázky bychom si měli před zahájením dialogu položit? Ernest Dupuy doporučuje tyto:

Kdo?

Uvědomujeme si plně odpovědnost, hodnoty, osobnost, status, zábrany, zvyky, ale také zájmy každého z nás, tedy své i druhého účastníka dialogu?

Co?

Jaké pohnutky a podněty u nás i u toho druhého téma dialogu vyvolává? Jsme si vědomi, jaké překážky mohou představovat ekonomické, technické a psychologické faktory?

Kdy?

Zajistili jsme pro uskutečnění dialogu vhodné podmínky, jsme schopni se na místo konání dostavit včas a vyhradili jsme si dostatek času?

Jak?

Přistupujeme k dialogu klidně a vstřícně, jsme odhodláni se mu zcela věnovat? Jsme ochotni toho druhého v průběhu celého dialogu považovat za „střed vesmíru“... prostřednictvím aktivního naslouchání brát v úvahu jeho očekávání, potřeby i omezení?

Kde?

Jsme si vědomi, že průběh dialogu může ovlivnit místo konání, že může probíhat rozdílně, odehrává-li se na našem „teritoriu“ nebo na „teritoriu“ toho druhého? Vhodné je především takové prostředí, které nám umožní hovořit o samotě, mimo dosah očí a uší ostatních nebo nějakého nepříjemného hluku.

Proč?

Kdo stanovil cíle? Jsou jasné a reálné? Sblížíjí nás s druhým účastníkem dialogu, nebo nás vzdalují? Představují pro někoho z nás nějaká rizika? O co se lze opřít a jakým směrem dialog vést?

Tolik Ernest Dupuy k přípravě poradenského rozhovoru.

V rámci přípravy poradenského rozhovoru lze provést také jeho nácvik s jinou osobou, případně si připravit strukturovaný rozhovor, či písemný scénář. U začínajícího kariérového poradce je tato příprava velmi důležitá, pro zajištění kvality téměř nezbytná. Poradce musí být připraven také na to, že skutečný rozhovor může mít jinou dynamiku než tu, kterou očekává a pro kterou je „připraven“.



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3.2 Čtyři fáze poradenského rozhovoru

Pro zvládnutí role kariérového poradce je nezbytně nutné pochopit základní fáze poradenského rozhovoru. V odborných publikacích se setkáme velmi často s tímto dělením:

1. fáze představení;
2. fáze zjišťování;
3. fáze záměru a
4. fáze akce.

Jako první se budeme zabývat **fází představení**. V průběhu této fáze jde především o vytvoření „vztahu“ mezi kariérovým poradcem a klientem. Jak již bylo dříve řečeno, v tuto chvíli dáváme klientovi najevo, že nás zajímá, že ho „přijímáme“ bez předsudků a že ho pokládáme za rovnocenného partnera. Důležitým momentem ve fázi představení je také vyjádření společného cíle, ke kterému má poradenský rozhovor směřovat, či tématu, o kterém budeme společně rozmlouvat. Již v průběhu této fáze využíváme techniku naslouchání a klademe vhodné otevřené otázky.

Daleko důležitější jsou obě techniky, tedy naslouchání a kladení otevřených otázek, důležité ve fázi druhé, kterou nazýváme – **zjišťování**. Pomocí zrcadlového efektu se snažíme vzhledem k našemu společnému cíli zjistit či poznat klientova očekávání, potřeby, jak klient vnímá sám sebe a jak sám sebe hodnotí. Kam ve svém profesním životě směřuje a co jeho kariérové směřování případně limituje. Tato fáze je velmi důležitá a není možné ji ukončit před tím, než máme dostatek informací pro závěrečné vyhodnocení.

Řekneme-li, že další fáze, kterou nazýváme **fáze záměru**, je fází jakéhosi „přerodu“ našeho klienta z pohledu sebepojetí, nejsme daleko od pravdy. Prostřednictvím zrcadlového efektu se snažíme klienta pozitivně motivovat, při respektování jeho možností a schopností, a dovést ho ke změně jeho protikladných postojů, které ovlivňují jeho kariérové rozhodování. To dokážeme pouze tehdy, když budeme ke klientovi upřímní, když mu ukážeme, že si ho vážíme a že v jeho schopnosti věříme. Nesmíme však zapomenout na to, že má-li náš klient být i jen jednu pochybnost, poradenský rozhovor nebude úspěšný. Pak je nutné se vrátit o krok zpět, tedy k fázi zjišťování.

Poslední fází je **fáze akce**, kterou někdy odborníci nazývají „přípravou cesty k úspěchu“. Je to „vyvrcholení“ poradenského rozhovoru, kdy shrneme souhlasná stanoviska, zhodnotíme a oceníme naši spolupráci a malým odmlčením necháme klientovi prostor pro ztotožnění se s vysloveným hodnocením. Pak nám už nezbyvá nic jiného než udělat společné plány realizace a naplánovat další kroky klienta i poradce. A pro poradce? Jeho role ve škole nekončí tímto poradenským rozhovorem, měl by dané kroky dále sledovat a případně kontrolovat.

A co by si měl každý, především začínající kariérový poradce uvědomit? Že rozhovor je velmi živý organizmus. Že každý klient je jedinečný. Tudíž i pořadí jednotlivých fází je pouze doporučované. Že v rozhovoru musíme ponechat klientovi svobodu, a to jak v myšlení, tak také ve vyjadřování.

Ernest Dupuy (2002) říká, že během všech čtyř fází dialogu bychom si měli osvojit následující zásady:

- být vstřícní, otevření a ochotní vést dialog;
- při svém jednání vycházet z aktivního naslouchání druhého účastníka a zohledňovat jeho očekávání, potřeby a omezení;
- umožnit mu, aby mohl přemýšlet a vyjadřovat se zcela svobodně;
- přimět ho, aby se sám sebe tázal a sám si také odpověděl na otázky, které dialog přináší (zrcadlový efekt);
- dialog vést s ohledem na hodnoty, které druhý vyznává, a odpovědnost, již má;
- dát dialogu k dispozici své schopnosti místo toho, aby byl on k dispozici nám;
- uvědomit si, že ten druhý se obává toho, abychom mezi jeho slovy a skutky nenacházeli rozpor;
- stále zaměřovat dialog k tématu, a to po každé výměně replik, i během periodických syntéz (zrcadlový efekt);



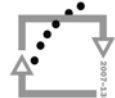
evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- být pro druhého účastníka hostitelem i hostem (tedy tím, kdo prokazuje pohostinnost, i tím, kdo ji přijímá); v dialogu to znamená, že budeme toho druhého přijímat a budeme jím přijímáni (zrcadlový efekt);
- ... a ihned po ukončení dialogu jednat tak, jak jsme v jeho průběhu jednali, a v souladu se závazky, které jsme v něm přijali.

Tolik Ernest Dupuy (2002).



shrnutí

Kvalita poradenského rozhovoru je dána jeho autentičností, opravdovým zájmem o klienta, důsledností, akceptací klienta, odbouráním stereotypů v myšlenkových pochodech, důkladnou přípravou, nasloucháním, akceptováním pocitů, otevřeností a sdílností. Dobré komunikaci v rámci kariérového poradenství brání komunikační stereotypy, „hry“, autoritativní způsob řeči, moralizování, odsuzování, kritika, obviňování, časté opravování klienta v jeho promluvě, dogmatismus. Velký význam má také řeč těla, mimika a v neposlední řadě také síla, barva, tón hlasu a rychlost řeči. Kvalitu poradenského rozhovoru ovlivňuje také prostředí, ve kterém probíhá, a „naladěni“ obou účastníků, tedy poradce i klienta.



zapamatujte si

Čtyři fáze poradenského rozhovoru :

1. fáze představení;
2. fáze zjišťování;
3. fáze záměru a
4. fáze akce.

Pořadí jednotlivých fází není dogmatem, nýbrž jen doporučením.



informační zdroje

- (1) VAN PELT, N. Umění komunikace. Praha: Advent-Orion s.r.o., 2002. ISBN 80-7172-804-7.
- (2) DUPUY, E. Úspěšný dialog. Praha : Portál, 2002. ISBN 80-7178-666-7.
- (3) VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

4. Zrcadlový efekt

V části zabývající se nasloucháním jsme již pohovořili o technice, kterou nazýváme zrcadlový efekt. V této části o ní pohovoříme z hlediska dialogických postupů. Pokusíme se najít odpověď na otázku, jak nám zrcadlový efekt pomáhá v rámci vedení poradenského rozhovoru? Zjednodušeně řečeno, jde o to, že pomocí zrcadlového efektu přivedeme klienta k tomu, aby „nám sdělil, co nosí ve svém nitru“. Neboli přivedeme ho k poznání toho, co si sám neuvědomuje. A teď si na otázku odpovíme slovy Ernesta Dupuy (2002), který říká, že zrcadlový efekt nám umožňuje přivést klienta k tomu, aby se na základě toho, co nám sdělil, sám sebe otázel, tedy aby si uvědomil, jaké postoje v rozhovoru vyjádřil. To ho vede k zamýšlení nad tím, jaký charakter by měl náš rozhovor mít, jaké hodnoty vyznáváme a jakou odpovědnost má každý z nás. Přitom mu však musí být ponechána veškerá svoboda myšlení, vyjadřování a iniciativa.

Při zrcadlovém efektu klademe druhému otevřenou otázku, kterou si promyslíme během pomlky. K vytvoření této otázky je třeba, abychom byli velmi vnímaví, mohli tak dotyčným aktivně naslouchat, a brali přitom ohled na všechna jeho očekávání, potřeby a omezení... Neměli bychom však zapomenout, že chceme-li po někom, aby se takto tázal, musíme si nejdříve stejně otázky položit i my. Právě proto nám zrcadlový efekt slouží k tomu, abychom druhého nehodnotili pouze na základě toho, co je vidět na povrchu, ale poznali jeho skutečné myšlenky. Udržíme naše vědomí bdělé, také může poznat skutečný charakter dialogu – jeho realitu, realitu stále novou, nepředvídatelnou, nestálou; realitu, která pro nás a pro klienta může být nepříjemná, matoucí, možná i šokující, je-li mezi námi oběma rozpor. Zrcadlový efekt umožní, aby klient dospěl od toho, co nás vzájemně vzdaluje, k porozumění a spolupráci. „Přeložíme-li“ si vše, co nám klient řekl, dostaneme se „ke kořenům...“.

Použití zrcadlového efektu nám zabrání, abychom druhého posuzovali prostřednictvím svých „jistot“, uchylovali se k všemožným psychologickým zkoumáním a projekcím, indukcím nebo dedukcím. A to opravdu hrozí, protože rozhovor nám poskytuje dostatek času na to, abychom mohli jednání klienta analyzovat. V dnešním uspěchaném životě je zrcadlový efekt prostředkem, díky němuž můžeme úspěšně dovést rozhovor k potřebnému závěru ve stanoveném čase.

Zrcadlový efekt hraje ještě jednu důležitou roli. Umožňuje klientovi, aby v průběhu rozhovoru uspokojil potřebu hledat a nalézat tu svou cestu; potřebu, která ho staví před četná protikladná rozhodnutí. To se děje především tehdy, zaujíme-li vzájemně nesouhlasná stanoviska... V tomto labyrintu se tedy zrcadlový efekt pro dotyčného stává jakýmsi průvodcem. Ukazuje mu stále zřetelněji, co charakterizuje jeho, co charakterizuje jeho vztah s námi, tedy co je poplatné odpovědnosti a hodnotám, jejichž jsme oba nositeli. Toto poznání nás oba v mnoha případech donutí se nad sebou zamyslet.

Může se také stát, že nám klient svůj souhlas slovy vyjádří, ale bude se tvářit zdrženlivě, popřípadě zachytíme negativní projevy ještě zřetelnější – pohyby rukou nebo nohou... V takové situaci se odmlčíme a během pomlky tato „varovná znamení“ zhodnotíme. Pak dotyčným prostřednictvím zrcadlového efektu přimějeme, aby se sám sebe otázel a aby nám tyto signály „přeložil“. Pak budeme moci zjistit jeho situaci v rozhovoru, to, co skutečně očekává, potřebuje, co ho omezuje... A také jakou roli v tom hrají jeho pocity, emoce, ješitnost, zájmy atd. Toto zjišťování však předpokládá, že známe význam signálů, které k nám dotyčný vysílá. Sdělování má totiž mnoho podob, verbálních i neverbálních. Stejně tak je nutno brát v úvahu, že vysílané signály mohou být pravdivé, mohou však i klamat. Díky zrcadlovému efektu však můžeme brát ohled na jeho vědomé či nevědomé „masky“. Postupně se nám tak začíná objevovat takový, jaký ve skutečnosti je, tedy nikoli v podobě, již nám ukazuje, nebo jak ho vidíme. K tomu je však třeba uskutečnit celou řadu zrcadlových efektů. Zrcadlový efekt se pak bude skládat z několika pomlek a otevřených otázek a bude doprovázen syntézami. Tak je totiž třeba potvrzovat, ověřovat a někdy i opravovat „překlad“ vyjádření dotyčného. Vycházíme z toho, co nám ten druhý sdělil a s pomocí zrcadlového efektu vidíme stále zřetelněji, co skutečně ví, chce a může; co neví, nechce a nemůže; o čem pochybuje, čeho se obává, o co usiluje... Chceme-li však, aby zrcadlový efekt toto poslání plnil, musíme být vstřícní, a to především tehdy, když nám klient dává najevo svou nevoli. Místo abychom snášeli odmítání, špatné zacházení, nepřátelské mlčení, unikání, místo abychom podléhali netrpělivosti, je užitečné pozorně mu naslouchat, napomáhat mu a hledat, čím vším bychom mohli bytosti, která se od nás liší, staví se proti nám, prospět... Je třeba naučit se rozumět všemu, co ten druhý svým chováním vyjadřuje pozitivního a užitečného pro náš vztah. Tolik o zrcadlovém efektu Ernest Dupuy (2002).

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



shrnutí

Před započatím poradenského rozhovoru aktivně pracujeme na tom, abychom se zbavili všeho, co nás zatěžuje a rozptyluje (starosti, obavy, odmítnutí, stereotypní myšlení...). K tomu nám pomůže hluboké a pomalé dýchání. Ovládneme své emoce. Pak se plně koncentrujeme na aktivní naslouchání druhému. Jako pomocnou techniku použijeme pozorování. Zmobilizujeme vnímání, plně se soustředíme a to nám umožní v průběhu pomlky zrcadlový efekt uskutečnit.

Otevřená otázka, kterou klientovi položíme, mu nabízí, aby se sám sebe otázel. Ponechává mu veškerou svobodu myšlení a vyjadřování. Klienta nic neomezuje a je podnětem k tomu, aby za sebe převzal veškerou odpovědnost. Právě otevřená otázka mu umožní přeměnit protichůdné postoje v souhlasné. Vždy však bere v úvahu svoje možnosti, potřeby a očekávání. Otevřenou otázku pokládáme na základě toho, co nám klient sdělil. Je třeba mít na zřeteli, že by otázka měla vyjadřovat jen jednu myšlenku najednou a že po ní následuje pomlka, „tázavé mlčení“. Za určitých okolností je tou nejlepší otázkou právě mlčení. Pokud vedeme poradenský rozhovor správně, umožníme klientovi, aby se zcela svobodně sám sebe otázel, byl tedy iniciativní.

Situace, kdy jeden druhému v rozhovoru skutečně naslouchá, zohledňuje ho a respektuje, bývají velmi vzácné. Velmi často nejsme pokládáni za to, čím skutečně jsme nebo čím bychom mohli či chtěli být. Když budeme druhému aktivně naslouchat v přátelské a vzájemnou úctu vyjadřující atmosféře, klient si tím, že ho v průběhu rozhovoru respektujeme, bude přímo jistý. V tomto prostředí pak klient zcela svobodně rozhoduje, jakým směrem se bude rozhovor ubírat.



zapamatujte si

Zrcadlový efekt nám umožňuje přivést klienta k tomu, aby se na základě toho, co nám sdělil, sám sebe otázel, tedy aby si uvědomil, jaké postoje v rozhovoru vyjádřil. To ho vede k zamyšlení nad tím, jaký charakter by měl náš rozhovor mít, jaké hodnoty vyznáváme a jakou odpovědnost má každý z nás. Přitom mu však musí být ponechána veškerá svoboda myšlení, vyjadřování a iniciativa.



informační zdroje

- (1) VAN PELT, N. Umění komunikace. Praha: Advent-Orion s.r.o., 2002. ISBN 80-7172-804-7.
- (2) DUPUY, E. Úspěšný dialog. Praha : Portál, 2002. ISBN 80-7178-666-7.
- (3) VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

5. Výrazové prostředky v dialogu

V této části pohovoříme o významu výrazových prostředků a o tom, jakou roli hrají v průběhu vedení poradenského rozhovoru.

5.1 Jazyk a dialog

Jazyk nám umožňuje vyjadřovat se. Je nezbytně nutné s ním umět zacházet. Při vedení poradenského rozhovoru je vhodné mluvit pomalu, využívat „pauzy“, jedno sdělení by mělo obsahovat pouze jednu myšlenku. Také projevy neverbální komunikace jsou součástí poradenského rozhovoru a velmi silnými signály ke klientovi. Mimika, gesta, fyzický postoj neboli držení těla, akustické projevy řeči velmi výrazně ovlivňují kvalitu poradenského rozhovoru.

Ernest Dupuy (2002) si mimo jiné položil několik užitečných otázek týkajících se jazyka (mluvy):

mluva poradce v dialogu

- Neovlivňují v dialogu, kde oba máme opačné názory, naši mluvu předsudky, zvyky zájmy...?
- Jaký máme způsob vyjadřování (způsob zvýrazňování, vyjadřování emocí)?
- Jaký smysl může přisuzovat druhý účastník dialogu naší mluvě z hlediska rozdílnosti jeho a našich záměrů?
- Přizpůsobili jsme svůj jazyk, svou mluvu, způsobu vnímání (afektivnímu, sociálnímu, rozumovému) toho druhého, odpovědnosti, kterou má, a hodnotám, jež vyznává?

Mluva klienta v dialogu

- Jaký smysl můžeme přisoudit mluvě toho druhého, pokud si neověříme, zda jsme jeho zprávu dobře zaznamenali, pochopili a přesvědčili se, že jí můžeme věřit... Jinak řečeno, ověřili jsme si skutečný vnitřní význam jeho mluvy?
- Přeložili jsme si všechny formy jeho mluvy?
- Jaká opatření musíme učinit, abychom se ubezpečili, že dotčeného ve všech formách jeho vyjádření vnímáme správně (vnímání afektivní, sociální, rozumové)?
- Pokud s ním nesouhlasíme, jaký vliv má jeho mluva na naše jednání, na nás a na to, jaké hodnoty vyznáváme a jakou odpovědnost oba máme?

Verbální (slovní) sdělení v poradenském rozhovoru by mělo být založeno:

- na krátkých promluvách;
- na jednoduchém jazyku;
- na co nejdůležitějším vyjádření pouze jedné myšlenky v každém sdělení,

píše ve svém díle Ernest Dupuy.

5.2 Řeč

V průběhu poradenského rozhovoru je velmi důležité si neustále uvědomovat, že řeč by neměla přímo přesvědčovat, přemlouvat, vysvětlovat, soudit. Naopak. Měla by klienta vést k tomu, aby se sám sebe tázal, aby byl schopen své myšlenky vyjadřovat. Důležité v řeči jsou, a víme už i proč, pomlky, které řeč člení, udávají jí rytmus a vytvářejí prostor pro zrcadlový efekt. Řeč nesmí obsahovat lež, své emoce přizpůsobit očekávání klienta. Je nutné, aby byla jasná, stručná a výstižná.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

5.3 Kouzlo a moc lidského hlasu

Nancy Van Peltová (2002) ve své knize uvádí, že tón hlasu může být smířlivý, uklidňující, silný, jemný, hrubý a podrážděný. Tón hlasu hraje významnou roli v průběhu a úspěchu vedení poradenského rozhovoru. Spolu s neverbální složkou sdělení hraje v rozhovoru tón hlasu nejdůležitější roli. Zabarvení a tón hlasu, jeho výška či intenzita, rychlost řeči, počet a délka pauz, to všechno má v komunikaci při poradenském rozhovoru větší význam než slovo samotné. Lidský hlas může nést chladné poselství nezájmu a neúčasti nebo naopak vyjadřovat něhu a skutečný zájem. Je na nás, nakolik si to uvědomíme a budeme využívat ku prospěchu klienta. To vše musí být opravdové, jinak to ztrácí „svoji moc“. Tolik z knihy Nancy Van Peltové. Pro zajímavost dodávám, že bude-li poradce hovořit příliš hlubokým hlasem, pozornost klienta přirozeně slábne. Má-li poradce tón hlasu příliš vysoký, klientova pozornost se brzy změní v napětí. Také hlas monotónní unavuje, tudíž je dobré hovořit hlasem výrazným, ne však jednotvárným. Vždycky ale nezapomínejme na rytmus hlasu, správné dýchání a dostatečné množství pomlk.



shrnutí

V poradenském rozhovoru vyjadřujeme své sdělení pomocí modulace hlasu (tónu, síly, přízvuku), klidného a vyrovnaného rytmu a spádu řeči, dostatečným počtem a délkou pomlk, dobrou výslovností, stručností, výstižností a jasností sděleného. Důležité je u toho pomalé a hluboké dýchání. Naše sdělení „ovlivňuje“ zdravá sebedůvěra, vystupování, gesta, mimika, postoj a jednání, pohled a také výraz obličeje. Nebojme se humoru. Ten „zlidštuje“. Nikdy však klienta nezasměšňujeme. Budme přirození. Nezapomínejme, že gesta nedokážou lhát a odhalí nás. A další dobré rady a doporučení:

- Snažme se vycházet z toho, co nám klient v rovině racionální i emocionální sděluje.
- Dbejme o to, aby sdělení by nositelem vždy jen jedné myšlenky.
- Mluvme jasně, přesně, stručně a výstižně.
- Při odklonu od tématu poradenského rozhovoru se snažme vrátit zpět k tématu.
- Budme klidní, vyrovnaní a nenechme se něčím unést či vyprovokovat.
- Ovládejme své reflexy a emoce.
- Respektujme osobní zónu klienta.
- Provádějme pravidelně syntézy, abychom věděli, jak se postupně vyvíjí náš vzájemný vztah.
- Vedme druhého k tomu, aby se prostřednictvím zrcadlového efektu sám sebe tázal.
- Nesedejme si ani příliš blízko ke klientovi, ani příliš daleko od něho.
- Nakláníme-li se dopředu, vyjadřujeme tím, že druhého sledujeme. Jsme uvolnění, svá slova doprovázíme pohyby rukou.
- Sedí-li oba účastníci dialogu „tváří v tvář“, může to vyvolat napětí, proto je lepší sedat si trochu bokem.



zapamatujte si

Musíme si dát pozor, aby náš projev nebyl monotónní, přidušený, ukřičený, unylý, kategorický, agresivní, nerozhodný, ustrašený.

Mějme na paměti, že ujmeme-li se slova, musíme dávat pozor, abychom se svou řečí nenechali unést.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



informační zdroje

- (1) VAN PELT, N. *Umění komunikace*. Praha: Advent-Orion s.r.o., 2002. ISBN 80-7172-804-7.
(2) DUPUY, E. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-666-7.
(3) VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

Úkol pro studující:

Zamysleme se na chvíli nad myšlenkami známých i neznámých autorů, které sesbíral Ernest Dupuy (2002) a které „hovoří“ o řeči. Co každá tato myšlenka může vyjadřovat? Myslíte si, že to tak je, nebo že to tak není?

1. Vzít si slovo znamená být v jeho zajetí.
2. Málo věcí stojí za to říkat, my však hovoříme hodně.
3. „Vyprávění je klam.“
Paul Valéry
4. „Hovořit neznámá poučovat a nechat hovořit neznámá rozumět.“
Ralph Nichols
5. „Slova jsou magická v tom smyslu, že ovlivňují mozek těch, kteří je užívají.“
Aldous Huxley
6. „Chceš-li znát mé myšlenky, poslouvej mé mlčení.“
Buddhistický mnich
7. Pěnice se ptala slavíka: „Jak to děláš, že tak pěkně zpíváš?“ a slavík odpověděl:
„Otevřu zobák a dělám: Ty, ty, ty.“
Jean Guittou, Interview.
8. „Řeč je médium.“
Marshall McLuhan
9. Porozumět znamená proniknout dovnitř. Je to tedy hledání významu slov tím, že se připoutáme k jejich obsahu (označované, označující).
10. „Když přemýšlíme, snadno ponecháme ve stínu to, co si tam přejeme mít ukryto.“
Georges Bernanos, Deník venkovského faráře
11. To, co říkáme, neodpovídá tomu, jací jsme.
12. „Nemůžeme nekomunikovat, ale nemůžeme komunikovat.“
Paul Watzlawick

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6. Další rady a doporučení, které vedou ke kvalitě poradenské komunikace

V předcházejících statích jsme se dozvěděli, že díky zrcadlovému efektu můžeme našeho klienta vidět takového, jaký skutečně je. Nesmíme při tom zapomínat na skutečnost, že náš klient nás v průběhu poradenského rozhovoru také hodnotí a vytváří si náš obraz. Důležité je mít na paměti, že nás velmi zřídka vnímá jako bezchybné jedince. Vždyť s ním někdy nesouhlasíme! Nesnažme se ho přesvědčovat o naší bezchybnosti. Snažme se využít zrcadlový efekt k tomu, aby si sám zjistil, co si o nás skutečně myslí. Bude to pro naši práci, tedy vedení rozhovoru, daleko prospěšnější. Pokud se při vedení rozhovoru dopustíme omylu, potlačme sebelásku a uznejme svůj omyl zcela a bez výhrad. Pokud chceme opět navázat vztah naplněný důvěrou, upřímně svého omylu litujeme. Když chybu uznáme, může se vztah klienta k nám naopak ještě prohloubit a stát se otevřenějším. Pak už stejnou chybu neopakujeme, alespoň se o to snažme.

Někdy se nám také může stát, že náš poradenský rozhovor začne váznout. Je to situace nepříjemná, ale rozhovor se pro oba, poradce i klienta, nepříjemným stát nesmí. Čím se to může stát? Například tím, že příliš dlouho ulpíváme u jednoho tématu. A co se stane pak? Klient buďto přestane naslouchat nebo se pokusí rozhovor ukončit. V tuto chvíli je nutné volit nové prvky vedení rozhovoru, změnit atmosféru, vrátit se k podstatě.

Jak na to, když se chová klient nepřístupně? V této situaci využijeme opět techniku zrcadlového efektu a klientovi tím umožníme, aby se pokusil své chování změnit. Necháme ho, aby se sám sebe otázel a zamyslel se nad tím, co by prospělo jemu i našemu vztahu, aniž by přitom musel ztratit tvář. A má-li se změnit, musí to udělat on sám.

A co dělat, když zjistíme, že máme s klientem, se kterým vedeme poradenský rozhovor, protichůdné postoje, zájmy, názory ...? Opět využijeme zrcadlového efektu a věc důkladně prozkoumejme.

Ernest Dupuy (2002) uvádí několik příkladů situací řešených pomocí zrcadlového efektu:

Klient se trápí, je přecitlivělý.

- Sdělme mu, že nás to mrzí. Místo abychom ho zachraňovali „přímo“, raději se zeptejme, co bychom pro něj mohli udělat. Jedině tak mu můžeme skutečně pomoci. On totiž touží především po tom, abychom jeho trápení brali v úvahu.
- Nikdy bychom neměli jeho trápení přehlížet, ale měli bychom mu dát najevo, že s ním cítíme.

Klient je rozrušený, nervózní, vzteklý.

- Zachovejme klid a pokusme se ho uklidnit. Dejme najevo své porozumění, buďme pozorní, taktní a trpěliví.

Klient je vůči nám nevraživý, odmítavý.

- Zeptejme se ho, co proti nám má, co jsme udělali špatně a jak bychom se k němu měli nadále chovat.

Klient nechce nic slyšet, ničemu rozumět.

- Pokusme se ve všem, co sdělil, najít něco, na základě čeho by se sám sebe mohl otázat, a tak se k nám postavit vstřícněji, aniž by si připadal ponížene.

Tolik Ernest Dupuy.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Cvičení pro studenty:

Co pro nás znamenají věty, které klient vyslovuje v tomto znění:

„Vy jste mě vůbec nepochopil.“

„Tohle jsem vám neříkal.“

„Můžete mě konečně poslouchat, abyste pochopil, co vám říkám?“

„Ale já jsem to myslel jinak.“

Je to o důvěře mezi klientem a poradcem? Co udělat, aby se situace změnila? Přemýšlejte o tom chvíli!

A tady je vysvětlení:

Při rozhovoru potřebuje klient nutně vědět, že nám může skutečně věřit. Proto musí mít jistotu, že se k němu chováme čestně. Jak to pozná? Že například neříkáme něco jiného, než pak uděláme. To samé platí také pro nás. I my musíme vědět, zda dotyčný jedná upřímně, a poznat ho v tom správném světle. A pomůže nám v tom opět zrcadlový efekt.

V tuto chvíli si musíme připomenout, že jednou z obav klienta může být, že ho budeme pokládat za osobu nedůvěryhodnou, tedy za člověka, jehož slova a činy si odporují. A to je něco, co by moc nechtěl. Tyto odpovědi jsou tedy reakcí klienta, je-li „přistižen při činu“ a jeho odpovědi jsou odpovědi „do zrcadla, které mu stavíme před tvář“.



zapamatujte si

Aby klient pocítil, že ho respektujeme, naslouchejme mu v průběhu celého rozhovoru bez ohledu na:

- jeho emoční stav, provokování, lichocení...;
- to, čím se od nás po stránce emoční a společenské liší;
- to, v čem je jeho role jiná než ta naše;
- jeho zájmy, ambice, starosti, cíle...

Dále si zapamatujeme, že ten nejhorší způsob, jak reagovat v průběhu poradenského rozhovoru na emoce klienta, je přesvědčovat, radit, chovat se lhostejně, podrážděně, odmítavě, nebo vyvíjet nátlak. V opodstatněných případech se doporučuje rozdělit rozhovor na několik setkání. S emocemi se nesmí „zacházet“ ukvapeně. A pak nezapomínejme, že pokud nedokážeme emoce klienta respektovat, nemůžeme s ním vést poradenský rozhovor. Dobře si proto zapamatujeme názor odborníků, kteří říkají, že lidské reakce k veškerým přijatým zprávám jsou z 85 % případů emoční a z 15 % případů kritické. Při komunikaci s logikem budme „ozbrojeni“ dávkou trpělivosti a velmi dobře využijeme zrcadlový efekt, který nám může pomoci rozhovor „otevřít“.



informační zdroje

- (1) VAN PELT, N. *Umění komunikace*. Praha: Advent-Orion s.r.o., 2002. ISBN 80-7172-804-7.
- (2) DUPUY, E. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-666-7.
- (3) VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

Závěr

V modulu *Poradenská komunikace* jsme se seznámili s tím, jak vést poradenský rozhovor, co ovlivňuje jeho kvalitu, co a jak prožívá poradce i klient při jejich setkáních, co dělat a naopak co nedělat, co s čím souvisí a nesouvisí. Bylo toho již řečeno dost k tomu, abychom mohli začít cvičit dovednosti v dané oblasti. A proto už jenom pár veršů básníka Jeana de la Bruyere:

Vedme dialog sami se sebou, abychom ho mohli vést s tím druhým,
...vedme dialog s tím druhým, abychom ho mohli vést sami se sebou.
...naslouchejme tomu druhému, abychom s ním mohli vést dialog.
...ať naslouchá on nám, aby s námi mohl vést dialog.

Lidé jsou tak plní svých myšlenek, že už se jim nedostává místa na myšlenky druhých.