

Švirkščiamųjų narkotikų vartotojų motyvacinis interviu

International HIV/AIDS ALLIANCE in Ukraine
Tarptautinė ŽIV/AIDS SAJUNGA Ukrainoje

Švirkščiamųjų narkotikų vartotojų motyvacinis interviu

METODINĖS REKOMENDACIJOS
ŽIV/AIDS PROFILAKTIKOS PROGRAMŲ
SOCIALINIAMS DARBUOTOJAMS

VILNIUS 2006

© International HIV/AIDS ALLIANCE in Ukraine
Tarptautinė ŽIV/AIDS SĄJUNGA Ukrainoje

Švirkščiamųjų narkotikų vartotojų motyvacinis interviu
(ŽIV/AIDS profilaktikos programų mokymo priemonė
socialiniams darbuotojams)

Naudojant šio leidinio duomenis, būtina nuoroda į
Tarptautinę ŽIV/AIDS sąjungą Ukrainoje

Vyriausiasis redaktorius:

Andrej Khrupal, „AIDS fondas Vakarai-Rytai“

Redakcinė kolegija:

Tarptautinė ŽIV/AIDS sąjunga Ukrainoje:
Andrej Klepikov, Liudmila Šurpač, Viktor Isakov

Nadežda Pilipčuk, „AIDS fondas Vakarai-Rytai“

Ukrainos psichoterapeutų sąjunga:

Aleksandr Kosterin

Pietų Ukrainos mokymo centras:

Irina Iljinskaja, Irina Kalakajlo

„Enej“ klubas:

Irina Golovač, Andrej Hohlov, Sergej Kostin

Adresas:

Tarptautinė ŽIV/AIDS sąjunga Ukrainoje
Dimitrova g. 5, korpusas 10A
03680 Kiev, Ukraina
Telefonas (+380 44) 490-5485
Faksas (+380 44) 490-5489
El. paštas office@aidsalliance.kiev.ua
<http://www.aidsalliance.kiev.ua>

Atsiliepinus ir pastabas apie šią mokymo priemonę
prašome siųsti elektroniniu paštu šiais adresais:
isakov@aidsalliance.kiev.ua
andrey_khrupal@afew.org
voznjuk@aidsalliance.org

Vertėja Alina Kuzmickienė
Specialioji redaktorė Rita Kriščiukaitytė
Redaktorė Lina Grinytė
Maketuotoja Laura Baurėnaitė

Isleido Vilniaus priklausomybės ligų centras,
Gerosios vilties g. 3, 03147 Vilnius

Spausdino UAB „Standartų spaustuvė“,
S. Dariaus ir S. Girėno g. 39, 02189 Vilnius

ISBN 9955-9579-3-X

Platinama nemokamai

Tiražas 1000 egzempliorių

Pirmą kartą motyvacinio interviu (MI) esmę 1983 metais aprašė V. Milleris žurnale „Elgesio psichoterapija“. 1991 metais V. Milleris ir S. Rollnickas detaliau aprašė pagrindinius šio metodo teiginius.

MI metodo veiksmingumas buvo įvertintas daugelio tyrimų metu. V. Millerio ir S. Rollnicko knygoje apžvelgiami 26 MI tyrimai (Burke et al.). MI pasirodė esąs veiksmingiausias, sprendžiant problemas, susijusias su alkoholiu: 11 iš 12 tyrimų rezultatai buvo teigiami.

MI toks pat efektyvus metodas, kaip ir kiti pripažinti priklausomybės įveikimo metodai, tokie kaip „12 žingsnių“ programa, racionalaus elgesio psichoterapijos metodai. MI gali būti sėkmingai taikomas ir kaip savarankiškas metodas, ir kaip pasiruošimas kitiems terapijos metodams ar jų papildymas.

MI metodo privalumai:

- **Maža kaina.** Iš pat pradžių MI metodas buvo kuriamas kaip trumpalaikė konsultacinė pagalba, kuri nereikalauja didelių išlaidų.
- **Veiksmingumas.** Mokslškai įrodyta, kad MI – geras rizikingos elgsenos (pavyzdžiui, švirksčiamųjų narkotikų vartojimas) keitimo postūmis.
- **Kliento resursų skatinimas.** MI skirtas kliento asmeninių resursų, galinčių padėti keistis, skatinimui.
- **Suderinamumas su kitais terapijos metodais.** MI metodas nereikalauja ilgo kliento bendravimo su konsultantu. Kad prasidėtų keitimosi procesas, kartais užtenka net vieno susitikimo. Todėl MI metodas gali būti taikomas įgyvendinant tiek gydymo, tiek profilaktines programas, pagal kurias numatomas trumpalaikis bendravimas su klientu (pavyzdžiui, ŽIV konsultaciniame kabinte).
- **Kliento motyvacijos stiprinimas.** Kliento motyvacija yra patikimas jo pokyčių galimybės rodiklis. Būtent todėl pokyčių motyvacijai skiriama ypatingai daug dėmesio. Net tuo atveju, kai klientui suteikiama trumpalaikė pagalba (pavyzdžiui, taikomas abstinencijos gydymo kursas), pirmų susitikimų su socialiniu darbuotoju metu jis gauna paramą, kuri gali turėti jam didelės įtakos ateityje.
- **Įsipareigojimo stiprinimas.** MI gali būti taikomas ir sveikatos apsaugos srityje, nes įrodyta, kad šis metodas sustiprina kliento norą laikytis medicinos specialisto rekomendacijų, o tai, savo ruožtu, pagerina gydymo rezultatus. Taigi MI metodika gali būti sėkmingai taikoma formuojant žmonių, sergančių ŽIV, pasiryžimą pradėti ARV gydymą (antiretrovirusinį gydymą).

TURINYS

I. ELGSENOS KEITIMAS	8
Samprotaujant apie elgsenos keitimą	8
Elgsenos keitimo procesas	11
Elgsenos keitimo stadijos: ką kiekvienoje stadijoje turėtų daryti socialinis darbuotojas	17
Konsultavimo, nukreipto į elgsenos keitimą, uždaviniai ŽIV profilaktikos tarp švirksčiamųjų narkotikų vartotojų programoje: ką keisti	19
II. POKALBIS SU KLIENTU. TARPUSAVIO SUPRATIMO KELIJE	21
Kas turi įtakos socialinio darbuotojo ir kliento santykiams	21
Galimos socialinio darbuotojo ir narkotikų vartotojo bendravimo problemos	25
Narkotikų vartotojų konsultavimo ypatumai	25
Kaip klientai supranta socialinį darbuotoją: konsultavimo stiliai	26
Empatija	27
Ką daryti, jei klientas nepatinka?	28
Kas trukdo tarpusavio supratimui? Ko reikia vengti?	29
Pasipriešinimas	31
Spąstai, kurių reikia saugotis socialiniam darbuotojui	33
Idealaus socialinio darbuotojo, konsultuojančio narkotikų vartotojus, savybės	34
III. MOTYVACINIS INTERVIU ARBA KAIP PADĖTI KLIENTUI PASIKEISTI. METODO SAMPRATA	35

IV. MOTYVACINIS INTERVIU ARBA KAIP PADĖTI KLIENTUI PASIKEISTI. METODO TAIKYMAS	44
MI „irklai“ arba kaip pasiekti tikslą: MI metodai ir technikos	44
Kaip sudaryti palankias sąlygas pokyčiams, nesukeliant pasipriešinimo?	55
Kaip reaguoti į pasipriešinimą?	56
Kaip kalbėti apie elgsenos keitimą?	62
Kaip išmokti taikyti MI?	69
Pagrindinės klaidos, daromos dirbant su klientu	74
Požymiai, rodantys, kad Jums sekasi	76
Tik MI neužtenka: derinimas su kitais motyvacijos metodais	76
V. VIETOJ IŠVADŲ: MI TAIKYMO KITOSE SRITYSE GALIMYBĖS	79
TERMINŲ ŽODYNAS	80
PRIEDAS	81
Kolombo metodas	81
NAUDOTOS IR REKOMENDUOJAMOS LITERATŪROS SARAŠAS	83

I. ELGSEŅOS KEITIMAS

Samprotaujant apie elgsenos keitimą

Kodēl žmonēs keičia savo elgsenā?

Kasdien daugelis žmonių kelia sau šį klausimą. Konkretaus žmogaus elgsenos pasikeitimas atkreipia kitų žmonių dėmesį – jie stengiasi suprasti, kas įvyko ir kodēl. Su atsakymu į šį klausimą siejama daug vilčių. Asmuo, supratęs teigiamų elgesio pokyčių įtvirtinimo dėsningumus, gali pabandyti tuos dėsningumus pajungti savo interesams ir taip tapti padėties šeimininku.

Vis dėlto naudinga suprasti, kas paskatina žmogaus elgsenos pasikeitimus, kurie kartais turi net lemiančios įtakos jo gyvenimui. Stebint ir suprantant, galima daug pasiekti, jeigu viskas suprantama teisingai. O tada jau pasikeitimai neatrodys kažkas stebuklinga.

Pasikeitimas – tai natūralus procesas. Žmogus keičia savo elgsenā nesąmoningai, veikiamas aplinkybių, kurios jam yra gyvybiškai svarbios. Žmogus keičia savo elgsenā sąmoningai, kai pasikeitimai susiję su tuo, kas jam yra svarbu ir reikšminga.

Prieštaravimai tarp dabartinės elgsenos ir svarbesnių tikslų gyvenime gali motyvuoti žmogų keistis.

Taigi padėkite žmogui nustatyti vertybes, kurios prieštarauja jo dabatinei elgsenai, ir parodysite jam pusę kelio, vedančio į pasikeitimą.

Kaip kitų žmonių pagalba veikia asmens elgsenos pokyčius?

Bendravimas su kitais žmonėmis verčia žmogų keisti savo elgsenā. Jeigu, pavyzdžiui, socialinis darbuotojas mano, kad jo klientas gali pasikeisti, jis tikrai ima keistis. Tuo tarpu žmonės, kurie tiesiogiai ar ne, raginami nesikeisti – nesikeičia. Kartais žmonės gali keisti savo elgesį iš pykčio kitiems, tačiau tokie pasikeitimai nebūna ilgalaikiai.

Daugelis žmonių keičiasi be jokios paramos. Konsultavimas ar kita pagalba gali pagreitinti, palengvinti, pakreipti pasikeitimo procesą tam tikra linkme, bet ne visada yra pasikeitimo priežastis. Konsultavimo trukmė nėra ypatingai

reikšminga pasikeitimui. Konsultavimas neturi lemiamos reikšmės pasikeitimui, jis tik atspindi šį natūralų procesą ir padeda klientui susigaudyti jame.

Klientui padeda jį supanti aplinka – tie, kurie tiki žmogumi, – socialiniai darbuotojai, konsultantai, draugai, šeimos nariai ir kiti. Labai svarbu, kad šie žmonės galėtų tinkamai reaguoti ir palaikyti. Socialiniai darbuotojai, galintys tinkamai reaguoti ir palaikyti savo klientą, daro jam didelę įtaką.

Kaip paties žmogaus požiūris lemia jo pasikeitimus?

Tikėjimas ir viltis yra būtini, siekiant pokyčių. Jei žmogus tiki savimi, labiau tikėtina, kad jis pasikeis.

Jei žmonės yra nusiteikę teigiamai, jie pasikeičia.

Kaip žmonės keičia savo priklausomą elgseną?

Priklausomos elgsenos pokyčiai taip pat įvyksta natūraliai. Daugelis žmonių keičia savo priklausomą elgseną be jokios terapijos. Pasikeitimų stadijos ir procesai yra tokie patys kaip ir terapijos atveju. Terapija ir pagalba turi įtakos, bet jų reikšmė nėra lemiamą.

Kokios įtakos elgesio keitimui turi žinios ir pasitikėjimas savimi? Žmonėms dažnai neužtenka žinių, kad jie galėtų suprasti pasikeitimų būtinybę, suplanuoti juos ir išvengti nesėkmių. Tačiau pasitaiko ir taip, kad žinių yra, o trūksta pasitikėjimo savimi bei savarankiškumo veikti, tai kur kas blogiau. Nereikia apie tai pamiršti.

Noriu, Galiu, Pasiryžęs

Elgsenos pasikeitimą lemia trys svarbios sudedamos dalys, kurias sąlyginai galima pavadinti: Noriu, Galiu ir Pasiryžęs.

„Noriu“ reiškia pasikeitimų svarbą žmogaus gyvenime. (Kodėl? Kam? Kuriam tikslui?)

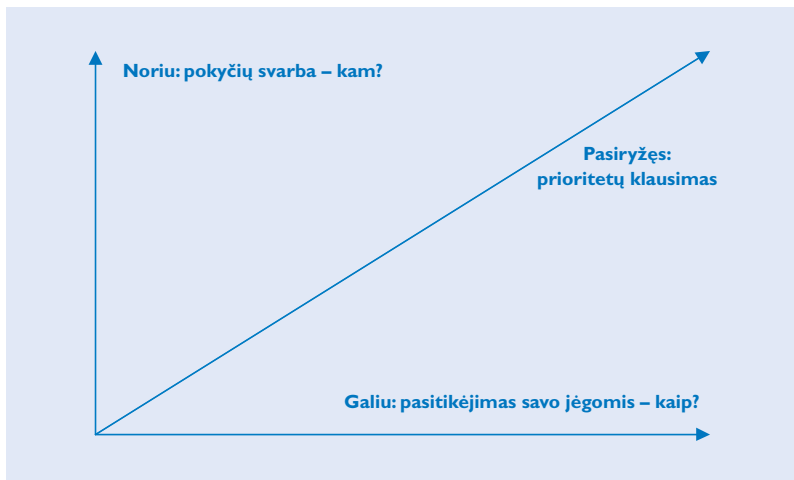
Kai esama padėtis labai skiriasi nuo norimo idealo, noras pasiekti tą idealą gali pagreitinti pasikeitimų procesą.

„Galiu“ reiškia norą keistis, pasitikėjimą savo jėgomis. (Kaip?)

Svarbu būti realistiškam ir praktiškam. Žmogus gali aiškiai matyti didelį skirtumą tarp norimo ir esamo ir netgi labai labai norėti pakeisti savo elgseną, bet negali to padaryti dėl tam tikrų priežasčių: žinių trūkumo (nežinau, ką būtent daryti, kaip elgtis), pasitikėjimo savimi trūkumo (jei tik aš galėčiau, bet ne, aš nepajėgsiu, man nepasisėks).

„Pasiryžęs“: prioritetų klausimas.

Pasikeitimų svarbos suvokimas ir pasitikėjimas savimi nebūtinai lemia pasikeitimus. Jei žmogus turi kitų reikalų, kurie šiuo metu jam atrodo svarbesni, jis gali nuspręsti: „Aš noriu pasikeisti, bet ne dabar“.



Veiksmų, kuriuos reikia atlikti pirmiausia, įvertinimas – normalus reiškinys. Jei klientas su Jumis aptarinėja, ką, jo nuomone, reikėtų atlikti pirmiausiai, turite puikią galimybę apgalvoti darbo planą su šiuo klientu. Venkite patarinėti, ką jam daryti pirmiausia – žmogus pats gali tai nuspręsti.

Kai žmogus ir nori, ir gali, ir yra pasiryžęs keistis, ir visos šios trys sudedamosios dalys akivaizdžios, pasikeitimo tikimybė didėja – ji tampa reali!

Kas yra motyvacija?

Motyvacija – tai stimulų (motyvų) sistema, skatinanti žmogų veikti arba ne. Motyvas – tai skatinimas padaryti ką nors arba nieko nedaryti. Motyvai paaiškina, kodėl žmogus pradeda veikti, kodėl jis daro būtent tai, o ne ką kita ir kodėl jis vengia tam tikrų veiksmų. Veikimo ar neveikimo motyvai gali būti poreikiai ir interesai, potraukiai ir emocijos, nuostatos ir idealai.

Tvirtinimai „Noriu“, „Galiu“ ir „Pasiryžęs“ susideda iš motyvų. Šie motyvai yra skirtingi ir kartais gali prieštarauti vienas kitam. Į tai svarbu atsižvelgti, svarstant pasikeitimų idėją su klientu.

Motyvacijos metodai

Šiuolaikinėje psichologijoje egzistuoja keletas teorijų, aprašančių žmogaus elgsenos motyvus: elgesio teorija ir humanistinė teorija. Elgesio teorija teigia, kad žmogaus elgseną nulemia jį supančio pasaulio signalai, o jo vidinis pasaulis elgsenai neturi didelės reikšmės. Dėl to, siunčiant tam tikrus stimulus, galima programuoti (numatyti, nulemti) žmogaus elgseną. Humanistinis

metodas teigia, kad žmogus turi pasirinkimo laisvę ir pats apsprendžia savo elgseną, vadovaudamasis motyvais (poreikiais ir interesais, potraukiais ir emocijomis, nuostatomis ir idealais). Į supančio pasaulio stimulus jis tik atsižvelgia ir panaudoja juos savo veikloje.

Konsultavime humanistinis metodas žinomas kaip metodas, orientuotas į klientą. MI yra taip pat į klientą orientuotas metodas. Pagal MI metodo nuostatas, elgsenos keitimo impulsas atsiranda dėl kliento motyvų. Apie pasikeitimo būtinybę kalbėti pradeda pats klientas. Aplinkybės negali priversti jį keistis, jei jis pats to nenori.

Atlikti tyrimai įrodė, kad elgsenos keitimą orientuotų konsultavimo metodų, paremtų tais pačiais pagrindiniais principais kaip ir MI, veiksmingumą. Tačiau vidiniai mechanizmai, skatinantys klientą keistis, reikalauja tolimesnių tyrimų ir paaiškinimų.

Elgsenos keitimo procesas

Pasiruošimas keistis

Žmogui nėra lengva apsispręsti pakeisti tam tikrą savo elgseną, pavyzdžiui, atsisakyti rūkymo, alkoholio ar narkotikų vartojimo. Labai dažnai žmonės parodo norą keistis, bet nesiryžta ką nors daryti arba daro tai neryžtingai. Dažnai žmogus ilgai svarsto ir abejoja, keistis jam ar ne. Kartais jau apsisprendęs keistis jis staiga apsigalvoja, dar nespėjęs žengti pirmų žingsnių pasikeitimo link.

Iš ko susideda elgsenos keitimo procesas?

Taigi elgsenos keitimo procesą sudaro du komponentai:

1. samprotavimas apie elgsenos keitimą;
2. elgsenos keitimas.

Samprotavimas apie elgsenos keitimą – tai:

- problemos supratimas (žmogus sužino naujos informacijos apie narkotikų vartojimo pasekmes, kuri priverčia jį susimąstyti);
- emocinis problemos išgyvenimas (žmogų sukrečia įvykiai, susiję su narkotikų vartojimu, pavyzdžiui, draugo mirtis dėl perdozavimo arba pažįstamam, su kuriuo buvo kartu vartoti narkotikai, diagnozuotas ŽIV);
- problemos poveikio kitiems žmonėms, ypač artimiesiems, suvokimas (turrintis vaikų žmogus pastebi švirkštus vaikų žaidimo aikštelėje);

- asmeninių vertybių perkainojimas (mintys apie savo asmenybę ir savo problemas, pavyzdžiui, samprotavimai apie tai, kad narkotikų vartojimas nebetenkina, arba bandymai įsivaizduoti save kaip žmogų, kuris nevartoja narkotikų);
- socialinių resursų įvertinimas (kas galėtų padėti keičiant elgseną, pavyzdžiui, kokios yra terapijos programos ir kaip jose dalyvauti).

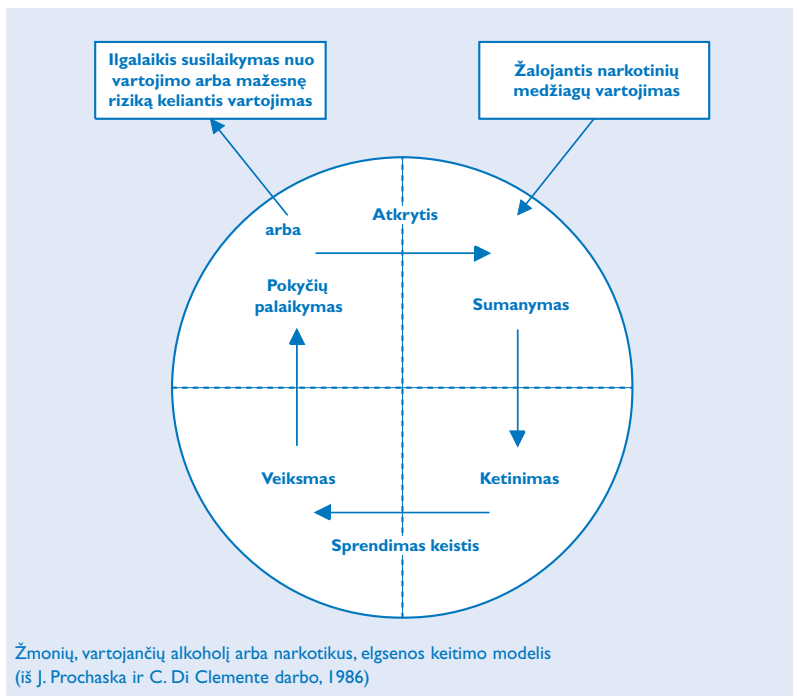
Elgsenos keitimą sudaro:

- savų resursų aktyvizavimas (savęs paskatinimas aktyviai veikti, tikėjimas galimybe pasikeisti ir pasiruošimas veikti siekiant pasikeisti, pavyzdžiui, pasakyti sau, kad gali atsisakyti narkotikų, paskirti dieną, kai nustosi vartoti, pasakyti kitiems, kad planuoja nustoti vartoti);
- palaikantys santykiai (pasitikėjimo sukūrimas ir kitų pagalbos priėmimas elgsenos keitimo proceso metu, pavyzdžiui, kreipimasis į pažįstamą, kuris liovėsi vartojęs narkotikus, skambinimas pasitikėjimo telefonu);
- pokyčiams palankių sąlygų sudarymas (keisti narkotikų vartojimą ku nors kitu, teigiamu, reikalaujančiu aktyvumo);
- pokyčių palaikymas (savęs pagyrimas už blaivumą (susilaikymą nuo vartojimo));
- provokuojančių veiksnių kontrolė (vengimas aplinkybių, kurios gali provokuoti probleminių elgesį, arba pasipriešinimas tokiam elgesiui).

Elgsenos keitimo stadijų modelis

Tam, kad geriau suprastumėme žmogaus elgsenos keitimo procesą, naudojamas elgsenos keitimo stadijų modelis, kurį sukūrė mokslininkai-praktikai James Prochaska ir Charles Di Clemente. Pagal šį modelį, elgsenos keitimas suprantamas kaip procesas, kuris trunka tam tikrą laiko tarpą, o ne kaip vienkartinis įvykis. Šis procesas yra suskirstomas į kelias elgsenos keitimo stadijas. Svarbu pabrėžti, kad šis modelis atskleidžia sąmoningą elgsenos keitimo procesą, kurio metu žmogus samprotauja ir kontroliuoja tai, kas veikia jo elgseną.

Šis modelis apibrėžia žmogaus sąmoningo elgsenos keitimo proceso stadijas.



Elgsenos keitimo stadijų aprašymas

Sumanymo stadija (išankstinė stadija)

Tarp žmonių, esančių šioje stadijoje, pasitaiko taip vadinamų „laimingų vartotojų“, kurie net nesusimąsto apie alkoholio arba narkotikų vartojimą. Žmogui, esančiam šioje stadijoje, vartojimo nauda yra kur kas didesnė už patiriamą žalą, todėl jis nepasitiki ar netgi ignoruoja aiškinimus apie tokio elgesio žalą. Šiame etape anksti kalbėti apie sąmoningą elgsenos keitimą.

Ketinimo stadija (pirmos mintys, samprotavimai apie problemas, susijusias su vartojimu)

Galima sakyti, kad žmonės pereina į šią stadiją, kai patiria dvejopus jausmus, svyravimus arba abejones dėl narkotikų vartojimo. Iš vienos pusės – narkotikų vartojimas teikia malonumą, o iš kitos – kelia problemas ir priverčia rimtai apie jas susimąstyti. Žmogui, esančiam šioje stadijoje, būdingas siekimas atsikratyti su narkotikų vartojimu susijusių problemų, bet ir tęsti narkotikų vartojimą. Taigi jis svyruoja. Toks asmuo nesiruošia artimiausią mėnesį keisti savo planų, o tai yra požymis, rodantis, kad jis pasiekė šią, ketinimų, stadiją. Nors žmogus mato tik pasekmes, o ne problemas priežastį ir

neketina keisti savo planų, tokio supratimo užtenka, kad jis pradėtų elgtis saugiau – dezinfekuoti, keisti švirkštimo priemones ir t. t.

Sprendimo priėmimo ir pasiruošimo veikti stadija

Žmogus pereina į šią stadiją, įvertinęs savo elgseną ir pasiruošęs veikti. Nesvarbu, ar jis ketina mažinti dozę ar nustoti vartoti, svarbu tai, kad žmogus yra apsisprendęs permąstyti savo vartojimo įpročius. Jis netgi gali „švirkštis vandenį“ – o tai yra pirmasis bandymas pasikeisti.

Aktyvių veiksmų stadija

Ši stadija prasideda ir tęsiasi, kol žmogus įgyvendina veiksmus – konkrečius žingsnius, nukreiptus į pasikeitimus, žingsnius, kurie buvo numatyti ankstesniame etape. Laikydamasis numatyto plano, žmogus išbando naujus elgesio modelius, susiduria su kliūtimis ir įveikia jas.

Pokyčių palaikymo stadija

Šią stadiją pasiekę žmonės sėkmingai pakeitė savo elgseną ir jau ilgą laiką gyvena naują gyvenimą (pavyzdžiui, nevartoja narkotikų daugiau nei 12-18 mėnesių), jų problemos jau praėjusios.

Atkryčio stadija (nebūtina pasikeitimų stadija)

Kai kurie žmonės, nusprendę pasikeisti, dėl įvairių priežasčių keičia savo ketinimus ir grįžta prie įprastos elgsenos, dažnai labai rizikingos. Nesėkmės atveju jie grįžta į vieną iš ankstesnių stadijų, dažniausiai į sumanymo ar ketinimo stadiją.

Svarbu žinoti, kad keisdami savo elgseną žmonės gali tiek pažengti į priekį (pasiekti vis kitą elgesio keitimo proceso stadiją), tiek grįžti atgal (į ankstesnę stadiją).

Kas gi padeda žmogui pereiti nuo vienos stadijos prie kitos, siekiant pasikeisti?

Samprotavimai apie elgsenos keitimą padeda judėti į priekį jau pirmose stadijose. Elgsenos keitimas veda žmogų į priekį ir kitose stadijose. MI taikymas ypač naudingas ankstyvose stadijose.

Keičiant elgseną svarbu, kad žmogus keitimą suprastų kaip procesą, o ne kaip noro išsipildymą akimirksniu. Be to, svarbu apmąstyti šio proceso žingsnius ir tvirtai apsispręsti, atsižvelgiant į visus „už“ ir „prieš“, o taip pat pasitikėti savo jėgomis.

Pirmoji konsultanto*

užduotis – nustatyti stadiją, kurią yra pasiekęs klientas, jo motyvacijos lygį. Po to – pasirinkti konsultavimo strategijas. Jei strategija buvo parinkta neteisingai, klientas tikriausiai priešinsis.

Kokia praktinė elgsenos keitimo modelio vertė?

Šis modelis yra schema, leidžianti suprasti, kaip vyksta žmogaus elgsenos keitimas. Ji pabrėžia, kad įvairiose elgsenos keitimo stadijose reikalin-

* Čia ir toliau tekste sąvoka „konsultantas“ suprantama kaip socialinis darbuotojas ar savanoris, konsultuojantis narkotikų vartotojus, jei tik nekalbama apie patį konsultavimą (*red. pastaba*).

gi įvairūs intervencijos tipai. Remiantis šiuo elgsenos keitimo modeliu buvo sukurti konsultavimo tikslai ir strategijos, atsižvelgiant į tai, kokią stadiją klientas yra pasiekęs.

Klausimų pavyzdžiai, padedantys suprasti, kokią elgsenos keitimo stadiją yra pasiekęs klientas:

- Ar Jūs galvojate ką nors pakeisti / nutraukti / padaryti?
- Ar Jūs planuojate ką nors pakeisti / nutraukti / pradėti per artimiausius 6 mėnesius?
- Ar Jūs bandėte kada nors ankščiau pakeisti elgesį / nustoti vartoti / padaryti ką nors? Ką būtent bandėte daryti? Kokie Jūsų pasiekimai? Kuo baigėte?
- Kaip manote, kokia tikimybė, kad Jūs pakeisite / nutrauksite / padarysite ką nors (pavyzdžiui, nustosite vartoti šiuos narkotikus)?

Kliento atsakymų pavyzdžiai, kurie padeda suprasti, kokia yra jo elgsenos keitimo stadija:

Sumanymo stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Šiaip aš problemų neturiu. Iš viso nežinau, ko čia atsilikau!

Man, pavyzdžiui, neatrodo, kad turiu kažkokių problemų ir kad reikia kažką keisti...

Nieko blogo truputėlį pasisvaiginti. Mano motina dėl to eina iš proto, jinai mano, kad kiekvienas rūkantis žolę – jau užkietėjęs narkomanas.

Aš čia tik laiką gaištu, tai man išvis nesvarbu...

Man reikia „badytis“ kartas nuo karto – tai iš tikrųjų padaro mano gyvenimą ryškesnį ir įdomesnį.

Na taip, aš irgi ne be nuodėmės, bet nemanau, kad reikia ką nors keisti...

Ne, Jūs viską neteisingai supratote. Tai, kad aš vartoju, ne problema. Problemos prasideda tik tada, kai aš „kaifo“ būsenoje vairuoju arba kai persekioja policija...

Ketinimo stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Man taip gerai, kai yra ką susileisti, bet po poros dienų – „laužymas“, o tai iš tikrųjų išmuša mane iš vėžių.

Galbūt po pokalbio su Jumis aš pradėsiu geriau save suprasti...

Man patinka vartoti narkotikus ir po to šokti visą naktį, bet kitą dieną mano tėvai kaskart sukelia skandalą. Aš manau, man reikės palikti namus...

Taip, perdozavimas – tai iš tikrųjų košmaras, bet aš vis tiek nesiruošiu nustoti vartoti narkotikų.

Man iš tikrųjų patinka eiti į paskaitas apsvaigus nuo narkotikų – taip daug geriau, nevaru įtampos, sėdi sau ir viskas. Bet, iš kitos pusės, aš gi noriu išlaikyti egzaminus.

Aš neseniai galvoju apie tai, kad mano gyvenime yra dalykų, kuriuos reikėtų pasistengti pakeisti...

Sprendimo priėmimo ir pasiruošimo veikti stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Man atrodo, aš jau esu pasiruošusi pabandyti tai daryti kitaip...

Man iš tikrųjų reikia liautis. Taip negali toliau tęstis.

Man atrodo, taip, jau laikas su tuo kažką daryti...

Aš noriu nustoti vartoti – panašu, kad situacija tampa nebekontroliuojama.

Aš žinau, kad man reikia nustoti vartoti, bet nežinau, ar sugebėsiu.

Tėvai mano, kad man reikia tuojau „užraukti“ su narkotikais, aš irgi manau, kad reikia susitvarkyti.

Šį kartą aš padarysiu tai.

Aktyvių veiksmų stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Pagalčiau aš pradėjau nors kažką daryti, kad tai įveikčiau!

Jei mane kamuoja kažkokios problemos, aš stengiuosi kažką daryti.

Aš pati kai ko jau pasiekiau. Tiesa, labai bijau, kad man vienai bus sunku visą tai įveikti...

Kaip man sumažinti dozę?

Aš stengiuosi iš visų jėgų, bandau pasikeisti!

Ką aš darysiu ateinantį savaitgalį?

Manau, man reikia dalyvauti terapijos programoje.

Pokyčių palaikymo stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Kartais man labai sunku, bet aš stengiuosi...

Bijau, kad galiu vėl atsidurti ten, iš kur išsikapanojau. Aš atėjau, kad Jūs padėtumėte man išlaikyti nors tai, ką pasiekiau...

Mane iš tikrųjų labai jaudina, kaip vyks vakarėlis šeštadienį, nes ten būtinai bus vartojami narkotikai.

Aš važiuosiu atostogauti namo, o ten visi mano seni draugai vartoja.

Mano vaikinai vėl pradėjo vartoti kasdien, o man sunku susilaikyti.

Atkryčio stadija (kliento atsakymų pavyzdžiai)

Aš viską sužlugdžiau!

Aš negaliu pasikeisti – savaitgalį vėl švirkščiausi.

Nematau rimtų priežasčių, kodėl nepradėjus vartoti vėl.

Nežinau, kaip tai atsitiko, bet aš vėl švirkščiausi.

Aš tiesiog nevykėlis. Aš vėl pakibau.

Elgsenos keitimo stadijos: ką kiekvienoje stadijoje turėtų daryti socialinis darbuotojas

Priklausomi žmonės dažnai yra pasiekę sumanymo ar ketinimo stadijas. Aktyviai dirbti su klientu reikia pradėti tada, kai jis pasieks aktyvių veiksmų stadiją (Prochaska and DiClemente, 1984). Būtent tada socialinis darbuotojas galės padėti klientui įgyvendinti pokyčius. Kitaip tariant, tam, kad elgsenos keitimas būtų sėkmingas, klientas turi būti motyvuotas. Taikant tam tikrus metodus, galima padėti klientui pereiti iš sumanymo stadijos į aktyvių veiksmų stadiją. MI metodas gali padėti tai padaryti.

Jei socialinis darbuotojas nepadėjo klientui pajudėti į priekį, jei klientas taip ir neapsisprendė pasikeisti, MI atveju tai irgi laikoma teigiamu rezultatu. Ankščiau ar vėliau žmogus grįš prie minties apie elgsenos keitimą, todėl socialiniam darbuotojui svarbu išsaugoti ryšį su klientu.

Keitimo stadija ir jos charakteristika	Socialinio darbuotojo užduotys	Ką daryti vykdant užduotis (plačiau apie socialinio darbuotojo veiksmus kituose skyriuose)
<p>Sumanymo stadija</p> <p>Žmogus nesusimąsto apie pasikeitimų naudą. Vartojant patiriama žymiai daugiau pozityvių negu negatyvių pojūčių</p>	<p>Sukelti abejonę – sudaryti palankias sąlygas suprasti riziką ir problemas, susijusias su praktikuojamu elgsenos modeliu</p>	<p>Užmegzti tarpusavio supratimą.</p> <p>Įvertinti nepakankamą kliento pasiruošimą keistis.</p> <p>Nuo pat pradžių paaiškinti situaciją: sprendimus priima pats klientas.</p> <p>Siūlyti ir teikti informaciją neutraliai, nesmerkiant.</p> <p>Paašškinti riziką ir išnagrinėti ją kliento atžvilgiu.</p> <p>Pateikti informacijos, kuri pagelbės sumažinti žalą.</p> <p>Skatinti dabartinio elgsenos modelio pervertinimą.</p> <p>Skatinti savianalizę, o ne veiksmus.</p>
<p>Ketinimo stadija</p> <p>Žmogus dvejoja dėl elgsenos keitimo. Jis svyruoja, neplanoja keistis artimiausią mėnesį</p>	<p>Nustatyti ir įvardyti elgesio keitimo priežastis ir riziką, susijusią su esama padėtimi.</p> <p>Stiprinti savarankiškumą ir tikėjimą savo jėgomis keičiant elgseną</p>	<p>Įvertinti nepakankamą kliento pasiruošimą keistis.</p> <p>Paašškinti situaciją: sprendimus priima pats klientas.</p> <p>Kartu su klientu išanalizuoti teigiamas ir neigiamas narkotikų vartojimo puses.</p> <p>Išanalizuoti eilinės dienos schemą.</p> <p>Skatinti visų elgsenos keitimo „už“ ir „prieš“ vertinimo analizę.</p> <p>Suprasti, apibendrinti ir įvardyti kliento abejones.</p> <p>Pabrėžti naujas, teigiamas elgsenos keitimo perspektyvas, atsiskleidusias analizės ir vertinimo dėka.</p> <p>Atpažinti ir pabrėžti kliento pasakymus, nukreiptus į savęs raginimą.</p> <p>Vengti teikti argumentus pasikeisti (reikia skatinti tai daryti patį klientą)</p>

Keitimo stadija ir jos charakteristika	Socialinio darbuotojo užduotys	Ką daryti vykdant užduotis (plačiau apie socialinio darbuotojo veiksmus kituose skyriuose)
<p>Sprendimo priėmimo ir pasiruošimo veikti stadija</p> <p>Žmogus apsisprendžia pasikeisti ir bando – „švirkščiasi vandenį“. Planuoja pradėti keistis jau artimiausią mėnesį</p>	<p>Padėti žmogui nustatyti optimalų veiksmų planą</p>	<p>Kartu išanalizuoti elgsenos variantus ir strategijas. Nustatyti problemas ir kliūtis, skatinti jas įveikti. Padėti klientui nustatyti galimus socialinės pagalbos šaltinius. Padėti klientui patikėti savo gebėjimu pasikeisti. Skatinti pirmuosius bandymus</p>
<p>Aktyvių veiksmų stadija</p> <p>Žmogus bando elgtis kitaip 3-6 mėnesius</p>	<p>Palaikyti klientą jo pirmuose pasikeitimo žingsniuose</p>	<p>Padėti nustatyti tikslus, planuoti. Palaikyti, svarstant problemas. Padėti nustatyti kliūtis ir veiksnius, padedančius įtvirtinti pasikeitimus. Sutelkti dėmesį į pasikeitimų požymius ir socialinę paramą. Stiprinti savarankiškumą ir tikėjimą savo jėgomis įveikiant kliūtis. Padėti įveikti ankstesnio gyvenimo būdo praradimo jausmą. Stiprinti ilgalaikių pasikeitimų naudos suvokimą</p>
<p>Pokyčių palaikymo stadija</p> <p>Žmogus ilgą laiką (nuo 6 mėnesių iki 5 metų ir ilgiau) gyvena naują gyvenimą</p>	<p>Palaikyti klientą, nustatant nesėkmės veiksnius, parengti bei taikyti nesėkmės profilaktikos strategijas</p>	<p>Padėti klientui skatinti save. Aptarti, ką reikėtų daryti nesėkmės atveju. Nustatyti nesėkmių įveikimo strategijas. Išanalizuoti ir numatyti veiksnius, kurie gali tapti nesėkmės priežastimi. Sukurti paramos planą (artimieji, savivalbos grupės, konsultantas)</p>
<p>Atkryčio stadija (nebūtina stadija)</p> <p>Žmogus grįžta prie ankstesnių elgsenos modelių</p>	<p>Padėti klientui sugrįžti prie samprotavimų proceso, prie pasiruošimo veikti, kad jis nenusiviltų ir nepasiduotų nesėkmei</p>	<p>Padėti klientui išanalizuoti įvykusią nesėkmę. Padėti klientui analizuoti nesėkmę kaip pamokomą pavyzdį, o ne kaip pastangų žlugimą. Kartu įvertinti rizikingas situacijas. Sutelkti dėmesį į tai, kad reikia nedelsiant vėl pradėti keistis ir apsvarstyti visus „už“ ir „prieš“</p>

Konsultavimo, nukreipto į elgsenos keitimą, uždaviniai ŽIV profilaktikos tarp švirkščiamųjų narkotikų vartotojų programoje: ką keisti

Daugelis šiuolaikinių ŽIV profilaktikos tarp švirkščiamųjų narkotikų vartotojų programų yra paremtos žalos mažinimo principais.

„Žalos mažinimo“ koncepcijos užuomazgos atsirado tada, kai paaiškėjo, kad „kova su narkotikais“ ne tik neduoda norimų rezultatų, bet skatina tokių problemų atsiradimą. Ši koncepcija kyla iš pragmatinio pripažinimo, jog narkotikai lydėjo žmoniją daugelį tūkstantmečių, kad ir kokios bausmės buvo skiriamos jų vartotojams. Be to, narkotikų vartotojai yra tokia pat visuomenės dalis, kaip ir visos kitos, net jei pati visuomenė nenori to pripažinti. Po tam tikro laiko, kuris gali tęstis labai ilgai (kartais iki 10 metų ir ilgiau), žmogus gali norėti arba nustoti vartoti, arba kontroliuoti vartojimą, sumažinti žalingas pasekmes sveikatai ir savo gyvenimui apskritai. Todėl tų žmonių sveikatos ir socialinių galimybių išsaugojimas – svarbus tiek jų pačių, tiek visuomenės gerovei. Vis dėlto reikia pripažinti, kad tam tikra dalis žmonių niekada nenustos vartoti narkotikų. Negalima atsisakyti galimybės ir būtinybės padėti jiems užkirsti kelią nepageidaujamoms pasekmėms, kurios gresia tiek patiems narkotikų vartotojams, tiek juos supančiai visuomenei [2].

Taigi žalos mažinimas – tai veikla, nukreipta į žalingų pasekmių plitimo apribojimą ar mažinimą:

- sveikatos: įskaitant ŽIV ir kitų infekcinių ligų plitimą;
- socialinių: įskaitant neteisėtų narkotikų platinimo problemas ir t.t.;
- ekonominių: įskaitant žmonių, segančių ŽIV/AIDS, gydymo išlaidas;
- teisinių: įskaitant narkotikų vartotojų įkalinimą, kai įkalinimo vietose nėra adekvačios terapijos gydyti priklausomybę nuo narkotikų;
- kitų pasekmių, kurios gali atsirasti vartojant narkotikus [4].

Ką reikia keisti ir ką galima pakeisti?

Konsultavimas, nukreiptas į elgsenos keitimą, ŽIV profilaktikos tarp švirkščiamųjų narkotikų vartotojų programoje taikomas sprendžiant šiuos uždavinius:

- sumažinti naudojimosi bendromis švirkštimosi priemonėmis dažnumą;
- skatinti vienkartinį švirkštų naudojimą;
- skatinti dezinfekcinių medžiagų naudojimą;
- skatinti prezervatyvų naudojimą lytinių santykių metu;

- skatinti švirksčiamųjų narkotikų vartotojus kreiptis į narkotinės priklausomybės gydymo ir į socialinės paramos tarnybas;
- skatinti klientą daugiau dėmesio skirti savo sveikatai, įskaitant tyrimus dėl ŽIV ir kitų infekcinių ligų, ir taip sumažinti naujų ŽIV infekcijos atvejų atsiradimą bendruomenėje [4].

Taigi pageidaujami kliento ir visuomenės pokyčiai galimi, bet tam yra labai svarbu gauti kliento sutikimą ir pasiruošti darbui. Kaip tai padaryti?

Iš pradžių sužinokite, ko nori pats klientas. Aptarkite su juo įvairius jo gyvenimo aspektus, kad padėtumėte jam suprasti, ko jam reikia. Nepamirškite psichologinio dėsnio: „Man lengviau sužinoti, ko man reikia, kai apie tai kalbu.“

Kaip iš pateikto užduočių sąrašo išrinkti, nuo ko pradėti? Klausimai, kuriuos reikia išnagrinėti, dirbant su klientu:

1. Ką Jūs norite pakeisti savo elgsenoje?
2. Kaip tai Jums yra svarbu?
3. Nuo kokių pokyčių norėtumėte pradėti?
4. Koku būdu Jūs norite pasiekti savo tikslą?

Nepamirškite, kad tai yra bendras numatomų veiksmų planas. Toliau bus aptariama, kaip tai daryti, taikant MI metodą.

Taigi, taikydami MI metodą, ŽIV profilaktikos tarp švirksčiamųjų narkotikų vartotojų programų socialiniai darbuotojai gali padėti klientui išspręsti tokius uždavinius:

- sumažinti narkotikų vartojimą;
- kontroliuoti fizinę ir dvasinę būseną;
- pereiti prie mažiau rizikingo vartojimo (oralinis vartojimas, sterilių instrumentų naudojimas, dėmesio sutelkimas ruošiant narkotikus);
- pagerinti socialinę adaptaciją, kuri yra saikingo ar epizodinio vartojimo rezultatas ar orientacija į narkotikų vartojimo nutraukimą;
- sumažinti kriminalinio elgesio riziką;
- pereiti prie mažiau rizikingo seksualinio elgesio (būti blaiviam lytinių santykių metu, visada naudotis prezervatyvu, laikas nuo laiko atlikti medicininę apžiūrą, nepraktikuoti penetruojančių lytinių santykių (t.y. lytinių santykių, kurių metu įsiskverbiamą) ir t.t.);
- kreiptis į medicinos įstaigas, norint atlikti medicininę apžiūrą (tyrimai dėl ŽIV) ir gauti kitokios pagalbos.

II. POKALBIS SU KLIENTU. TARPUSAVIO SUPRATIMO KELYJE

Kas turi įtakos socialinio darbuotojo ir kliento santykiams

Socialiniam darbuotojui, konsultuojančiam narkotikų vartotojus, labai svarbu žinoti, kas veikia jų tarpusavio santykius, nes konsultanto ir kliento tarpusavio santykiai – konsultavimo pagrindas. Tarpusavio santykių kokybė, o būtent konsultanto ir kliento tarpusavio supratimas dažnai apsprendžia konsultavimo sėkmę.

Taigi pabandydysime nustatyti, nuo ko būtent priklauso konsultanto ir kliento santykiai.

Asmeninė gyvenimo patirtis

Kiekvienas iš mūsų turi savo istoriją, individualią gyvenimo patirtį. Net panašūs gyvenimo įvykiai skirtingų žmonių išgyvenami skirtingai, ką jau kalbėti apie tuos įvykius, kurių vienas iš pašnekovų niekada nėra patyręs. Gyvenimo patirties skirtumai gali būti socialinio darbuotojo ir kliento tarpusavio nesusipratimo priežastis, bet ši problema yra išsprendžiama. Vyriui akušeriui nebūtinai reikia gimdyti, kad jis geriau suprastų, kuo būtent gali padėti moteriai, nors gimdymų priėmimo patirtį jis visgi privalo turėti. Todėl Jums (socialiniam darbuotojui) labai svarbu žinoti: tai, kas Jums atrodo „savaiame aišku“, nėra aišku klientui. Taip yra ne todėl, kad jis kvailesnis ar prastesnis už Jus, o todėl, kad Jūs ir jis – skirtingi. Šie skirtumai yra pagrįsti Jūsų gyvenimo patirties skirtumais – auklėjimu, gyvenimo sąlygomis, šeimyniniais ir asmeniniais santykiais, tam tikrais socialinio gyvenimo įvykiais, pragyvenimo lygiu, interesais ir kt.

Pripažinkite savo kliento teisę į asmeninę gyvenimo patirtį ir nebandykite jos suprasti, remdamiesi tik savo gyvenimo įvykiais ir išgyvenimais! Pagalvokite:

„Koks aš būčiau šiandien, jei būčiau patyręs visa tai, ką patyrė žmogus, sėdintis priešais mane? Galbūt galvočiau, jausčiau, spręščiau kitaip...“

Stereotipai, įsitikinimai ir nusistatymai

Remdamiesi savo gyvenimo patirtimi mes formuojame įvairius stereotipus ir įsitikinimus, kurie dažnai užkerta kelią tarpusavio supratimui. Pavyzdžiui, Jūs įsitikinę, kad socialinėse tarnybose dirba nuoširdūs, rūpestingi, talentingi socialiniai darbuotojai, kurie visada pasiruošę padėti narkotikų vartotojui (nes Jūs dažnai tai matote, o galbūt pats esate toks). Tačiau klientas, remdamasis savo patirtimi, gali manyti, kad socialiniai darbuotojai – abejingi jo nelaimėms, tik atidirba savo algą, ir tai ne visada sąžiningai (juk būna ir tokių, būtent su tokiais jam ir teko bendrauti).

Apibendrinami bendravimo patirtį, stebėdami vienus ar kitus įvykius, mes formuojame savo suvokimo ar įsitikinimo stereotipus. Nepriklausomai nuo to, sutampa jie su realybe ar ne, atitinka juos konkretus žmogus/įvykis ar ne, mes dažnai, to nesuprasdami, stengiamės įsprausti tą žmogų/įvykį į savo viziją, savo stereotipą, kurį laikome vieninteliu teisingu. Stereotipai niekada visiškai neatitinka tikrovės, o tik atspindi kažkurį vieną jos aspektą. Pavyzdžiui, teiginys „visi žmonės – egoistai“ tik iš dalies atitinka tikrovę, nes ne visi žmonės yra tokie, ir netgi patys egoistai būna skirtingi – vieni daugiau, kiti mažiau. Be to, esant tam tikroms aplinkybėms žmogus gali elgtis egoistiškai, o esant kitoms – pasiaukoti ir būti altruistas.

Stereotipai ir išankstinis nusistatymas visada veikia žmonių tarpusavio santykius. Dažnai jie tampa nesusipratimų priežastimi: „Aš tikrai žinau, rūkyti žolę – normalu, visi taip daro, o jis man nori įrodyti, kad žolė – tai pavojingiausias narkotikas“. (Šioje situacijoje matyti du nusistatymai.)

Mes dažnai norime įpiršti kitiems savo įsitikinimą, savo stereotipą, manydami, kad būtent jis yra teisingas, o taip tikrai nėra.

Siekdami išsivaduoti iš šių spąstų:

1. suvokite savo stereotipą (tiesiog pasakykite sau, kad būna visaip ir kad Jūsų nuomonė ne visada yra teisinga);
2. nebandykite įtikinėti kliento. Jis visada pateiks Jums įrodymų iš savo patirties, kad jis teisus, o Jūsų gyvenimo patirtį jis gali priimti nerimtai. Tokiu atveju galite pakliūti į dar sudėtingesnius spąstus. Išėjus – padėti suprasti, kad kliento nuomonė – tai rezultatas to, kas atsitiko jam, bet tai jokia būdu nereiškia, kad tai atsitinka visada ir visiems.

Pavyzdžiui:

Klientas: Visi žmonės tik ir nori patupdyti mane į kalėjimą ar į psichiatrinę.

Konsultantas: Jūs dažnai sutikdavote žmones, kurie Jums to linkėjo, todėl aš suprantu, kodėl Jūs darote būtent tokią išvadą. (plačiau žr. sk. „Atspindintis (refleksinis) klausymas“ p. 47)

Stereotipus ir nusistatymus galima suskirstyti į keletą rūšių:

Apibendrinimas – kokios nors savybės priskirimas be išimties visiems žmonėms arba reiškiniams, taip pat narkotikų vartotojui. („Visi narkomanai vienodi.“)

Viskas arba nieko – požiūrių kategoriškumas. („Nesėkmės ir atkrytis – didžiausia tragedija!“)

Etikečių kabinimas – bandymas priskirti klientui tam tikrą, dažniausiai neigiamą, įvaizdį. („Šis vaikinai – tipišką narkomaną.“)

Likimo pranašystė – kliento ateities nusakymas, remiantis savo įsitikinimais ar stereotipais. („Po abstinencijos gydymo vis tiek visi palūžta.“)

Minčių skaitymas – įsitikinimas, kad Jūs žinote, apie ką galvoja klientas. („Šis klientas laiko mane kvailiu...“)

Emocinis požiūris – pasidavimas nevaldomai akimirkos emocijai. („Aš tiesiog veltui gaištu su juo laiką!..“)

Stereotipai ir įsitikinimai, būdingi taip pat ir socialiniam darbuotojui, dažnai tampa sėkmingo konsultavimo kliūtimi.

Gyvenimiškos vertybės ir pasaulėžiūra

Remdamiesi savo gyvenimo patirtimi, mes formuojame savo vertybes (idėjas, kurios yra labai svarbios mūsų gyvenime ir kuriomis tikime kaip naudingomis ir būtinomis). Pavyzdžiui, mes žinome, kas yra gerai, kas blogai, koks elgesys teisingas, koks ne. Vertybės – tai taip pat įsitikinimai, bet globalesni, susiję su gyvenimiškai svarbiais mūsų gyvenimo reiškiniais.

Gyvenimiškas vertybes atspindintys teiginiai: „Svarbiausia visada suteikti pagalbą“ arba „Šeima – tai geriausia, ką turime gyvenime“, arba „Visada reikia sakyti tiesą“. Skamba puikiai, tiesa? Bet ir šioms vertybėms pritaria ne visi žmonės. Kai kurie gali paprieštarauti aukščiau pateiktiems vertybių pavyzdžiams: „Svarbiausia duoti teisę kiekvienam daryti klaidas – tik taip galima išmokti gyventi“, „Geriausia, ką žmogus turi gyvenime, – tai jo darbas, nauda, kurią jis gali duoti žmonėms“, „Tiesą reikia sakyti tada, kai žmogus yra pasiruošęs ją priimti“. Šie tvirtinimai taip pat teisingi. Ką gi daryti?

Jeigu norite veiksmingai konsultuoti narkotikų vartotojus, nebandykite piršti klientui savo vertybių, kad ir kokios šventos jos Jums būtų. Taip pat nereikia stengtis perimti jo vertybių.

Galbūt nėra absoliučių vertybių. Įvairiose situacijose vertinga elgtis skirtingai. Be to, su laiku ir gyvenimo patirtimi mūsų vertybės keičiasi. Pavyzdžiui, pirmą mėnesį narkotikų vartojimas žmogui kelia didelę euforiją, išpūdingus išgyvenimus, kurie padeda jam pamiršti nesėkmes. Bet, pavyzdžiui, po metų narkotikų vartojimas tampa jau nebe vertybe, o nelaimė, kurios dažnai jis negali įveikti. Vertybėmis tampa kiti dalykai, pavyzdžiui, „bet kokia

Elkitės vadovaudamasis savo vertybėmis, bet ir klientui suteikite teisę elgtis vadovaujantis savo vertybėmis. Jis, kaip ir Jūs, turi tokią teisę.

kaina gauti pinigų tabletėms“. Dar po kurio laiko (jei gydymo kursas ir socialinė rehabilitacija buvo sėkmingi) jo vertybe gali tapti sugebėjimas „palaikyti žmones, kuriuos ištiko panaši nelaimė“ arba „niekada nesmerkti kito, nesupratus iki galo jo poelgio“.

Išsilavinimas ir kalba

„Žmogus, sėkmingai planuojantis savo gyvenimą, vargu, ar supras žmogų, kuris mokėsi specialioje mokykloje.“ (V. Cojus)

Išsilavinimas turi didelės įtakos žmogaus kultūrai, erudicijai, savęs supratimui ir intelektualiniam vystymuisi. Todėl nereikia pamiršti, kad tai, kaip žmogus elgiasi bendraudamas, dažnai yra jo sukauptų žinių rezultatas (arba jų neturėjimas). Narkotikų vartotojų atveju turimos omeny medicinos, psichologijos ir psichiatrijos, chemijos, biologijos, teisės ir kitos žinios.

Kalbant su narkotikų vartotoju nereikia ignoruoti jo, o taip pat ir konsultuojančio socialinio darbuotojo, t.y. Jūsų, žinių lygio. Atsižvelgiant į tai, iš vienos pusės Jums svarbu nuolat plėsti savo žinias, iš kitos – konsultuojant patartina vartoti sąvokas, kurias galėtų suprasti ir klientas. Kalbant su 12-mečiu, pradėjusiu vartoti narkotikus, vargu, ar reikia demonstruoti cheminio proceso formulę, parodančią, kas su juo atsitinka pavartojus narkotikų. Tai jam galima paaiškinti, atsižvelgiant į jo išsilavinimą ir intelektualinį lygį, vartojant sąvokas, kurias jis suprastų.

Kitaip sakant, Jūs galite vartoti ar nevertoti žargoną – specifinę kalbą, kurią paprastai vartoja narkotikų vartotojai (su sąlyga, kad Jūs gerai ją mokate), – tačiau klientas tikrai nesupras Jūsų, jei vartosite savo profesinę kalbą, kurią tarpusavyje vartoja psichologai, socialiniai darbuotojai ar gydytojai.

Bendravimo įgūdžiai

Viena iš pagrindinių sąlygų, lemiančių gerus socialinio darbuotojo ir konsultuojamo narkotikų vartotojo tarpusavio santykius, yra sugebėjimas veiksmingai bendrauti, t.y. bendravimo įgūdžiai. Omenyje turimas sugebėjimas klausyti (ir girdėti!) kitą žmogų, parodant supratimą. Be to, pašnekovas turi jausti, kad jį suprantate ir kad Jumis galima pasitikėti.

Galimos socialinio darbuotojo ir narkotikų vartotojo bendravimo problemos

Dviem žmonėms bendraujant tarpusavyje dažnai kyla problemų, susijusių su bendravimo būdais, t.y., kokius bendravimo įgūdžius jie taiko/netaiko.

Galimos tokios problemos:

Kalbantysis sako viena, o turi omenyje visai kita („Aš pagalvosiu apie tai...“ – nors galvoja visai ką kita : „Nė velnio aš nesilaikysiu šio patarimo...“)

Klausantysis neteisingai girdi žodžius. (Konsultantas: „Jūs sakėte, kad Jums patinka, kai...“ – Klientas: Ne, aš sakiau – nepatinka!“)

Klausantysis savaip interpretuoja tai, ką girdi. (Klientas: „Aš jau tris dienas ne-sišvirkščiau...“ – Konsultantas: „Jis nusprendė nustoti vartoti!“)

Klausosi neatidžiai arba paviršutiniškai suvokia tai, ką sako kalbantysis. (Klausosi „viena ausimi“ arba galvoja apie savo reikalus.)

Narkotikų vartotojų konsultavimo ypatumai

Reikia pabrėžti, kad alkoholio ar narkotikų vartotojų konsultavimas nėra kažkuo specifiskas. Įgūdžiai, taikomi bendram konsultavimui, taip pat taikomi konsultuojant narkotikų vartotojus. Tyrimai parodė, kad alkoholizmo ir narkomanijos gydymas duoda geresnių rezultatų, jei konsultantai ir gydytojai konsultuoja, taikydami empatiško reagavimo metodus (V. Miller, S. Rollnick, 1991; Ward, Mattick & Hall, 1992).

Kita vertus vien konsultavimo dažniausiai neužtenka, siekiant pakeisti daugelio narkotikų vartotojų nuomonę apie problemas, susijusias su narkotikais. Tikimasi, kad pasitelkęs konsultavimo įgūdžius socialinis darbuotojas galės užmegzti abipusius konstruktyvius santykius su klientu, kurie leis įgyvendinti tam tikras programas, skirtas padėti atsikratyti priklausomybės nuo alkoholio ar narkotikų.

Kaip klientai supranta socialinį darbuotoją: konsultavimo stiliai

Ne paslaptis, kad mus supranta būtent taip, kaip mes elgiamės. Ši taisyklė galioja ir socialiniam darbuotojui, konsultuojančiam narkotikų vartotoją.

Šiuolaikinėje psichologijoje apibrėžiami tokie konsultanto elgesio stiliai:

Autoritarinis – socialinis darbuotojas, konsultuojantis narkotikų vartotoją, kategoriškai reikalauja iš kliento tam tikro elgesio ar veiksmo, sprenddamas už jį. („Klauskite ir įsiminkite mano patarimus! Tada viskas bus gerai...“)

Direktyvinis – socialinis darbuotojas aktyviai duoda patarimus, siūlydamas klientui jų klausyti. („Jums geriau klausyti manęs... Juk aš žinau, ką Jums patarti. Mano patarimai gali Jums padėti.“)

Slaptas direktyvinis – socialinis darbuotojas, parodydamas save kaip lankstų ir minkštaširdį žmogų, netiesiogiai bando priversti savo klientą elgtis taip, kaip nusprendžia jis, t.y. socialinis darbuotojas. („Aš Jus suprantu... Bet man atrodo, kad Jūsų problema slypi ne čia. Bus geriau, jei Jūs...“)

Partneriškas – socialinis darbuotojas kartu su klientu bando suprasti problemą ir rasti išeitį, sujungdami savo pastangas ir žinias. („Man atrodo, aš numanau, kokia yra Jūsų problemos esmė. Bet norėčiau geriau suprasti, kaip Jums tai atrodo... arba „Pabandykime kartu suprasti, kokia yra problema. Ką Jūs apie tai galvojate? Aš suprantu tai kaip...“)

Orientuotas į klientą – konsultantas palaiko ir skatina klientą nagrinėti savo problemas. („Jūs geriau už mane žinote savo problemas. Aš esu pasiruošęs išklausyti Jus ir padėti Jums geriau suprasti sunkumus bei rasti būdą, kaip juos išspręsti. Jei aš teisingai Jus supratau, Jūs jaučiate...“)

Nuolaidus – socialinis darbuotojas pasiduoda tam tikrai kliento įtakai, nesuteikdamas sau teisės iki galo išsakyti savo nuomonę. („Aš daug kam esu pasiruošęs, kad tik mano klientas liktų patenkintas.“)

Sutinkantis – socialinis darbuotojas priima kliento nuomonę, įsitikinimus ir yra visiškai veikiamas savo kliento. (Nuolaidumas, nesupratimas, kas vyksta, tikslų ir užduočių nebuvimas.)

Veiksmingiausiais konsultavimo stiliais laikomi partneriškas ir orientuotas į klientą. Tačiau reikia pripažinti, kad idealus konsultantas-profesionalas turi gebėti taikyti visus išvardytus stilius, nes tikrą bendradarbiavimą tarp žmonių ne visada galima įsprauti į vieno metodo rėmus, koks geras jis bebūtų.

Empatija

(Žr. taip pat sk. „MI principai“ p. 39)

Empatija yra viena iš pagrindinių konsultavimo sudedamųjų dalių.

Empatija – tai žmonių bendravimo forma, kuri susideda iš įdėmaus klausymo, empatiško reagavimo, konsultuojamojo problemų supratimo, leidžiančio klientui kitaip pažiūrėti į save ir skatinančio keisti savo elgseną.

Kitaip sakant, tai bandymas „įlįsti į svetimą kailį“ arba „pažvelgti į pasaulį kito akimis“ ir paklausti savęs: „Ką reiškia būti kito žmogaus vietoje?“

Empatija reiškia ir pagarbius santykius su klientu. Empatiškai reaguojančio konsultanto vaidmuo yra padėti narkotikų vartotojui savarankiškai rasti savo problemų sprendimus, o ne pateikti iš anksto parengtas rekomendacijas. Klientui svarbu pajusti, kad socialinis darbuotojas tiki jo gebėjimu teisingai pasirinkti bei nuspręsti ir kad jis nemano, jog gaišta laiką ir veltui stengiasi. Ne tik socialinio darbuotojo žodžiai, bet ir jo intonacija bei gestai turi rodyti supratimą. Svarstydami apie narkotikų vartotojų patirtį, atsižvelkite į tai, kad Jus skiria amžius, lytis, kultūrinė aplinka, išsilavinimas, gyvenimo patirtis, auklėjimas, dabartinė psichologinė būseną, sveikatos būklė ir kt.

Empatija skiriasi nuo simpatijos. Simpatizuodamas konsultuojantis socialinis darbuotojas gali stoti į konsultuojamojo pusę, net neišklausęs jo pasakojimo iki galo. Socialinis darbuotojas gailėdamas narkotikų vartotojo rizikuoja nepastebėti, kad būtent gailesčio sau jausmas trukdo klientui konstruktyviai veikti. Empatiškai reaguoti – nereiškia visada sutikti su kliento nuomone. Greičiau tai reiškia sutikti su kliento požiūriu ir stengtis suprasti tai, kas jį nulemia.

Svarbiausia empatiško reagavimo sąlyga – atsisakyti savo nuomonės ir vertinimo. Jo tikslas – suprasti, kas vyksta būtent šio kliento gyvenime, o ne kas turi vykti.

Atsiminkite, kad empatiškai galėsite reaguoti, jei nuoširdžiai stengsitės išgirsti, suprasti, pajusti tai, ką jums sako pašnekovas (ką būtent jis išgyvena), ir tuo pačiu metu stengsitės parodyti, kaip supratote išgirstą informaciją.

Ką daryti, jei klientas nepatinka?

Mes visi žmonės ir turime teisę į savo jausmus, simpatijas ir antipatijas. Todėl visiškai įmanoma ir tai, kad galime jausti antipatiją žmogui, kurį konsultuojame. Kaip elgtis tokiu atveju?

Pirmausia ir svarbiausia – nuoširdžiai pripažinkite tai sau. Paskui duokite sau laiko suprasti, kokia yra šios antipatijos priežastis. Kartais antipatijos suvokimas panaikina patį antipatijos jausmą, bet dažniausiai reikia duoti sau laiko, kad tai suprastume. Jei konsultuodami asmenį pajutote, kad jaučiate jam antipatiją, padarykite 10 minučių pertrauką ir išnagrinėkite situaciją. Susimąstykite, susikaupkite ir pasakykite sau: „Kiekvienas žmogus turi neigiamų savybių ir kiekvienas žmogus turi teisę būti toks, koks jis yra. Kas man neleidžia pozityviai žiūrėti į šį žmogų ir ar aš galiu tam atsispirti? Ar galiu tęsti pokalbį su juo, jo nesmerkdamas ir nejausdamas jam antipatijos?“ Jei atsakymas „Taip!“, tęskite konsultaciją.

Jei antipatija per stipri, pasiūlykite kitam socialiniam darbuotojui dirbti su šiuo klientu. Nesileisdami į detales, paaiškinkite klientui konsultanto keitimo priežastį. Pavyzdžiui: „Atleisk, deja, jaučiu, kad negalėsiu atidžiai tavęs išklausyti, suprasti ir padėti, todėl bus geriau, jei tu dabar kalbėsi su šiuo žmogumi, kuris galės geriau už mane tau padėti“.

Po to Jums verta rimtai susimąstyti apie antipatijos priežastį. Galbūt verta kreiptis į daugiau patirties turintį darbuotoją, vyr. specialistą ar psichologą, kurie galėtų padėti suprasti tokios stiprios antipatijos priežastis. Taip galėsite išspręsti vieną iš savo problemų ir tapsite dar geresniu konsultantu, sugebančiu dirbti su žmonėmis, su kuriais anksčiau Jums trukdė bendrauti susierzinimas.

Kai kuriais atvejais – nors tai gali būti nelabai malonu, bet naudinga klientui – savo jausmus patartina taktiškai išsakyti klientui, ypač, jei matote, kad klientas piktnaudžiauja Jūsų pasitikėjimu bei gerais santykiais. Pavyzdžiui: „Man labai nemalonu girdėti tai, ką Jūs man dabar sakote/darote (nurodykite, ką būtent), aš pradėdu pykti ant Jūsų. Bet noriu tęsti bendravimą su Jumis. Tai bus įmanoma, jei Jūs... Ką Jūs apie tai manote?“ Arba „Man dabar labai sunku bendrauti su Jumis, todėl, kad... Perkelkime susitikimą kitai dienai...“

Kas trukdo tarpusavio supratimui? Ko reikia vengti?

Jei socialinis darbuotojas netaiko atspindinčio klausymo metodo, o atvirščiai, bando vadovauti primesdamas savo įsitikinimus, jis sukuria kliūtis, trukdančias jo ir kliento tarpusavio supratimui (V. Miller, S. Rollinck, 1991). Greičiausiai klientas nutrauks pokalbį, nukryps nuo temos arba bandys ją pakeisti.

Čia pateikiama keletas neteisingo reagavimo, trukdančio socialinio darbuotojo ir jo kliento tarpusavio supratimui, pavyzdžių:

1. *Įsakinėjimas arba vadovavimas.* Vadovaujama autoritetingu tonu. Konsultantas kalba iš jėgos pozicijos arba naudoja autoritarines formuluotes ar intonaciją.
2. *Perspėjimas arba grasinimas.* Ši reagavimo forma panaši į įsakinėjimą, bet joje slypi atviras arba slaptas grasinimas neigiamomis pasekmėmis, kurias nulems kliento nepaklusnumas vadovavimui. Grasinimai gali būti asmeninio arba bendro pobūdžio, pranašaujantys neigiamas pasekmes, pavyzdžiui: „Jei nepaklusite man, Jūs dėl to gailėsitės.“
3. *Patarimai, pasiūlymai, paruoštų sprendimų pateikimas anksčiau laiko ar prieš kliento valią.* Šios reagavimo formos pagrindas yra siūlymas veikti remiantis konsultanto žiniomis ir asmenine patirtimi. Šie pasiūlymai dažnai prasideda žodžiais: „Aš asmeniškai daryčiau taip...“
4. *Įtikinėjimas, logiškai argumentuojant, įkalbinėjant, pamokymas.* Taip reaguojantis konsultantas mano, kad klientas nėra įsitikinęs, ar reikia spręsti problemą, ir kad jam reikia padėti.
5. *Moralizavimas, pamokymas arba nurodinėjimas.* Vartodamas žodžius „turi“ ar „privalai“ konsultantas primena klientui moralines normas.
6. *Smerkimas, kritika, nesutikimas arba kaltinimas.* Taip reaguodamas konsultantas parodo, kad klientas kažką ne taip pasakė. Tuo tarpu klientas net paprastą nesutikimą gali interpretuoti kaip kritiką.
7. *Sutikimas, pritarimas arba pagyrimas.* Kaip bebūtų keista, pagyrimas arba pritarimas gali tapti gero bendradarbiavimo kliūtimi, jei konsultantas sutinka arba pritaria viskam, ką pasako pašnekovas. Nepageidaujamas pritarimas gali nutraukti bendravimą, skatinti netolygius kalbančiojo ir klausančiojo santykius. Atspindintis klausymas nereikalauja pritarimo.

8. *Šaipymasis, etikečių kabinimas, pravardžiavimas, bandymai sugėdinti.* Šis reagavimo būdas atvirai parodo nepritarimą ir ketinimą pakeisti tam tikrą elgseną ar pažiūrą.
9. *Bandymai viską išanalizuoti ir paaiškinti.* Konsultantai pakankamai dažnai ir lengvai pradeda piršti savo nuomonę apie kliento išsakytą informaciją ir joje ieškoti tam tikros slaptos, analitinės prasmės.
10. *Vilčių žadinimas, užuojauta arba paguoda.* Konsultantai dažnai siekia padėti klientui pasijusti geriau jį guosdami. Toks vilčių žadinimas gali sutrikdyti bendravimo eigą, ypač, kai klientas suvokia savo problemą realistiškai.
11. *Klausimų srautas.* Konsultantai dažnai painioja veiksmingą klausymą su besaikiu klausinėjimu. Žinoma, konsultantas gali klausinėti, kad sužinotų kuo daugiau apie pašnekovą, bet tokio reagavimo būdo esmė yra įsitikinimas, jog uždavęs pakankamą kiekį klausimų konsultantas gali rasti visų konsultuojamojo problemų sprendimą. Iš tikrųjų klausimų srautas gali sutrikdyti bendravimą ir pakeisti jo eigą tokia kryptimi, kuri labiau reikalinga konsultantui, o ne pašnekovui.
12. *Nukrypimas nuo temos, tolimesnio svarstymo atsisakymas, juokavimas.* Nors humoras gali būti sėkmingas būdas nukreipti konsultuojamojo mintis nuo daug emocijų sukeliančio klausimo arba nuo gresiančios problemos, jis taip pat gali nutolinti nuo temos, o tai trukdo bendravimui ir parodo, kad tai, ką kalbėjo pašnekovas, yra nesvarbu.

Yra tokio tipo klientų, kuriems išvardyti santykių ar reakcijų pavyzdžiai yra priimtini. Polinkis į vieną iš minėtų bendravimo stilių gali būti susiformavęs vaikystėje arba įgytas su gyvenimo patirtimi, siekiant adaptacinio egzistavimo. Nežiūrint į tai, kad tokia elgsena gali sukelti nemažai kančios žmogui, ji suprantama kaip vienintelė tinkama. Tai reiškia, kad klientas gali ir nesiekti išvengti santykių, kuriuose vyrauja aukščiau išvardyti elementai. Kai kuriems klientams svarbus pats faktas, kad su jais kažkas dirba. Kai kurie laukia pagalbos, išreiškiamos patarimais, užuojauta ir pan., nes jų pačių bandymai padėti sau dažnai būdavo nesėkmingi, todėl jiems atrodo, kad kitų patarimai ar asmeninė patirtis jiems gali padėti.

Konsultanto užduotis – nepatekti į spąstus, susijusius su minėtais bendravimo stiliais, o ne kategoriškai vengti patarimų. Svarbu sekti bendravimą ir kreipti jį veiksmingumo linkme, išlaikant tinkamą atstumą ir pagarbius santykius su klientu.

Pasipriešinimas

Pasipriešinimas – dažnai konsultavimo metu atsirandanti kliento elgsena, išreiškiama ginčais, pertraukinėjimu, neigimu ar ignoravimu.

Pasipriešinimas dažnai yra atsakas į bendraujančiųjų tarpusavio santykių turinį ir stilių. Reikia vengti provokuoti kliento pasipriešinimą, nes kuo stipresnis pasipriešinimas, tuo mažesnė galimybė, kad klientas pasikeis.

Kitaip sakant, pasipriešinimas leidžia klientui išsakyti savo įprastus pasiteisinimus ir paaiškinimus, kodėl nereikia keisti savo gyvenimo. Yra daugybė pasipriešinimo priežasčių. Pavyzdžiui, narkotikų vartotojas gali būti linkęs į savęs nuvertinimą ir netikėti savo sugebėjimu pasikeisti. Be to, galbūt kas nors jį privertė išklausti šį konsultavimo kursą, o pats jis dar nėra pasiruošęs keistis.

Kliento pasipriešinimą gali išduoti tokios reakcijos:

- Ginčijimasis.
- Bendravimo pertraukimas ir nutraukimas.
- Ignoravimas arba nedėmesingumas bendraujant.
- Neatsakinėjimas į pateiktus klausimus.
- Nepertraukiamas monologas, neleidžiant konsultuojančiam socialiniam darbuotojui įsiterpti.
- Pyktis arba susierzinimas socialinio darbuotojo atžvilgiu.
- Kaltinimai ir atsakomybės suvertimas kitiems.
- Faktų arba naujų galimybių neigimas.
- Pesimizmas, netikėjimas galimybe pasikeisti.
- Nenoras ką nors daryti.
- Nerimtas požiūris į bendravimą: juokų krėtimas, temos pakeitimas, šokinėjimas nuo vienos temos prie kitos.
- Atsakymai „taip, bet...“ – klientas lyg ir sutinka su Jumis, bet kiekvieną kartą randa kontrargumentą, liudijantį, kad jam netinka tai, ką Jūs sakote.

Kliento pasipriešinimo nereikia suprasti kaip „blogo elgesio“, nukreipto prieš jus. Svarbu žinoti, kad kliento pasipriešinimas yra susijęs su jo nerimu ir pasikeitimais, vykstančiais stengiantis suvokti save naujai. Liovešis priešintis žmogus pripažįsta objektyvius dalykus arba išgyvena tokius jausmus, kurių jis visada stengėsi vengti.

Pasipriešinimo motyvai gali būti:

- abejonė, ar reikia keistis;
- nepasitenkinimas kitų siūlomais pakeitimais;
- noras išvengti netikėtumų;
- nežinomybės ir galimos nesėkmės baimė;
- nusistovėjusios tvarkos, įpročių, tarpusavio santykių pažeidimas;
- nepagarba ir nepasitikėjimas konsultantu.

Reikėtų taip pat žinoti, kad socialinis darbuotojas dažnai pats provokuoja pasipriešinimą, piršdamas klientui savo vertybes, stereotipus, nusistatymus, tam tikrą bendravimo būdą, reikšdamas tam tikrą savo santykį su klientu (pavyzdžiui, perdėtą simpatiją, paguodą arba susierzinimą) arba suteikdamas narkotikų vartotojui informacijos, kurios jis nėra pasiruošęs suvokti.

Dažniausiai konsultuojantis socialinis darbuotojas susiduria su pasipriešinimu, kai dalija patarimus, „moko gyventi“, bando priversti klientą pripažinti tai, kas jam (konsultantui) atrodo savaime aišku, arba pradeda kalbėti apie klientą iš „eksperto“, kuris geriau už patį klientą supranta jo problemas, pozicijos.

Štai keletas tokio elgesio, kurio, žinoma, reikia vengti, pavyzdžių:

- Bandymai įtikinti – „Jei Jūs nenustosite vartoti narkotikų, Jūs prarasite darbą.“
- Įsijautimas į eksperto vaidmenį – „Aš turiu daug darbo su tokiais, kaip Jūs, patirties, todėl aš žinau, ką Jums reikia daryti.“
- Etikečių kabinimas – „Jūs turite pripažinti, kad Jūs – narkomanas.“
- Kritika, kaltinimas, bandymai sugėdinti – „Jei Jūs tik ne...“
- Skubinimas priimti sprendimą: „Mes jau visą savaitę kalbame apie tai, ar gi ne metas priimti sprendimus?“
- Pareiškimas, kad konsultantas geriau žino, kas tinka klientui – „Jei Jūs kada nors norite atsikratyti priklausomybės, Jums reikia...“
- Tokia elgsena dažniausiai sąlygoja kliento nerimą ir sustiprina nepasitikėjimo socialiniu darbuotoju jausmą. Žinoma, tai pablogina jų tarpusavio santykius ar net gali nulemti jų nutrūkimą.

Klausimai, kuriuos socialinis darbuotojas turi užduoti sau, susidūręs su pasipriešinimu:

- Ką jaučia mano klientas priešindamasis?
- Koks mano elgsenys kelia šį kliento pasipriešinimą?

- Ką aš galiu padaryti, pasakyti, koks aš turiu būti, kad šis žmogus pajustų, jog gali sau leisti nesipriešinti, pasitikėti manimi ir savo jėgomis?

Pasipriešinimo pavyzdžiai:

1 Pavyzdys

Konsultantas: *Jūs vartojate narkotikus jau ilgiau negu 6 mėnesius...*

Klientas: *Ne, negalima taip sakyti, jei aš kartais pavartoju, dar nereiškia, kad... (arba Taip, bet aš tai darau pakankamai retai, taigi vargu, ar man gresia „užsėsti ant adatos.“)*

2 Pavyzdys

Konsultantas: *Papasakokite man apie savo problemas.*

Klientas: (šiuurkščiai) *Aš neturiu problemų!* (Nevykęs klausimas išprovokavo kliento pasipriešinimą.)

Konsultantas: *Praeitą kartą Jūs pasakojote, kad Jūsų pažįstamas perdozavo, na, ir Jūsų sveikata galėtų būti geresnė.*

Klientas: *Tai buvo praeitą kartą, o dabar man rūpi visai kas kita.* (Konsultantas dėsto savo nuomonę, o klientas tvirtai laikosi savo nuomonės.)

Konsultantas: *Juk Jūsų sveikatos problemos niekur nedingo per tą laiką!?*

Klientas: *Tai ne Jūsų reikalas! Aš neturiu problemų.*

Taigi nereikia pykti ar laikyti narkotikų vartotoją „neteisingu“ klientu. Tam, kad įveiktumėte jo pasipriešinimą, Jums svarbu pirmiausia nedalyvauti jame, neiššaukti ir nepalaikyti jo. Tačiau stengtis pažadinti kliento apsauginę reakciją taip pat nereikia – tai gali paskatinti jį užsidaryti savyje ir dar labiau priešintis. Jūsų supratimas ir palaikymas tokiomis minutėmis turi būti nukreipti į kliento dabartinius jausmus.

(Žr. sk. „Kaip sudaryti palankias sąlygas pokyčiams, nesukeliant pasipriešinimo“ p. 55)

Spąstai, kurių reikia saugotis socialiniam darbuotojui

Patartina vengti pakliūti į kliento „spendžiamus“ (dažnai nesąmoningai) spąstus. Taigi klientas gali mėginti:

- įtraukti Jus į ginčą ar diskusiją;
- priversti Jus pripažinti, kad jam neįmanoma padėti;

- gauti Jūsų paramą tiems savo veiksmams, kuriems Jūs iš tikrųjų nepritariate;
- sužadinti Jūsų gailestį;
- aukštinti Jus, meilikauti su Jumis, niekinamai elgtis, atvirai rodyti savo neigiamą nusistatymą Jūsų atžvilgiu;
- dėl savo elgesio arba jausmų versti kaltę kitiems;
- priversti Jus priimti sprendimus už jį patį.

Kad išvengtumėte problemų, svarbu kliento elgesyje laiku pastebėti tam tikrus tokio pavojaus signalus. Pastebėję ir perpratę kliento elgesį, galite arba išsakyti savo nuomonę, arba tiesiog nereaguoti ir įdėmiai klausyti toliau. Atitinkamai reaguoti galėsite pastebėję, kad klientas tapo nuoširdesnis, pradėjo rimtai ir konstruktyviai žiūrėti į savo problemą.

Dažnai klientas taip elgiasi nesąmoningai, norėdamas patikrinti Jus, įsitikinti, ar galima Jumis pasitikėti, ar galėsite jį suprasti. Taip pat jis gali parodyti ir savo neigiamus jausmus, pasakoti apie save kažką blogo (arba melagingai girtis) norėdamas patikrinti Jūsų reakciją ir suprasti, ar gali būti su Jumis atviras.

Idealaus socialinio darbuotojo, konsultuojančio narkotikų vartotojus, savybės

Gal tobulybė profesinėje srityje ir neįmanoma, bet kelias į sėkmę yra tobulybės siekimas. Kokias savybes privalo turėti idealus konsultantas, į kurį turi lygiuotis socialinis darbuotojas, konsultuojantis narkotikų vartotojus?

Tokios savybės turi padėti pasiekti geriausių įmanomų konsultavimo rezultatų. Šiuo atveju tai būtų narkotikų vartotojo įgytas gebėjimas naujai matyti savo problemas ir spręsti jas, įveikiant visus sunkumus, nusistatymus ir baimes.

Mūsų nuomone, reikalingos šios savybės:

- kūrybingumas ir išradingumas;
- visiškas tikėjimas teigiamais rezultatais, atsiribojimas nuo savo patirties;
- sveikas protas ir bendravimo įgūdžiai;
- pagarbus požiūris į klientą;
- orientavimasis į veiksmus.

III. MOTYVACINIS INTERVIU ARBA KAIP PADĖTI KLIENTUI PASIKEISTI. METODO SAMPRATA

Kas yra MI?

MI – tai ypatinga konsultavimo technika, kurios pagrindas – konsultanto ir kliento bendravimas. MI metu konsultantas, rodydamas supratingumą kliento atžvilgiu, padeda jam pasikeisti. Ši technika buvo parengta kaip trumpalaikis elgsenos keitimo metodas, pagrįstas supratingumu, ginčų bei įtikinėjimų vengimu. MI vienija pačius veiksmingiausius ir tuo pačiu metu paprastus pokalbio vedimo metodus (klausimai, klausymas, aptarimas ir parama), kurių taikymas yra pagrindinis šio metodo principas ir uždavinys. Minėtų metodų taikymas ir nukreipimas į konkrečių uždavinių, numatytų kiekviename darbo etape, sprendimus vadinamas strategija. Taikant įvairias strategijas, galima padėti klientui apsispręsti dėl savo elgsenos.

Kodėl „motyvacinis interviu“?

Kasdieniniame gyvenime žodis interviu vartojamas dažniausiai tokiomis reikšmėmis: 1) viešumai skirtas žurnalisto pasikalbėjimas su žinomu veikėju; 2) organizacijos vadovo pokalbis su priimamu į darbą asmeniu. Taigi interviu – tai pokalbis, kurio pagrindą sudaro klausimai ir atsakymai, o tikslas – gauti informacijos. Tačiau pirmoji anglų kalbos žodžio „interviu“ (interview) reikšmė – „abipusis (abišalis, bendras) požiūris (nuomonė)“, t.y. du ar daugiau žmonių kartu sprendžia kokį nors klausimą.

Interviu reiškia *procesą*, kurio metu klausinėjama ir išklausomi atsakymai.

„Motyvacinis“ reiškia, kad kalbama apie motyvaciją, kaip apie motyvų sistemą, skatinančią žmogų veikti.

Taigi motyvacinis interviu – tai procesas, kai du ar daugiau žmonių kartu nagrinėja motyvus, skatinančius žmogų priimti sprendimą veikti ar ne tam tikroje situacijoje.

MI apibrėžimas

MI galima apibrėžti kaip tęstinį pokalbį apie pasikeitimus, konsultantui dirbant tokiu stiliumi, kad pagrindinis vaidmuo pokalbyje atitenka klientui. Konsultantas skatina klientą kalbėti apie savo abejones ir kliūtis, apie savo motyvaciją keistis, siekdamas, kad jis pats priimtų sprendimą dėl savo elgsenos.

MI atsiradimo istorija

Pirmą kartą MI esmę 1983 metais aprašė V. Milleris žurnale „Elgesio psichoterapija“. 1991 metais V. Milleris ir S. Rollnickas detaliau aprašė pagrindinius metodo teiginius.

MI koncepcija buvo parengta tyrimo pagrindu, kurio metu buvo dirbama su žmonėmis, turinčiais alkoholizmo problemų. 1980 metais konsultuojant narkotikų vartotojus buvo susiklosčiusi tradicija įteigti klientui motyvaciją keistis. Konsultantas buvo patyręs žmogus, kuris rasdavo kliento problemą, atskleisdavo jam ją, išaiškino jo paties abejones ir taikydavo tiesioginio įtikinėjimo metodą kaip veiksmingą. Kliento pasipriešinimas pasikeitimams buvo suprantamas kaip jo charakterio bruožas, kurį reikia keisti keičiant patį klientą. Konsultantas, taikantis tokį metodą, pirmiausia buvo ekspertas. Tačiau greitai paaiškėjo, kad klientams netinka toks metodas, kad jie nepaklūsta ir nenori pripažinti jiems peršamų problemų, atsisako keistis. Tai paskirdavo konsultantų kantrybę, priversdavo juos teisintis ir tvirtinti, kad dauguma jų klientų – beviltiški žmonės ir neverta stengtis.

Išanalizavęs galimas tradicinio konsultavimo nesėkmės priežastis, V. Milleris priėjo prie išvados, kad būtent patarinėjimas, agresyvi opozicija klientui ir tiesioginis jo įtikinėjimas yra pagrindinės priežastys, skatinančios pasipriešinimą, kurį daugelis specialistų suprato kaip pagrindinę kliūtį, trukdančią klientui pasikeisti.

MI priešpastatomas direktyviniams konsultavimo metodams

V. Milleris pateikė keletą kardinalių MI ir tradicinio konsultavimo skirtumų, kurie padeda geriau suprasti MI esmę. Jis teigė, kad konsultantas taiko MI stilių, jei jis:

- griežtai netvirtina, kad žmogus turi problemų ir jam reikalingi pasikeitimai;
- nepatarinėja ir „neskiria“ problemos sprendimo be žmogaus sutikimo, skatina klientą savarankiškai apsispręsti;
- neužima autoritarinės/eksperto pozicijos, klientui palikdamas tik pasyvaus dalyvio vaidmenį;
- pokalbio nepaverčia paskaitos skaitymu, kitaip sakant, „nežaidžia į vienus vartus“;

- nekabina etikečių (narkomanas, problema, tai nenormalu, liga ir pan.);
- nenaudoja baudžiamųjų ar prievartos priemonių.

Taigi V. Milleris ir S. Rollnickas suformulavo ir aprašė MI metodą kaip esamų konsultavimo metodų alternatyvą. Vėliau šis metodas tapo kitų alternatyvių metodų atsiradimo pagrindu – motyvacijos stiprinimo teorijos, trumpo motyvacinio interviu ir kt.

Pagrindiniai MI teiginiai

Taikant MI svarbiausia sukelti pašnekovui (klientui) saugumo, tarpusavio supratimo ir palaikymo jausmą, kad jis galėtų:

- apmąstyti savo elgseną;
- suprasti, ar jis pasiruošęs ką nors keisti savo elgsenoje;
- suprasti, kaip galima ir reikia veikti, įgyvendinant suplanuotus pokyčius.

Jei dirbančio su klientu ir taikančio MI konsultanto paklaustume, kaip jis gali apibūdinti savo darbą, konsultantas greičiausiai pagrindinį šio metodo teiginį suformuluotų taip: **reikia siekti, kad motyvacija keisti elgseną atsirastų pačiam klientui, o ne būtų įperšama.**

Taikant kitus metodus, motyvuojančius klientą pasikeisti, galima, o kartais net ir reikalaujama, naudoti prievartą, įtikinėjimą, įrodinėjimą, prieštaravimą, kartais net grasinimą (pavyzdžiui, prarasti darbą ar šeimą). Žinoma, tokios strategijos įmanomos, bet jos visiškai skiriasi nuo MI.

MI taikymo pagrindu laikomas vidinės vertybių ir tikslų sistemos ir gyvenimo principų stiprinimas.

Ambivalencija (dvilypumas, žr. „Terminų žodyną“) yra dviejų galimų veiksmų kryptių konfliktas (pavyzdžiui, labai stengtis arba tingėti), iš kurių kiekvienas turi ir privalumų, ir trūkumų. Dauguma klientų niekada neturėjo galimybės aptarti painių, prieštarų tokio vidinio konflikto elementų. Pavyzdžiui: „Jei aš nustosiu vartoti narkotikus, aš jausiuosi geriau, bet iš kitos pusės, aš nežinosiu, kuo užsiimti laisvalaikiu (o jo turiu daug, nes nedirbu), ir tai gali padaryti mane nelaimingą“. Konsultanto užduotis – padėti klientui išsakyti abi prieštaravimo puses ir nukreipti jį jam priimtino sprendimo, kuris gali tapti elgsenos keitimo priežastimi, link.

Būtent klientas, o ne konsultantas turi pradėti kalbėti apie savo dvilypi santykių problemos atžvilgiu, įvairiausiškai ją nagrinėti ir spręsti.

Tiesiogiai įtikinėjami nepadėsite klientui suprasti savo abejonių ir prieštaravimų bei apsispręsti.

Konsultantui gali kilti pagunda „padėti“ įtikinant, kad klientas turi problemų, kurios reikalauja skubaus sprendimo, ir tik elgsenos keitimas yra geriausia išeitis iš susiklosčiusios padėties. Tačiau tyrimai rodo, kad toks būdas iššaukia kliento užsispyrimą, stiprina jo pasipriešinimą ir mažina pasikeitimų tikimybę (Miller, Benefield and Tonikan, 1993; V. Miller, S. Rollnick, 1991).

Pokalbis turi būti ramus, atskleidžiantis, kas, kaip, kodėl ir ką Jūs apie tai manote.

Tiesioginis įtikinėjimas, prieštaravimas ir ginčas MI netaikomi. Jei konsultantas yra įpratęs patarinėti ir ginčytis, MI gali pasirodyti jam lėtas ir pasyvus procesas. Todėl toks pernelyg savimi pasitikintis konsultantas gali skubinti darbą problemos sprendimo link, stengdamasis pateikti įtikinamus argumentus „kliento nenorui keistis“ ir tuo pačiu stumti klientą prie gyvenimo permainų, kurioms jis dar nėra pasiruošęs. Tokio darbo rezultatą galima numatyti.

Konsultantas stengiasi padėti klientui išanalizuoti ir išspręsti dvilypumą.

MI atveju apsiribojama kliento apsisprendimu, jam nenurodinėjant, ką daryti toliau. Taikomi papildomi metodai (žr. „Elgsenos keitimo stadijos: ką kiekvienoje stadijoje turėtų daryti socialinis darbuotojas“ p. 17) Šie metodai ir MI neneigia vienas kito, o greičiau papildo. Taikydamas MI konsultantas atsižvelgia į tai, kad kliento vidiniai prieštaravimai arba neapsisprendimas yra pagrindinės kliūtytys, kurias reikia įveikti, norint pradėti keistis. Vėliau, klientui apsisprendus, gali atsirasti būtinybė tęsti darbą – planuoti pasikeitimų įgyvendinimą, mokyti klientą tam tikrų įgūdžių ir t.t.

Pasiruošimas keistis – tai ne kliento ypatybė, o kliento ir konsultanto palaipsniui besikeičiančių santykių rezultatas problemos aptarimo metu (konsultantas nereikalauja, o klientas siekia, konsultantas organizuoja aptarimą, o klientas analizuoja savo abejones).

Konsultanto ir kliento tarpusavio santykiai turi būti partneriški, draugiški (jų pagrindas – bendradarbiavimas), o ne paremti „žinovo – neišmanėlio“ modeliu.

MI metu siekiant atskleisti, išanalizuoti ir išspręsti kliento abejones taikomi specifiniai būdai. Tokiais atvejais konsultavimas yra orientuotas į kliento poreikius.

Konsultantas turi būti labai atidus ir jautrus bet kokioms kliento motyvacijos apraiškoms. Konsultantas turi vertinti pasipriešinimą ir „neigimą“ ne kaip kliento charakterio „trūkumus“, o kaip reakciją į konsultanto elgesį. Kliento pasipriešinimas, kalbant apie pasikeitimus, dažnai būna signalas, kad konsultantas pervertina kliento pasiruošimą keistis. Tokiu atveju konsultantui reikia pakeisti motyvacinio darbo strategiją, pavyzdžiui sugrįžti prie ankstesnių strategijų (žr. toliau sk. „Kaip kalbėti apie elgsenos keitimą“ p. 62).

Konsultantas siekia gerbti kliento savarankiškumą ir pasirinkimo laisvę (taip pat ir to pasirinkimo pasekmes).

Manoma, kad MI metodo taikymo metu žmogaus keitimosi idėja turi būti susijusi su pozityvomis emocijomis, nes tik tokiu atveju pasikeitimas bus lengvas procesas. Tačiau rekomenduojama kartu su klientu apžvelgti tiek teigiamas, tiek neigiamas keitimosi puses.

Svarbiausia MI sąvoka – pasirinkimas. Labai svarbu leisti žmogui suprasti (o kartais netgi kalbėti apie tai atvirai), kad, nepaisant konsultanto pagalbos, už savo sprendimus atsako jis pats (klientas) – atsakomybė už apsisprendimą pasikeisti ir pasikeitimų įgyvendinimas tenka jam pačiam.

MI negalima traktuoti kaip metodą arba metodų kompleksą, kurie „taikomi“ klientams, arba (dar blogiau) „taikomi manipuluoti“ žmonėmis. Priešingai – tai tarpasmeninis konsultavimo stilius, kuris jokių būdu neapsiriboja formaliu konsultavimu. Tai žmonių santykių ir metodų, paremtų ypatinga pokyčių filosofija ir mechanizmu, palaikančių žmogų keitimosi metu, supratimu, balansas. Jei šį metodą įsivaizduosime kaip triukų kompleksą ar manipuliavimo techniką, iškraipsime jo esmę (Milleris, 1994).

MI principai

Bandydamas padėti klientui suprasti savo elgesį ir taikydamas MI, konsultantas stengiasi laikytis tokių pagrindinių principų:

- empatiškai reaguoti kliento atžvilgiu;
- atskleisti prieštaravimus (svyravimą ir abejones dėl problemos) ir analizuoti juos;
- vengti ginčų, tiesioginio įtikinėjimo;
- mažinti pasipriešinimą;
- palaikyti, stiprinti kliento savarankiškumą priimant sprendimus ir įgyvendinant pasikeitimus.

Empatiškai reaguoti kliento atžvilgiu

Empatiškas reagavimas – tai sugebėjimas suprasti kitą atidžiai klausantis (atspindintis klausymas). Šį gebėjimą galima lavinti. Jis reikalauja didesnio dėmesio kiekvienam kliento sakiniui ir prielaidų apie kiekvieno sakinio prasmę formulavimo. Atjaučianti šiluma ir atspindintis klausymas yra pagrindinės MI metodo sudedamosios dalys, sukuriančios palankią atmosferą, kuria ir paremtas visas tolesnis konsultanto ir kliento bendravimas. Empatiškas reagavimas reiškia, kad konsultantas konsultavimo metu mato pasaulį kliento akimis, supranta, ką jis galvoja ir jaučia. Empatiško reagavimo nereikia painioti su tapatinimusi su klientu ar panašios patirties turėjimu. Atvirškčiai, kliento patirtį reikia suvokti kaip unikalią.

Konsultantui reikia siekti geriau suprasti kliento išgyvenimus ir priimti juos be kritikos, smerkimo ar kaltinimo. Kai klientas jaučia, kad jį supranta, jis atsiveria ir pradeda laisviau pasakoti apie savo gyvenimą. Tokie pasakojimai padeda konsultantui nustatyti, kada ir kaip reikia jam padėti, kokios galimos nesėkmės, ką reikėtų pataisyti. Svarbu tai, kad, pastebėjęs konsultanto dalyvavimą, klientas geriau suvokia pokalbį apie savo gyvenimo būdą, požiūrį į narkotikų vartojimą.

Konsultantui nebūtinai turi patikti klientas ir jis nebūtinai turi sutikti su viskuo, ką sako klientas. Vis dėlto pagarbus kliento išklausymas turi lemiamą reikšmę siekiant suprasti kliento požiūrį ir pokyčių perspektyvą. Pagarbus, atidus klausymasis padeda konsultantui būti kliento bendrakeleiviu samprotavimų apie savo elgesį, apie teigiamas ir neigiamas narkotikų vartojimo puses kelyje. Empatiškas reagavimas užtikrina kliento palaikymą viso pasikeitimų proceso metu.

Atskleisti prieštaravimus (svyravimą ir abejones dėl problemos) ir analizuoti juos

MI taikomas tam, kad žmogus pamatytų savo esamo elgesio, susijusio su narkotikų vartojimu, nesuderinamumą su ateities planais. Šis metodas suteikia galimybę padėti žmogui suprasti savo elgesio vertę dabartiniu metu. Kai žmogus supras narkotikų vartojimą kaip sveikatai žalojantį, santykius su artimaisiais gadinantį, galimybes įsidarbinti mažinantį elgesį, greičiausiai jam atsiras ir noras bei poreikis pasikeisti. Pagrindinis MI principas – žmonės siekia keisti savo elgseną, kai aiškiai mato neatitikimą tarp jų dabartinio elgesio ir svarbesnių gyvenimo tikslų.

Dažnai klientai, su kuriais tenka kalbėti apie elgsenos keitimą dėl narkotikų vartojimo, puikiai suvokia padėtį ir patys suvokia skirtumą tarp savo elgsenos ir to, kaip jie mato save ateityje. Tačiau jie svyruoja ir abejoja dėl pokyčių. MI atveju konsultanto užduotis – padėti klientui tiksliai suformuluoti ir sustiprinti skirtumo tarp norimo ir esamo suvokimą ir taip dar labiau paskatinti keisti dabartinį elgesį. Taigi konsultantas naudoja vidinį kliento konfliktą, kad padėtų jam pačiam. Nesuderinamumas savo ruožtu skatina klientą atsikratyti „nepatogaus“ elgesio.

Konsultantas gali padėti savo klientui suprasti prieštaravimus įvairiais lygiais (fizinio ir dvasinio), įvairiose sferose (santykių ir elgesio). Tam svarbu suprasti ne tik kliento, bet ir bendruomenės vertybes. Pavyzdžiui, narkotikų vartojimas gali prieštarauti kliento bei aplinkos vertybėms; gali konfliktuoti su dvasinėmis vertybėmis ir religija arba kliento šeimos vertybėmis. Narkotikų vartojimą galima priešpastatyti dalykams, kuriems pats klientas teikia didelę reikšmę, pavyzdžiui, santykiams su šeima, religine grupe arba supančia aplinka.

Vengti ginčų, tiesioginio įtikinėjimo

Dar vienas svarbus MI principas – vengti tiesioginio įtikinėjimo ir bandymų kažką įrodyti, dirbant su klientu. Nerekomenduojama teikti argumentų, kurie prieštarauja kliento nuomonei, net jei jis visiškai neigia arba nepakankamai įvertina savo problemas, susijusias su narkotikų vartojimu. Dažnai konsultantas tiesiogiai įtikinėja, kad parodytų klientui ir įrodytų sau pačiam savo argumentų svarbą, savo pranašumą, klausimo išmanymą arba koku nors kitu tikslu įrodytų savo teisumą.

Prieštaravimas klientui ir tiesioginis įtikinėjimas dažniausiai baigiasi kliento pasipriešinimu ir gynyba. Socialinio darbuotojo užduotis – ne griauti kliento problemos neigimo sieną, o apeiti ją.

MI – tai technika, leidžianti klientui pačiam suvokti būtinybę keistis. Pokalbis turi būti nuolaidus, neįkyrus. Jo pagrindas – mintis, kad sprendimą pakeisti gyvenimo būdą visada priima pats klientas.

Mažinti pasipriešinimą

Kliento pasipriešinimas gali reikštis:

- noru ginčytis ir įrodinėti;
- pertraukinėjimu;
- neigimu (ne, viskas ne taip);
- ignoravimu.

Konsultantui reikia vengti savo veiksmais provokuoti ir stiprinti kliento pasipriešinimą. Svarbu atminti – kuo daugiau klientas priešinasi, tuo mažesnė tikimybė, kad jis pasikeis. Jei klientas priešinasi, greičiausiai pagalba bus neveiksminga, o tai tiesiogiai susiję su konsultanto elgesiu. Norint sumažinti pasipriešinimą, konsultantui reikia būti pakankamai lanksčiam, žinoti, ką sakyti ir daryti. Pakeitus taktiką, galima gerokai sumažinti kliento pasipriešinimą ir tęsti pokalbį apie pasikeitimus.

Gera strategija, kovojant su pasipriešinimu, yra „nesipriešinimas priešiniuisi“ – ne stovėti vienam prieš kitą („kas ką“), o atvirkščiai, visai rodyti supratingumą ir ryžtą analizuoti problemą atsižvelgiant į klientą. Tai sudarys palankias sąlygas tolimesniam kliento norui analizuoti problemas. Tyrimai patvirtina, kad konsultantui vengiant priešinimosi kliento pasipriešinimui pasiekiami ilgalaikiai pasikeitimai.

(Plačiau žr. sk. „Kaip sudaryti palankias sąlygas pokyčiams, nesukeliant pasipriešinimo“ p. 55)

Palaikyti, lavinti kliento savarankiškumą priimant sprendimus ir įgyvendinant pasikeitimus

Kaip buvo minėta, kliento tikėjimas tuo, kad teigiami pokyčiai įmanomi, yra svarbi sąlyga, vedanti sėkmės link. Daugumai klientų sunku patikėti, kad jie gali pradėti keistis. Bendra konsultanto užduotis – lavinti ir skatinti kliento resursų suvokimą, stiprinti viltį, optimizmą ir galimybę užbaigti pradėtus pokyčius. Savo galimybių supratimas leidžia žmogui įveikti kliūtis, atsirandančias keitimosi proceso metu, ir sėkmingai keisti savo elgesį. Konsultanto užduotis – suformuoti kliento įsitikinimą, kad jis gali pasikeisti, suteikti vilčių ir pasitikėjimo savo jėgomis ir sukelti optimizmą. Konsultanto tikėjimas kliento gebėjimais keistis garantuoja teigiamus rezultatus. Konsultantas gali stiprinti kliento savarankiškumą ir tikėjamą pokyčius, pripažindamas jo stiprias puses ir pabrėždamas jas terapijos metu.

Su klientu verta aptarti galimus jam patrauklius terapijos ir pasikeitimų variantus, net jei jis nutraukė kokią nors gydymo programą ir po tam tikro abstinencijos periodo grįžo prie narkotikų vartojimo. Taip pat naudinga kalbėti apie tai, kaip kiti žmonės, atsidūrę panašiose situacijose, sugebėjo pakeisti savo elgseną. Stimuliuojant kliento viltį ir tikėjamą savo sugebėjimais, galima pateikti kitų klientų pavyzdžių. Klientas turi suprasti, kad jis pats atsako už savo elgsenos keitimą ir kad stabilios sėkmės pasiekimas prasideda nuo kelių pirmų žingsnių. Vienas iš AN (anoniminių narkomanų) metodo principų – „gyvenk šia diena“ – gali padėti klientui susikonscentruoti ir neatidėliojant pradėti įgyvendinti nedidelius pokyčius, kurie, jo nuomone, pasiekiami.

Mokymas gali taip pat sustiprinti kliento savarankiškumą ir pasitikėjimą savimi. Tikri, tikslūs ir suprantamai pateikti duomenys padės klientui suprasti, kaip narkotikų vartojimas virsta piktnaudžiavimu ir priklausomybe. Biologinių priklausomybės aspektų ir medicininių narkotikų vartojimo pasekmių išaiškinimas, atsižvelgiant į kliento patirtį, padės sušvelninti gėdos ir kaltės jausmą ir sustiprins viltį, kad išsilaisvinimas gali būti pasiektas priėmus kai kuriuos sprendimus ir taikant tam tikrus metodus. Pasikeitimų procesą, iš pradžių atrodantį neįtikėtinai ir beviltiškai, galima suskirstyti į realiai pasiekiamus mažus žingsnius.

Trumpai apie MI metodą

Taigi MI metodo tikslas yra skatinti kliento savianalizę ir poreikį priimti sprendimus dėl savo probleminio elgesio, padėti išvėlgti visus galimų pokyčių „už“ ir „prieš“. Tokios užduoties sprendimas reikalauja tam tikro konsultanto darbo stiliaus.

Taikant šį metodą, atsakomybė už elgseną ir dėl jos atsirandančias problemas tenka pačiam klientui. Konsultantas turi sutikti su tuo ir nenumatyti iš anksto, kokius būtent sprendimus turės priimti klientas. Moralizavimas čia netinkamas.

Kliento ir konsultanto tarpusavio ryšys turi būti nukreiptas į kliento savęs vertinimo, savarankiškumo ir pasitikėjimo savo jėgomis stiprinimą. Konsultantas turėtų būti žmogus, vedantis klientą pavojingu sprendimų priėmimo keliu. Jo užduotis – skatinti klientą įvertinti savo tikslus ir vertybes bei priimti gerai apsvarstytą (atsižvelgiant į visus „už“ ir „prieš“) sprendimą.

Konsultantas stengiasi sukurti tokią situaciją, kurioje klientas pats save motyvuoja. O motyvuoti save klientas gali tik pradėjęs geriau suprasti savo elgseną, jos priežastis ir tokios elgsenos pasekmių rimtumą. Reikia siekti, kad klientas geriau suprastų savo elgsenos motyvus, galimus prieštaravimus ir išvengtų pokyčių galimybes. Geriausia tai daryti pagal tam tikrus metodus (žr. kitą sk. ir sk. „Kaip kalbėti apie elgsenos keitimą“ p. 62).

IV. MOTYVACINIS INTERVIU ARBA KAIP PADĖTI KLIENTUI PASIKEISTI. METODO TAIKYMAS

MI „irkilai“ arba kaip pasiekti tikslą: MI metodai ir technikos

Dirbant pagal MI nesūdomi kokie nors nauji unikalūs pokalbio su klientu metodai bei technikos. MI metu aktyviai taikomi bet kokie metodai ar technikos, atitinkančios šio metodo stilių ir leidžiančios veiksmingai padėti klientui analizuoti savo prieštaravimus, siekiant priimti sprendimą dėl elgsenos keitimo.

Taigi, norėdami padėti klientui pasikeisti pasitelkę MI metodą, atsižvelkite į šias pokalbio organizavimo rekomendacijas:

- empatiškai reaguokite;
- užmegzkite ir palaikykite gerus santykius su klientu;
- išklauskite kliento ir parodykite jam, kad stengiatės suprasti jo elgesį, motyvus ir padėti;
- apibendrinkite tai, ką sako klientas, padėkite jam suprasti;
- kalbėdami siūlykite problemos sprendimo alternatyvas ir aptarinėkite jas su klientu;
- palikite klientui teisę rinktis, išsamiai analizuodami galimus veiksmus.

Galite uždavinėti klausimus, atidžiai klausytis, apsvarstyti tai, ką sako klientas, perfrazuoti aiškiau, perpasakoti kliento suteiktą informaciją, siekdami parodyti kitokią tos informacijos prasmę, daryti išvadas ir naudoti kitus būdus.

Pagrindiniai MI metodai yra šie: atvirų klausimų formulavimas, atspindintis klausymas, išvados, apibendrinimas ir palaikymas. Simboliška, kad pirmosios šių metodų raidės anglų kalba sudaro žodį, kuris lietuvių kalba reiškia „irkilai“:

- Atviri klausimai (Open questions).
- Skatinimas ir palaikymas (Affirmation).
- Atspindintis klausymas (Reflective listening).
- Išvados (Summarizing).

O-A-R-S = „irkilai“

Taigi „irklais“ (o irkluojama paprastai dviese) Jūs galite padėti klientui pasiekti tikslą – pakeisti elgseną.

Klausimai

Klausimai padeda pradėti interviu/konsultavimą, plėtoti naujas temas, pabrėžti ir išaiškinti ginčytinus momentus, o taip pat padeda klientui atsiverti.

Sąlyginai klausimus galima suskirstyti į atvirus ir uždarus. Atviri klausimai yra tokie, į kuriuos negalima atsakyti trumpai, keliais žodžiais. Tokie klausimai skatina žmones kalbėti, o konsultantui leidžia gauti daugiau informacijos. Vienas iš naudingiausių atvirų pokalbio klausimų: „Ar galėtumėte pateikti konkretų pavyzdį?“

Konsultuojant reikia uždavinėti tokius atvirus klausimus, kurie skatintų klientą išsamiau nagrinėti temą.

Pavyzdys:

Atviras klausimas: „*Prašau papasakoti apie tai, kas būtent Jums kelia nerimą...*“

Uždari klausimai yra tokie, į kuriuos galima atsakyti keliais žodžiais ar sakiniais. Jie pranašesni, kai pokalbį reikia nukreipti tam tikra linkme ir nustatyti kokį nors faktą. Tokiu atveju pagrindinė atsakomybė už pokalbį tenka konsultantui. Uždari klausimai prasideda žodžiais „kas“, „kur“, „kada“. Pavyzdžiui: „Kur Jūs gyvenate?“, „Jums kelia nerimą tai, kad Jūs..?“ arba „Kiek kartų per savaitę Jūs vartojate narkotines medžiagas?“

Uždari klausimai taip pat gali būti labai naudingi, tačiau, visą laiką reikia pereiti nuo vieno klausimų tipo prie kito, kad konsultacija nevirstų smulkmenų aiškinimusi. Tokiu atveju klientui nekyla noras geriau suprasti savo problemas.

Vis dėlto, kai tik įmanoma, bandykite uždarus klausimus performuluoti į atvirus, pavyzdžiui, užuot klausę „Ar pasikeitė narkotikų vartojimo dažnumas paskutiniu metu?“ paklauskite: „Kaip pasikeitė narkotikų vartojimo dažnumas paskutiniu metu?“

Atvirų klausimų uždavinėjimas padės Jums suprasti kliento požiūrį ir išaiškinti jo jausmus nagrinėjamo klausimo ar situacijos atžvilgiu. Atviri klausimai skatina klientą daugiau kalbėti negu klausyti, skatina pokalbio eigą ir neleidžia konsultantui daryti skubotų išvadų.

Pirmas atvirų klausimų žodis dažnai apsprendžia tam tikrus atsakymus. Pavyzdžiui, klausimai, kurie prasideda žodžiu „kas“, priverčia kalbėti apie faktus, „kaip“ – apie jausmus ar procesą, „kodėl“ – apie priežastis.

Klausimai, prasidedantys „kas dar“ skatina pokalbio eigą. Kartais prašymas apibūdinti pačias svarbiausias problemas (pavyzdžiui, „Kas Jums labiausiai kelia nerimą?“) padeda sustiprinti kliento motyvaciją.

Taigi svarbu atsiminti:

- Klausimai padeda pradėti interviu.
- Klausimai padeda detalizuoti ir praturtinti interviu.
- Klausimai padeda išsiaiškinti konkrečius kliento gyvenimo faktus.
- Klausimai vaidina lemiamą vaidmenį, visapusiškai vertinant problemą (reporterio schema).
- Pirmas kai kurių atvirų klausimų žodis dažnai apsprendžia kliento atsakymus.
- Klausimus galima uždavinėti, siekiant kontroliuoti komforto jausmą ir interviu tempą.

Pats klausimo iškėlimas jau gali būti vertingas. Tinkamu momentu ir teisingai pateiktas klausimas padeda klientui būti konkretesniai ir tikslesniai. Taigi, kai tai svarbu, formuluokite klausimus taip, kad padėtumėte klientui pateikti informaciją kaip įmanoma konkrečiau. Pavyzdžiui, kai pradėdate analizuoti kliento elgseną (narkotikų vartojimas) arba jo dienotvarkę (apie dienotvarkę plačiau žr. sk. „Kaip kalbėti apie elgsenos keitimą“ p. 62).

Konkretaus klausimo iškėlimo pavyzdys:

Klientas sako: Pabandykite išanalizuoti, kiek ir kada aš vartoju narkotikus, tik turėkite omenyje, kad mano atmintis yra prasta.

Ne klauskite: Pradėkime nuo praėjusio pirmadienio. Ar Jūs vartojote narkotikus pirmadienio ryte?

Geriau paklauskite: Pradėkime nuo praėjusio pirmadienio. Ar galėtumėte man pasakyti, kiek narkotikų Jūs suvartojote pirmadienio rytą, tarkime tarp 8 ir 13 valandos?

Galimos problemos, susijusios su klausinėjimu:

„*Bombardavimas*“. Didelis klausimų srautas daugumą klientų priverčia gintis ir parodo, kad situaciją kontroliuoja konsultantas, dėl to klientas

jaučiasi nepatogiai ir negali iki galo atsiverti. Visa tai trukdo kokybiškam konsultavimui.

Daug klausimų iš eilės. Klientas gali pasimesti, susipainioti savo pasakojime, jei konsultantas vienu metu užduoda keletą klausimų. Tai dar viena bombardavimo forma, tačiau kai kuriems klientams kartais ji gali būti naudinga.

Klausimai kaip tvirtinimai. Kai kurie konsultantai klausinėjimą gali taikyti kaip būdą įpiršti savo požiūrį. „Ką Jūs manote apie vizitą pas gydytoją užuot daręs tai, ką dabar darote?“ Ši klausimo forma, kaip ir daugelis klausimų, kartais gali būti naudinga. Naudingas patarimas – jei norite išsakyti savo nuomonę, nepateikite jos klausimo forma.

Kultūriniai skirtumai. Jei dirbate su kitokios nei Jūsų amžiaus grupės nariu, atkreipkite dėmesį į tai, kad neadekvatus klausinėjimas (tempo, klausimų kiekio, nuoširdumo ir konkretumo atžvilgiu) kartais sukelia kliento nepasitikėjimą konsultantu arba užsisklendimą savyje.

Klausimai, prasidedantys žodžiu „kodėl“. Vaikystėje mes dažnai girdėdavome panašų klausimą „Kodėl tu to nepadarei?“ (priekaištas). Klausimai, prasidedantys žodžiu „kodėl“, dažnai priverčia žmones gintis ir sukelia nepatogumo jausmą. Toks pat diskomfortas gali atsirasti, išskėlus bet kokį klausimą, jei mums susidaro įspūdis, kad mus tardo.

Klausimai ir kontrolė. Klausiantysis dažniausiai kontroliuoja pokalbio eigą. Šis žmogus apsprendžia, kas apie ką kalba, kada ir kokiomis aplinkybėmis vyks pokalbis. Kartais klausimai gali būti naudingi, norint sugrąžinti pokalbį „į vėžias“. Tačiau kartais klausimai uždavinėjami įkyriai, konsultanto, o ne kliento naudai.

Atspindintis (refleksinis) klausymas

Klausymas būna dviejų tipų.

Pasyvus – Jūs tyliai klausote, koncentruodamasis į tai, ką girdite, arba mąstote, nesirūpindamas, ar Jūsų pašnekovas supranta, jog Jūs atidžiai jo klausotės.

Atspindintis klausymas dar vadinamas refleksiniu arba aktyviu klausymu. Klausydamas pašnekovo, Jūs rodote savo dėmesį taip, kad pašnekovas mato ir supranta, jog Jūs iš tikrųjų jo dėmesingai klausote.

Atspindintis klausymas – vienas iš pagrindinių MI elementų. Socialinis darbuotojas, performuluodamas kliento pateiktos informacijos turinį, parodo, kad jį tiksliai išgirdo ir suprato. Tai reiškia, kad socialinis darbuotojas numano, ką klientas norėjo pasakyti, teigdamas, o ne klausdamas.

Klausydamas kliento, socialinis darbuotojas turi rodyti susidomėjimą. Įdėmiai klausykite, ką sako klientas, ir stenkitės suprasti, ką jis turi omenyje. Reikia pabrėžti svarbiausia. Kartais mums tik atrodo, kad teisingai suprato me pašnekovą, o iš tikrųjų jis gali turėti omenyje visai ką kita.

Taigi atspindintis klausymas leidžia socialiniam darbuotojui:

- parodyti klientui, kad jo tikrai klauso;
- pasitikrinti, ar sutampa jo supratimas su tuo, ką klientas turėjo omenyje;
- padėti sustiprinti kliento supratimą apie būtinumą keistis.

Žemiau pateiktas pavyzdys parodo, kaip vienos kliento problemos tyrimas atspindinčio klausymo dėka gali sudaryti palankias sąlygas klientui pradėti kalbėti ir apie kitas jį jaudinančias problemas.

Klientas: *Kartais aš jaudinuosi dėl to, kad vartoju labai daug narkotikų, daugiau negu reikia.*

Konsultantas: *Jūs pakankamai daug vartojate.*

Klientas: *Aš nemanau, kad tai jau taip daug. Aš galiu suvartoti didelę dozę ir net nepajusti.*

Konsultantas: *Daugiau, negu kiti.*

Klientas: *Taip, aš galiu suvartoti daugiau tablečių negu dauguma mano pažįstamų.*

Konsultantas: *Būtent tai Jums kelia nerimą?*

Klientas: *Na taip, būtent tai ir dar tai, kaip aš jaučiuosi. Kitą rytą aš dažniausiai blogai jaučiuosi. Aš jaučiu... (Miller & Rollnick, 1991, p. 77).*

Atspindėti tai, ką sako klientas, galima įvairiais „lygiais“, pradedant nuo pažodinio kartojimo, baigiant bandymu atspindėti kliento jausmus (slypinčius „tarp eilučių“).

Klientas: *Kartais mane kamuoja mintys apie prarastus metus. Ar aš galėsiu kada nors normaliai gyventi?*

Konsultantas: *Jums iš tikrųjų rūpi Jūsų ateitis. Tiesa? (Jausmų atspindėjimas.)*

Klientas: *Nežinau. Kartais aš iš tikrųjų noriu tai mesti, bet kas manęs laukia po to?*

Konsultantas: *Jūs turite labai daug abejonių, ar reikia nustoti vartoti heroiną. (Žodžių kartojimas.)*

Šis metodas (ir jo rūšys) gali būti plačiai taikomas. Pavyzdžiui, socialinis darbuotojas gali taikyti atspindintį klausimą, kad palaikytų pozityvias kliento idėjas arba pasakytos kalbos prieštaravimus. Svarbu atminti, kad tikras atspindintis klausymas reikalauja pastovaus kliento reakcijos sekimo (gestai, mimika, intonacija ir žodžiai).

Štai dar vienas socialinio darbuotojo ir kliento dialogo pavyzdys, kuris parodo veiksmingą atspindintį klausimą:

Socialinis darbuotojas: *Kas dar Jums kelia nerimą dėl Jūsų vartojimo?*

Klientas: *Na, aš nesu tikras, kas man iš viso rūpi, bet kartais aš savęs klausiu, ar ne per daug aš vartoju?*

S.D.: *Labai daug tam...*

Kl.: *Tam, kad nepakenčiau sau. Aš nesakau, kad tai jau labai rimta, bet kartais, kai ryte atsikeliu, jaučiuosi baisiai ir mintys painiojasi visą rytą.*

S.D.: *Tai trukdo Jums susikaupti.*

Kl.: *Taip, kartais man sunku atsiminti kai kuriuos įvykius.*

S.D.: *Ir Jūs susimąstote, ar tai nesujie su tuo, kad Jūs labai daug vartojate?*

Kl.: *Na, kartais aš tuo esu įsitikinęs.*

S.D.: *Jūs visiškai tuo įsitikinęs. Bet galbūt yra dar kas nors...*

Kl.: *Taip, kartais, net kai nevartuju narkotikų, aš kai ką painioju, ir tai man kelia nerimą.*

S.D.: *Kelia nerimą, kad...*

Kl.: *Turbūt tai, kad narkotikai nuodija mano smegenis.*

S.D.: *Jūs manote, kad taip gali atsitikti. Ir būtent Jums...*

Kl.: *Kaip čia nesusimąstysi, aš girdėjau, kad narkotikai žaloja smegenų ląsteles.*

S.D.: *Aš negaliu suprasti, kodėl Jums tai rūpi.*

Kl.: *Bet aš nelaikau savęs narkomanu ar kuo nors panašiu.*

S.D.: *Jūs manote, kad viskas ne taip jau blogai, bet klausiate savęs apie tai, kas gali atsitikti, Jūs labai daug vartojate ir taip kenkiate sau.*

Kl.: *Taip.*

S.D.: *Truputį gąsdinanti mintis. Kas dar Jums kelia nerimą?*

Atkreipkite dėmesį, kad taikydamas MI, socialinis darbuotojas praktiškai neužduoda klausimų, o tik kartais kliento pasakymų atkarpoms suteikia klausiamąją formą, jas kartodamas („Kelias nerimą, kad...“, „Labai daug tam...“).

Taigi atspindinčio klausymo esmė yra neklausti, kai galima pasakyti, atkartojant visą ar dalį kliento pasakymo.

Kl.: *Tam, kad nepakenčiau sau. Aš nesakau, kad tai jau labai rimta, bet kartais, kai ryte atsikeliu, jaučiuosi baisiai ir mintys painiojasi visą rytą.*

S.D.: *Tai trukdo Jums susikaupti.*

(Socialinis darbuotojas ne klausia, o konstatuoja tai, ką pasakė klientas, kartodamas jo mintį tolygiu tonu arba sakinio gale nuleisdamas intonaciją.)

V. Milleris ir S. Rollnickas (V. Miller, S. Rollnick, 1991) taip pat manė, kad atsiliepiamas, išreikštas teiginio, o ne klausimo forma, gali būti veiksmingesnis ir skatinti narkotikų vartotoją ieškoti galimo sprendimo.

Kaip formuluoti atspindinčius teiginius?

Beveik kiekvienas klausimas gali būti reformuluotas taip, kad jis taptų tvirtinimu.

Toks tvirtinimas yra tarsi bandomasis tvirtinimas, spėjimas, kurį konsultantas iškelia kaip teiginį, norėdamas paaiškinti, ar teisingai suprato klientą.

Ištariant teiginį balso intonacija leidžiasi, priešingai nei užduodant klausimą (intonacija pakeliama). Taigi atspindinčio klausymo frazės pradžia skamba kaip klausimas, bet jos pabaigoje intonacija leidžiasi, t.y. ši pusiau klausimą pusiau tvirtinimą. Jūs teigiate tarsi abejodami, ar teisingai supratote.

Taikant atspindinčio klausymo metodą, sakinius galima pradėti tokiais žodžiais:

- Vadinasi, Jūs manote, kad Jūs...
- Panašu, kad Jūs...
- Jums atrodo, kad Jūs...
- Vadinasi, Jūs...

Ką galima atspindėti klausymo metu, norint palaikyti pokalbį?

Galima kartoti keletą paskutinių kliento žodžių. Tai tinka tokiu atveju, jei matote, kad klientas daro per dideles pauzes pokalbio metu. Toks paskutinių pasakytų žodžių kartojimas gali padėti klientui tęsti pradėtą temą.

Klientas: *Aš niekada nepagalvočiau, kad man gali taip atsitikti. Aš tiesiog šokiruotas tokių įvykių ir, žinote, man dabar ne tas pats, kas manęs laukia. Nors dėl to turiu daug abejonių* (klientas susimąstė).

Socialinis darbuotojas (supratingai): *Dėl to Jūs turite daug abejonių.*

Jūs galite atspindėti pasirinktinai tik tuos kliento žodžius, kurie Jums pasirodė labai svarbūs, pavyzdžiui:

Klientas: *Aš niekada nepagalvočiau, kad man gali taip atsitikti. Aš tiesiog šokiruotas tokių įvykių ir, žinote, man dabar ne tas pats, kas manęs laukia. Nors dėl to turiu daug abejonių* (klientas susimąstė).

Socialinis darbuotojas: *Jums ne tas pats, kas Jūsų laukia.*

Atrankinį atspindėjimą galima taikyti, siekiant pakviesti klientą kalbėti tam tikra tema, ją plėtoti.

Pateikti pavyzdžiai – tai turinio atspindėjimo pavyzdžiai (paprastas ar atrankinis). Turinio atspindėjimas yra pažodinis kai kurių kliento minčių kartojimas.

Jūs galite atspindėti tai, ką sako klientas, truputį perfrazuodamas jo žodžius:

Klientas: *Aš niekada nepagalvočiau, kad man gali taip atsitikti. Aš tiesiog šokiruo-*

tas tokių įvykių ir, žinote, man dabar ne tas pats, kas bus su manimi. Nors dėl to turiu daug abejonių (klientas susimąstė).

Socialinis darbuotojas: *Jus sukrėtė tokie įvykiai ir Jums dabar ne tas pats, kas Jums atsitiks.*

Galite išanalizuoti kliento mintį ir pabandyti perteikti ją savais žodžiais, pavyzdžiui:

Klientas: *Aš niekada nepagalvočiau, kad tai gali man atsitikti. Aš tiesiog šokiruotas tokių įvykių ir, žinote, man dabar ne tas pats, kas manęs laukia. Nors dėl to turiu daug abejonių (klientas susimąstė).*

Kartojimas, perfravimas ir perpasakojimas leidžia klientui pajusti, kad jis yra girdimas ir suprantamas.

Socialinis darbuotojas: *Jūs sukrėstas dėl to, kas Jums atsitiko, ir rimtai susimąstėte, kad kažką reiktų keisti. Nors dėl to Jūs turite daug abejonių.*

Jūs galite atspindėti tuos jausmus, kurie, Jūsų manymu, slypi „tarp eilučių“.

Klientas: *Aš niekada nepagalvočiau, kad man gali taip atsitikti. Aš tiesiog šokiruotas tokių įvykių ir, žinote, man dabar ne tas pats, kas manęs laukia. Nors dėl to turiu daug abejonių (klientas susimąstė).*

Socialinis darbuotojas: *Atrodo, Jūs tikrai sukrėstas. Sukrėstas ir sutrikęs, abejojate, kaip pasielgti.*

Kartais, taikant atspindintį klausimą, leidžiama truputį perfrazuoti tai, ką pasakė klientas, kad suteiktumėme kliento pasakymui teigiamą reikšmę, pavyzdžiui, paskatintumėte jo pastangas:

Jausmų atspindėjimas parodo klientui, kad jis gerai suprantamas. Tai padeda jam atsiverti ir analizuoti opius klausimus.

Klientas: *Aš vartočiau narkotikus beveik visą savo gyvenimą, šeimoje nuolatiniai skandalai, aš visiems skolingas, esu teistas. Taigi šiandien ryte atsibudau ir pasakiau sau: „Laikas gydytis“, todėl aš čia. Ką Jūs patarsite man dabar daryti?*

Socialinis darbuotojas: *Panašu, kad Jūs ryžtingas žmogus. Jūs jau įvardijote vienas savo problemas ir ruošiatės kažką daryti!*

Arba:

Klientas: *Aš žinau, kad taip vadinama „terapija“ – paprastas smegenų plovimas, tokiais niekais Jūs manęs nepaimsite.*

Socialinis darbuotojas: *Panašu, kad Jūsų mąstymas yra labai kritiškas ir turite argumentų, kodėl nenorite keisti savo gyvenimo. Ar galėtumėte pasidalinti savo mintimis?*

Išvados

Darydamas išvadas, socialinis darbuotojas mintyse iškelia kliento pasakymo esmę ir pateikia ją klientui. „Išvados sustiprina pateiktos informacijos esmę, parodo, kad Jūs įdėmiai klausėte, ir paskatina klientą judėti į priekį.“ (V. Miller, S. Rollnick, 1991, p. 80). Išvados, jungiančios kliento teigiamus ir neigiamus jausmus, susijusius su narkotikų vartojimu, gali padėti klientui suprasti savo prieštaravimus. Išvados gali būti gera susitikimo su klientu pradžia ar pabaiga, jos gali tapti klientui natūralia atrama, pereinant nuo vienos pokalbio dalies prie kitos. Išvados gali padėti klientui pereiti nuo vienos pokyčių stadijos prie kitos.

Taigi išvadas galite daryti, siekdami:

- apibendrinti tai, ką pasakė klientas;
- sujungti įvairias temas ar kliento pasisakymo detales;
- apibendrinti pateiktą informaciją, prieš pereinant prie kitos temos arba atskirų tam tikros temos dalių nagrinėjimo.

Išvados dažniausiai prasideda įvadinėmis frazėmis: „Taigi...“, „Jei aš teisingai Jus supratau...“, „Aš norėčiau patikslinti – Jūs pasakėte...“, „Kitaip sakant...“, „Jei darytume išvadas iš to, ką Jūs pasakėte...“, „Taigi Jūs planuojate...“, „Jei aš neklystu, Jūs norėjote pasakyti...“.

Darydami išvadas galite pasirinkti, kokią informaciją pateikti, kokią sutrumpinti, o ką visai praleisti. Darydami išvadas paprašykite kliento Jus pataisyti, kad įsitikintumėte, jog viską teisingai supratote ir klientas neprieštaraus. Tai gali iššaukti papildomus komentarus ir pokalbio pratęsimą.

Taigi išvados padeda klientui suprasti savo reakcijas ir įvertinti savo patirtį, suteikia galimybę socialiniam darbuotojui ir klientui pastebėti, kas buvo praleista ar neteisingai suformuluota.

Skatinimas ir palaikymas

Nuoširdus kliento palaikymas lavina ir stiprina jo savarankiškumą ir pasitikėjimą savo jėgomis. Palaikydamas klientą, socialinis darbuotojas turi pripažinti sunkumus, kuriuos išgyveno klientas. Socialinis darbuotojas sako: „Aš girdžiu, aš suprantu“, jis parodo, kad gerbia kliento patirtį ir jausmus. Palaikymas padeda klientui pasitikėti savimi, sutelkti savo resursus, veikti ir siekti tikslo – keisti savo elgseną. Pabrėžiant kliento patirtį, atskleidžiančią jo stiprumą, sėkmingumą, galima padėti išvengti nusivylimų ir motyvacijos praradimo.

Štai keletas pavyzdžių, kaip socialinis darbuotojas gali skatinti ir palaikyti klientą:

- Aš suprantu, kaip Jums buvo sunku ateiti čia. Jūs daug padarėte.
- Manau, tai yra labai gerai, kad Jūs norite kažkaip spręsti šią problemą.
- Galbūt tai buvo Jums labai sunku.
- Jūs iš tikrųjų labai stiprus žmogus, jei sugebėjote taip ilgai gyventi su šia problema ir nepasiduoti.
- Tai geras pasiūlymas.

Jums turbūt labai sunku kiekvieną dieną išgyventi tokį stresą. Turiu pripažinti, jei aš būčiau Jūsų vietoje, man irgi būtų labai sunku.

Štai dialogo, kurio metu socialinis darbuotojas skatina ir palaiko, ištrauka:

Socialinis darbuotojas: *Kas pasikeitė nuo tada, kai Jūs pradėjote lankyti priklausomų nuo narkotikų savivalbos grupę?*

Klientas: *Aš supratau, kad daugelis jų turi panašių problemų, kaip ir aš. Dauguma jų nustodavo vartoti narkotikus ne vieną kartą. Aš visada galvoju, kad aš silpnas, jei negaliu nustoti vartoti.*

Socialinis darbuotojas: *Supratote, kad Jūs ne vienišas.*

Klientas: *Taip. Aš galėjau atviriau kalbėti apie savo nesėkmes.*

Socialinis darbuotojas: *Jūs galite būti atviresnis ir labiau pasitikėti žmonėmis.*

Klientas: *Taip. Grupėje susipažinau su žmonėmis, kurie nustoję vartoti ir jau kurį laiką susilaiko nuo narkotikų. Gal ir aš taip galėsiu?*

Socialinis darbuotojas: *Jų patirtis suteikia Jums vilties, kad Jūs irgi sugebėsite (arba: Jų patirtis rodo, kad galima susilaikyti).*

Klientas: *Tai suteikia man jėgų.*

Savęs raginimo skatinimas

Kliento įtraukimas į keitimosi procesą yra pagrindinis MI uždavinys. Socialinio darbuotojo užduotis pirmiausiai yra padėti klientui suprasti, kaip gali pagerėti gyvenimas ir kaip tai pasiekti, o vėliau – nustatyti problemą ir pasiūlyti jos sprendimo būdus.

Socialinis darbuotojas turi atminti, kad jo užduotis yra skatinti klientą išsakyti savo susirūpinimą ir mintis, o ne įtikinėti jį, kad keistis būtina. Sėkmingo MI atveju pats klientas, o ne socialinis darbuotojas argumentuos, kodėl pokyčiai būtini, ir įtikinės save, kad jis nori ir gali keistis. Savęs raginimas yra signalas, kad abejonės ir pasipriešinimas mažėja.

Galima išskirti keturis savęs raginimo tipus (V. Miller, S. Rollnick, 1991):

- Kliento pasakymai, rodantys, kad klientas suvokia problemą („Manau, kad padėtis yra rimtesnė, nei aš galvoju anksčiau.“)
- Kliento pasakymai, atspindintys kliento emocijas ir jausmus, susijusius su problemos rimtumo suvokimu („Aš iš tikrųjų esu susirūpinęs dėl to, kas su manimi vyksta.“)

Kliento pasakymai, atspindintys jo motyvaciją, turi stiprėti. Tai galima padaryti, supratingai reaguojant į tai, ką pasako klientas. Stenkitės pasirinkti ir pabrėžti tuos pasakymus, kuriais klientas išreiškia motyvaciją keistis. Taip Jūs paskatinsite klientą daugiau kalbėti.

- Kliento pasakymai, reiškiantys akivaizdų ar slaptą ketinimą keisti elgseną. („Aš turiu kažką daryti.“)
- Kliento pasakymai, reiškiantys optimizmą dėl sugebėjimo keistis („Aš žinau, jei aš pabandysiu, aš tikrai sugebėsiu tai padaryti.“)

Skatinant kliento pasakymus, nukreiptus į savęs raginimą, galima uždavinėti klausimus.

Toliau pateikiami klausimų, kuriuos socialinis darbuotojas gali užduoti, norėdamas paskatinti klientą raginti save keistis, pavyzdžiai.

Klausimai, skatinantys klientą išsakyti savo mintis, suvokus problemos egzistavimą:

Kas priverčia Jus galvoti, kad tai yra problema?

Kokie sunkumai Jums iškyla dėl narkotikų vartojimo?

Kaip Jūs manote, kaip narkotikų vartojimas galėjo pakenkti Jums ir kitiems žmonėms?

Ar kada nors narkotikų vartojimas Jums trukdė daryti tai, ką Jūs norėjote?

Klausimai, skatinantys klientą išsakyti savo susirūpinimą dėl suvoktos problemos:

Ką, Jūsų nuomone, galima būtų vertinti kaip priežastį susirūpinti, vartojant narkotikus?

Kas Jums kelia nerimą dėl narkotikų vartojimo? Kaip Jūs galvojate, kas Jums gali atsitikti?

Ką Jūs manote apie narkotikų vartojimą?

Kiek tai Jums rūpi?

Kas, Jūsų nuomone, atsitiks, jei Jūs nieko nepakeisite?

Klausimai, skatinantys klientą kalbėti apie ketinimus keisti elgseną:

Tai, kad Jūs čia atėjote, reiškia, kad Jūs iš dalies esate pasiruošęs kažką daryti. Dėl kokių priežasčių verta kažką keisti?

Kodėl Jūs manote, kad Jums reikia keistis?

Jei Jums seksis ir viskas vyks taip, kaip Jūs norite, kas pasikeis?

Kas rodo, kad Jūs galite ir toliau vartoti narkotikus?

O kas rodo, kad laikas kažką keisti?

Ką Jūs dabar manote apie narkotikų vartojimą?

Kokia pasikeitimų nauda?

Klausimai, skatinantys klientą kalbėti optimistiškai apie pokyčius:
Kodėl Jūs esate įsitikinęs, kad apsisprendęs pasikeisti, Jūs galėsite tai pasiekti?
Kodėl Jūs manote, kad galėsite ką nors pakeisti, jei to panorėsite?
Kas, Jūsų nuomone, padės Jums įgyvendinti Jūsų sprendimą keistis?

Socialinis darbuotojas gali naudoti ir anksčiau išvardytus metodus: atspindintį klausymą, linkčiojimą galva, palankią veido išraišką ir sakinius, reiškinčius skatinimą ir palaikymą.

Skatinkite klientą ir toliau tirti galimybes keistis. Paprašykite patikslinti, pateikti pavyzdį arba papasakoti plačiau apie kitas susirūpinimo priežastis.

Kaip sudaryti palankias sąlygas pokyčiams, nesukeliant pasipriešinimo?

MI didelis dėmesys skiriamas priežasčių, kurios atitraukia kliento dėmesį nuo problemų, susijusių su narkotikų, alkoholio vartojimu ar kitu probleminiu elgesiu, mažinimui.

Yra daug priežasčių, dėl kurių žmogus gali mieliau pasirinkti tęsti vartoti narkotikus, pavyzdžiui, beviltiškumas, nepakankamas pasitikėjimas savimi, nepakankamas savarankiškumas, pasitenkinimas kai kuriais išgyvenimais, susijusiais su probleminiu elgesiu ir t.t. Pokyčių baimė gali priversti klientą priešintis jiems. Tai pasireišk darbu su socialiniu darbuotoju metu.

Pasipriešinimo ženklai gali būti tokie: klientas pradeda pertraukinėti Jus, ignoruoti, ginčytis, neigti, kalbėti apie nereikšmingus dalykus, svajoti, prisiminti ką nors, kalbėti pats su savimi ir t.t. Jei pastebite tokį pašnekovo elgesį, Jums verta apsvarstyti savo veiksmus, planus ir numatomus rezultatus. Galbūt Jūs pradėjote įgyvendinti pokyčių planą, neįvertinęs, kaip reikėjo, pašnekovo pasiruošimo. Jei taip, būtent tai ir privertėte klientą ginčytis, pertraukinėti ir ignoruoti Jūsų argumentus. Pasipriešinimas – tai požymis, rodantis, kad klientas nejaučia, jog jis yra girdimas, gerbiamas ir suprantamas. O galbūt jis dar nėra pasiruošęs keisti savo elgseną.

Taigi norint sumažinti kliento pasipriešinimą, reikia atsiminti, kad:

- ginčai ir įtikinėjimai nėra produktyvūs;
- bandymai pasiekti savo tikslą sukelia pasipriešinimą;
- pasipriešinimas – signalas, kad reikia keisti metodą;
- negalima kabinti etikečių ir siūlyti receptų.

Kaip reaguoti į pasipriešinimą?

Aprašydami darbo metodus, padedančius vengti ginčų su klientu, V. Milleris ir S. Rollnickas (V. Miller, S. Rollnick, 1991) naudoja terminą „nesipriešinimas pasipriešinimui“. Pasipriešinimas – tai ženklas, kad klientas tikriausiai supranta problemą kitaip. Tokiu atveju socialinio darbuotojo užduotis – atsižvelgti į kliento požiūrį, o ne atmesti jį. Taip pat tai signalas, kad reikėtų keisti pokalbio kryptį, pobūdį arba klausyti įdėmiau.

Neveiksmingo reagavimo į pasipriešinimą pavyzdys:

Socialinis darbuotojas: *Ar Jūs galvojate apie tai, kad po tokio ilgo narkotikų vartojimo periodo Jums reikėtų atlikti testą ŽIV nustatyti?*

Klientas: *Kam man to reikia? Mažiau žinai – ramiau gyvenai.*

Socialinis darbuotojas: *O Jūs pagalvokite. Žinodamas savo padėtį, galėsite atsakingiau žiūrėti į save.*

Klientas: *Jei aš užkrėstas, kam man tas Jūsų atsakingas požiūris?*

Socialinis darbuotojas: *Pagalvokite apie savo artimuosius.*

Klientas: *Jiems tas pats. Jie seniai numojo ranka į mane.*

Socialinis darbuotojas: *Jie visi turbūt pavargo kovoti su Jūsų problema.*

Klientas: *Todėl jiems bus geriau, jei aš mirsiu. Neisiu aš atlikti jokių testų nustatyti ŽIV – to niekam nereikia.*

Veiksmingo reagavimo į pasipriešinimą pavyzdys, kai socialinis darbuotojas atpažįsta pasipriešinimą ir seka jį, nesukeldamas ginčų ir prieštaravimų.

Klientas: *Aš neisiu atlikti tyrimų ŽIV nustatyti. Ką tai man duos?*

Socialinis darbuotojas: *Jūs nematote tyrimo naudos Jūsų būsimam gyvenimui, todėl neatliekate tyrimų.*

Klientas: *Visi mano pažįstami, kurie sužinojo, kad yra užkrėsti, dabar nieko neturi, išskyrus problemas. Gydytoji jiems neskiria, artimieji jų vengia, visą laiką bijo. Jie kaip vieniši vilkai, niekas jų nepalaiko.*

Socialinis darbuotojas: *Jie patys priversti kovoti su savo problemomis.*

Klientas: *Taip. Aš bijau, kad liksiu vienas su savo problemomis.*

Socialinis darbuotojas: *Jums bailsu likti vienui.*

Klientas: *Taip. Aš nebijau tyrimo. Aš tiesiog nežinau, ką darysiu, jei jo atsakymas bus teigiamas. Jei mane kas nors palaikytų, galbūt ir pasiryžčiau.*

Reagavimo į pasipriešinimą metodai dažniausiai remiasi atspindinčiu klausymu. Pavyzdžiui, įsivaizduokite, kad klientas sako:

„Nesuprantu, kas blogo tame, kad aš vartuju narkotikus? Visi mano draugai vartoja ne mažiau už mane!“

Taikydamas kai kuriuos V. Millerio ir S. Rollnicko aprašytus metodus (V. Miller, S. Rollnick, 1991), socialinis darbuotojas gali reaguoti į šį teiginį taip:

Pripažinti kliento pasipriešinimą. Pavyzdžiui: „Jūs negalite suprasti, dėl ko Jums kyla problemos, tuo tarpu Jūsų draugai greičiausiai jokių problemų neturi“ (paprastas atspindėjimas).

Atsakyti klientui, sustiprindamas pasakymą, kad atskleistumėte kitą šio pasakymo pusę. Reikia tik lengvai pabrėžti pagrindinius žodžius, bet vengti sarkazmo. Pavyzdžiui: „Jei Jūsų draugams nekyla jokių problemų dėl narkotikų vartojimo, tai ir Jums nereikia nerimauti“ (sustiprintas atspindėjimas).

Konsultantas išklauso klientą ir pats formuluoja kitą kliento minčių dvilypumo pusę. Jis naudoja tai, ką pasakė klientas: „Man atrodo, kad Jums iš tikrųjų labai sunku viską išsiaiškinti. Iš vienos pusės – Jūs atėjote čia, nes nerimaujate dėl to, kad vartojate narkotikus. Bet iš kitos pusės Jūs, atrodo, vartojate narkotikus ne daugiau nei Jūsų draugai“ (dvipusis atspindėjimas).

V. Milleris ir jo kolegos aprašė ir pasiūlė mažiausiai septynis adekvatus reagavimo į kliento pasipriešinimą būdus (V. Miller, S. Rollnick, 1991; V. Miller et al., 1992).

Paprastas atspindėjimas

Pats paprasčiausias reagavimo į pasipriešinimą būdas yra neutralus kliento pasakymo kartojimas.

Paprastas atspindėjimas parodo pripažinimą ir pritarimą tam, ką pasakė klientas, ir tuo pačiu toleruoja priešingą atsakymą.

Kl.: *Aš neplanuoju liautis vartoti narkotikus artimiausiu metu.*

S.D.: *Jūs manote, kad dabar Jums bus nenaudinga atsisakyti narkotikų.*

Sustiprintas atspindėjimas

Dar vienas reagavimo būdas – perdėtas kliento pasakymo atspindėjimas, bet nenaudojant sarkazmo. Toks būdas gali skatinti teigiamus pokyčius, nesukeldamas pasipriešinimo.

Kl.: *Aš nesuprantu, kodėl mano žmona dėl to taip jaudinasi. Aš vartoju ne daugiau, nei bet kas iš mano pažįstamų.*

S.D.: *Ir Jūsų žmona jaudinasi be reikalo.*

Dvipusis atspindėjimas

Dvipusis atspindėjimas – tai pritarimas kliento pasakymams ir tuo pačiu priešingų jo paties minčių pabrėžimas. Tam tikslui Jums reikės prisiminti informaciją, kurią klientas Jums pateikė anksčiau, nebūtinai per šį susitikimą.

Kl.: *Aš žinau, kad Jūs norite, jog aš liaučiausi vartojęs narkotikus, bet aš nesiruošiu to daryti!*

S.D.: *Jūs suprantate, kad jau iškilo kai kurios rimtos problemos, bet Jūs nesiruošiate dabar pat liautis vartojęs.*

Dėmesio nukreipimas

Socialinis darbuotojas gali sumažinti kliento pasipriešinimą, pakreipdamas pokalbį kita linkme – vengdamas diskutuoti apie kliūtis, kurias klientas mato. Šis būdas suteikia galimybę palaikyti kliento pasirinkimą, kaip jam organizuoti savo gyvenimą.

Kl.: *Aš negaliu mesti rūkyti žolę, kai visi mano draugai rūko.*

S.D.: *Jūs skubate. Mes dabar aptarinėjame Jūsų nerimą dėl to, ar Jūs galėsite įstoti į aukštąjį mokyklą. Kol kas nesprendžiame, kaip marihuanos rūkymas dera su Jūsų gyvenimo tikslais.*

Pritarimas nukreipiant dėmesį

Konsultantas gali pritarii klientui, subtiliai keisdamas pagrindinius pokalbio akcentus. Tai suteikia galimybę skatinti aptarimą.

Kl.: *Ko Jūs ir mano žmona prisikabinote prie to narkotikų vartojimo? O kaip jos pačios problemos? Jūs irgi pradėtumėte vartoti, jei Jūsų šeima nuolat jus nervintų savo verkšlenimu.*

S.D.: *Jūs dabar pabrėžėte labai svarbų dalyką. Galbūt ši problema kilo ne tik dėl žmogaus, kuris vartoja narkotikus. Aš visiškai su Jumis sutinku, kad negalime dėl visko kaltinti vieno asmens. Narkotikų vartojimo problema – tai visos šeimos problema.*

Perfrazavimas

Ši strategija tinka tais atvejais, kai klientas neigia problemų egzistavimą. Perfrazavimas – tai teigiamas kliento neigiamai pateiktos informacijos paaiškinimas. Socialinis darbuotojas sutinka su tuo, ką sako klientas ir tuo pat metu atkreipia jo dėmesį į kitas jo pasakymo prasmes arba pateikia tokią interpretaciją, kuri galėtų palaikyti kliento pastangas pakeisti savo gyvenimą.

Kl.: *Mano vyras nuolat kaltina mane, kad aš vartuju narkotikus, vis vadina mane narkomane. Tai mane siutina.*

S.D.: *Atrodo, kad jis tikrai rūpinasi Jumis, nors kalbėdamas apie tai Jus erzina. Galbūt Jūs galėtumėte jį pamokyti rodyti savo dėmesį ir susirūpinimą kitokiais, Jums priimtinais būdais.*

Netikėtas perėjimas į pašnekovo pusę

Dar viena reagavimo į kliento pasipriešinimą strategija – pereiti į pašnekovo pusę. Socialinis darbuotojas taikydamas sustiprinto atspindėjimo metodą naudoja kliento pasakymus, susijusius su pasipriešinimu pokyčiams. Jei klientas dvejoja (t.y. nagrinėja įvairius pasikeitimų aspektus), o konsultantas reaguoja neigiamai, tai skatina klientą pasakyti: „Taip, bet...“ – ir pačiam pateikti kitą, teigiamą pasikeitimų pusę. Bet socialiniam darbuotojui reikia būti labai atsargiam, taikant šį metodą pradinuose konsultavimo etapuose ir konsultuojant savimi nepasitikinčius arba blogai nusiteikusius klientus.

Kl.: *Taip, aš žinau, kad kai kurie žmonės mano, jog aš per dažnai vartoju narkotikus ir gadinu savo sveikatą, bet nesutinku, kad aš narkomanas ir kad man reikia gydytis.*

S.D.: *Mes jau pakankamai ilgai nagrinėjame, kokį malonumą Jūs patiriate vartodamas narkotikus. Visgi aš nemanau, kad mes pasiruošę arba norime keisti Jūsų įpročius. Galbūt Jums pasikeisti bus labai sunku, ypač, jei Jūs norite palikti viską taip, kaip yra. Aš nesu tikras, kad Jūs tikite tuo, kad galėsite pasikeisti, net jei to norėtumėte.*

Taigi darbas su pasipriešinimu gali leisti pasiekti teigiamų rezultatų. Tinkamo reagavimo dėka galima pakeisti kliento suvokimą apie esamą padėtį.

Žemiau pateikiama daugiau reagavimo į pasipriešinimą pavyzdžių. Socialinis darbuotojas pasako ką nors, kas sukelia kliento pasipriešinimą. Socialinio darbuotojo atsakymo variantai galėtų būti tokie:

I atvejis

Socialinis darbuotojas: *Atrodo, Jūs turite tam tikrų problemų, susijusių su narkotikų vartojimu. Ką Jūs planuojate daryti toliau?*

Klientas: *Kaip norit, aš nesiliausiu vartojęs. Aš ne narkomanas!*

Socialinio darbuotojo reakcijos variantai:

- Gerai, Jūs ne narkomanas ir nenorite liautis vartojęs. Pakalbėkime apie tai, kokie nepatogumai Jums kyla dėl narkotikų vartojimo. (Pritarimas nukreipiant dėmesį).
- Taip, žinoma, Jūs ne narkomanas, ir Jums tikrai nebūtina liautis vartojus narkotikus. (Netikėtas perėjimas į pašnekovo pusę.)
- Taip, žinoma, Jūs ne narkomanas ir tuo labiau nenorite liautis vartojus narkotikus. (Pauzė.) O kas Jums kelia nerimą? (Netikėtas perėjimas į pašnekovo pusę.)
- Jūs sakote, kad nemesite. Panašu, kad Jūs apie tai jau galvojote anksčiau ir turite kažkokių minčių. Ar galėtumėte jomis pasidalinti? (Atspindėjimas, pritarimas nukreipiant dėmesį.)
- Aš supratau, Jūs nesiruošiate liautis vartojęs narkotikus ir nelaikote savęs narkomanu. (Sustiprintas atspindėjimas.)

- Tai Jūsų sprendimas – liautis ar nesiliauti vartoti. Tai Jūsų gyvenimas. Jei norite, mes galėtume pakalbėti apie tai, kas Jūsų netenkina šioje situacijoje. (Pasirinkimo laisvės/kontrolės pabrėžimas.)

2 atvejis

Socialinis darbuotojas: *Ar Jūs galvojote apie savo santykius, gal reikėtų pabandyti ką nors keisti?*

Klientas: *Man atrodo, čia jau niekas nepadės. Man atrodo, jau per vėlu...*

Socialinio darbuotojo reakcijos variantai:

- Jūs jau taip ilgai apie tai galvojote, kad net nusivylėte galimybe ką nors pakeisti. Tačiau Jūs dabar apie tai kalbate su manimi. Galbūt dar anksti nutraukti šį pokalbį? Jei ši problema Jus taip jaudina, gal papasakosite man apie tai? (Dvipusis atspindėjimas.)
- Jums spręsti, ką toliau daryti šioje situacijoje. Jei reikia, aš esu pasiruošęs Jus išklausti. (Pasirinkimo laisvės/kontrolės pabrėžimas.)
- Niekas nepadės... Gal paaiškinkite, ką Jums tai reiškia. (Paprastas atspindėjimas, dėmesio nukreipimas.)
- Atrodo, jau per vėlu... Papasakokite, kaip Jūs prijotė prie tokios išvados? (Paprastas pasakymo atspindėjimas ir pokalbio nukreipimas į bendrą pašnekovo samprotavimų analizę.)

3 atvejis

Socialinis darbuotojas: *Kas Jums kelia nerimą dėl to, kad Jūs vartojate narkotikus?*

Klientas: *Tai smulkmena. Aš „neužsėsiu ant adatos“, man patinka „kaifuoti“.*

Socialinio darbuotojo pokalbio tęsimo variantai:

- Atrodo, Jūs neturite jokių problemų: Jūs įsitikinęs, kad niekada „neužsėsite ant adatos“, dabar Jums patinka „kaifuoti“. Skamba taip, lyg Jūs bandytumėte save kuo nors įtikinti. (Netikėtas perėjimas į pašnekovo pusę, sustiprintas jausmų atspindėjimas.)
- Sutinku, viskas priklauso tik nuo Jūsų. Ką planuojate daryti toliau? (Pritarimas nukreipiant dėmesį, pasirinkimo laisvės/kontrolės pabrėžimas.)
- Žinoma, kam ką nors keisti, jei Jums taip patinka „kaifuoti“. Papasakokite apie savo gyvenimą apskritai. Kaip dažnai Jums tenka gyventi be pinigų (dozės, maisto, darbo ir t.t.)? (Netikėtas perėjimas į pašnekovo pusę, pritarimas nukreipiant dėmesį, temos pakeitimas.)
- Atleiskite, kad paklausiau... Kas pasikeitė Jūsų gyvenime pastaruoju metu? (Atsiprašymas, pokalbio nukreipimas į mažiau opių klausimų aptarimą.)

4 atvejis

Socialinis darbuotojas: Matau, Jums nelengva.

Klientas: Iš kur Jums žinoti, Jūs niekada to nepatyrėte.

Socialinio darbuotojo reakcijos variantai:

- Atleiskite, galbūt Jūs teisus – aš tik bandau Jus suprasti. (Atsiprašymas, pritarimas nukreipiant dėmesį.)
- Žinoma, aš tik stengiuosi suprasti. Man nepavyks, jei Jūs man nepadėsite. Tada galbūt ir aš galėsiu Jums padėti. (Pritarimas nukreipiant dėmesį, kontrolės pabrėžimas.)
- Žinoma, kiekvienam sunku suprasti tai, ko nesi patyręs. Manau, Jums irgi būtų nelengva mano vietoje. Papasakokite man, kad aš galėčiau geriau suprasti, kas vyksta. Jums gerai sekasi analizuoti šią problemą. (Perfrazavimas, pritarimas nukreipiant dėmesį.)
- Taip, man sunku suprasti, ką Jūs patyrėte. Mes tiesiog kartu bandome tai išanalizuoti. (Pritarimas nukreipiant dėmesį, perfrazavimas, dėmesio nukreipimas.)

Jei susiduriate su kliento pasipriešinimu:

- Taikykite atspindintį klausimą, paprastą, sustiprintą ar dvipusį atspindėjimą.
- Nukreipkite pokalbį: grįžkite prie tos temos, kurią aptarinėdami Jūs jau tėtės tvirtai, o klientas elgėsi ramiai.
- Pabrėžkite pasirinkimo laisvę – sprendžia klientas, o Jūs tik padedate jam analizuoti.
- Atsiprašykite: pripažinkite, kad padarėte klaidą, pradėjęs nagrinėti šią temą, ir dėl to apgailėstaujate.
- Perfrazuokite pasakymus: pateikite kitą kliento pasakymų reikšmę.
- Pritarkite, bet nukreipkite dėmesį.
- Netikėtai pereikite į priešingą poziciją: ginkite nuomonę, kad keistis nereikia.

Kaip kalbėti apie elgsenos keitimą?

Socialinio darbuotojo ir kliento pokalbio, nukreipto į elgsenos keitimą, uždaviniai gali būti:

- užmegzti ryšį;
- kartu nustatyti teigiamas ir neigiamas esamos padėties puses;
- sustiprinti tikėjimą galimybe pasikeisti;
- aptarti ketinimus/planus keistis.

Rinkitės, kaip ir apie ką tęsti pokalbį, atsižvelgdami į tai, ar klientas yra pasiruošęs kalbėti apie pasikeitimus ir apskritai apie savo problemas. Pačioje pradžioje reikėtų nustatyti, kokią keitimo stadiją yra pasiekęs klientas (žr. sk. „Elgsenos keitimo procesas“ p. 11).

Toliau pateikiamas MI metodo strategijų taikymo konsultavimo metu rinkinys, susidedantis iš aštuonių dalių. Atsižvelgiant į laiko išteklius ir į kliento pasiruošimą kalbėti apie savo problemas, vienu metu galima taikyti kelias strategijas. Socialiniam darbuotojui reikia pereiti nuo vienos strategijos prie kitos, priklausomai nuo to, kaip keičiasi kliento pasiruošimas keistis.

Nagrinėjant strategiją, klausimai arba frazės taikomi kaip pavyzdžiai, kurie galėtų iškilti socialinio darbuotojo ir kliento pokalbio metu dėl elgsenos, susijusios su narkotikų vartojimu, keitimo (vartojimo atsisakymo). Šias strategijas Jūs taip pat galite taikyti siekdami aptarti su klientu perėjimą prie mažiau pavojingo narkotikų vartojimo (dalyvavimą švirkštų keitimo programoje), saugių lytinių santykių klausimus (pavyzdžiui, prezervatyvų naudojimo lytinių santykių metu naudą) ar ŽIV tyrimo naudą ir svarbą klientui.

MI strategijos, taikytinos konsultuojant.

1. Įvadinė strategija: pakalbėkite su klientu apie jo gyvenimo būdą, patiriamą stresą, problemas, narkotikų vartojimą.
2. Įvadinė strategija: pakalbėkite apie sveikatą ir narkotikų vartojimą, apie socialinę padėtį ir narkotikų vartojimą,... (darbą ir t.t.) ir narkotikų vartojimą.
3. Kartu su klientu apžvelkite jo įprastą dieną (minutėmis, pradėdami nuo ankstauro ryto).
4. Aptarkite narkotikų vartojimo privalumus ir trūkumus.
5. Pateikite informacijos, kuri ateityje galėtų padėti priimant sprendimą.
6. Aptarkite ateitį (atkurkite planus, svajones ir norus) ir dabartį (kasdieninį gyvenimą ir narkotikų vartojimą). Šiuos du dalykus sugretinkite taip, kad kiltų noras apmąstyti.

7. Išanalizuokite rūpesčius ir problemas, susijusias su elgsenos keitimu.
8. Palaikykite klientą, jam priimant savarankišką sprendimą.

Žemiau pateikiami išsamesni šių strategijų aprašymai.

Jeigu ketinate organizuoti pokalbį, taikydami šias MI strategijas, atminkite, kad toks interviu užima vidutiniškai nuo 40 minučių iki 2 valandų. Gerai, jei Jūs ir klientas turite pakankamai laiko tokio pobūdžio pokalbiui. Bet ką daryti, jei laiko nėra?

MI metodo konsultaciją sudaro vienas po kito einantys etapai. Kiekvienas etapas (vienos strategijos taikymas) gali tęstis nuo 5 iki 15 minučių. Žinoma, patartina, kad visi minėti etapai būtų aprėpti vienos konsultacijos metu. Vis dėlto konsultaciją galima padalinti į kelias nedideles dalis ir interviu užbaigti per kelis susitikimus su klientu. Svarbu, kad kiekvienas susitikimas, konsultacijos dalis, turėtų aiškią loginę pabaigą. Šiam tikslui kiekvienos dalies pabaigoje reikia daryti išvadas (žr. sk. „MI „irkilai“ arba kaip pasiekti tikslą: MI metodai ir technikos, p. 44). Atminkite, kad konsultacijos dalinimas į dalis įmanomas tik tuo atveju, jei Jūs esate įsitikinęs, jog klientas ateis kitą kartą. Jei savo klientą pažįstate gerai, pasistenkite paskirti susitikimą tokio metu, kai abu turėsite pakankamai laiko (1-2 valandas). Jeigu tik pradėjote dirbti su klientu, neskubėkite taikyti MI, geriau pasistenkite užmegzti tarpusavio ryšį ir pasitikėjimą.

Taigi, jei užmezgėte ryšį su klientu ir turite pakankamai laiko, galima pradėti darbą. Atminkite, kad pereinant nuo vienos strategijos prie kitos, reikalingas vis didesnis kliento pasiruošimas pokyčiams aptarti. Įvadinės strategijos gali būti taikomos dirbant beveik su visais klientais, likusios – tik tiems klientams, kurie jau beveik yra pasiruošę priimti sprendimą keistis. 1 ir 2 strategijos – įvadinės. 3 ir 4 strategijos padeda stiprinti, vystyti konsultanto ir kliento tarpusavio pasitikėjimą ir suprasti kliento gyvenimo aplinkybes. Toliau orientuojamasi pagal situaciją: jei klientas susirūpinęs savo elgsena, galima pereiti prie 7 ir 8 strategijų. Jei panašu, kad klientui nerūpi jo elgsena, reikia taikyti 5 ir 6 strategijas.

I strategija. Įvadinė: pakalbėkite su klientu apie jo gyvenimo būdą, patiriamą stresą, problemas ir narkotikų vartojimą

Aptarkite kliento gyvenimo būdą, patiriamą stresą ir problemas, paminėkite narkotikų vartojimo temą. Geriausia tai daryti, užduodant atvirą klausimą: „Koks yra narkotikų vaidmuo Jūsų gyvenime?“

2 strategija. Įvadinė: pakalbėkite apie sveikatą ir narkotikų vartojimą, apie socialinę padėtį ir narkotikų vartojimą, ... (darbą ir kt.) ir narkotikų vartojimą

Ši strategija ypač svarbi, jei matote, kad narkotikų vartojimas arba kitoks elgesys kelia klientui problemų. Pakalbėję apie sveikatą, šeimą, darbą, poilsį arba pomėgius (priklausomai nuo to, kas tam tikroje situacijoje bus tinkamiausia ir apie ką klientas mieliau kalbės), užduokite paprastą atvirą klausimą, pavyzdžiui: „Koks narkotikų vaidmuo Jūsų kasdieniniame gyvenime?“ arba „Kokią įtaką narkotikų vartojimas daro Jūsų sveikatai?“, arba „Kaip narkotikų vartojimas paveikia Jūsų poilsį (darbą, santykius šeimoje ir t.t.)?“

3 strategija. Kartu su klientu apžvelkite jo įprastą dieną (minutėmis, pradėdami nuo ankstaus ryto)

Klientas turi pasirinkti vieną iš jo gyvenimo dienų arba savaitės. Socialinis darbuotojas formuluoja sakinį: „Įdomu būtų panagrinėti šią dieną (šią savaitę ir t.t.). Mes galime skirti 5-10 minučių šiai dienai (savaitei) apibūdinti nuo pradžių iki galo. Kas vyko, ką Jūs jautėte, koks buvo narkotikų vartojimo vaidmuo? Pradėkime nuo pat pradžių.“

Šios strategijos uždavinys – vystyti ir stiprinti tarpusavio pasitikėjimą, padėti klientui išsamiai papasakoti apie dabartinę elgseną, vengiant tokių žodžių: „problemos“, „nenormalu“, „taip negalima“. Ši strategija taip pat padeda įvertinti kliento pasiruošimą keistis. Todėl pokalbio metu svarbu rinkti informaciją, reikalingą tokiam vertinimui. Klausinėkite klientą apie dienos įvykius, analizės metu kartu su klientu sutelkite dėmesį į elgseną ir jausmus (taikydami jausmų atspindėjimą). Pagrindinė Jūsų užduotis šiame etape yra uždavinėti paprastus ir atvirus klausimus, skatinančius klientą analizuoti tai, kas pasakyta. Ypatingas dėmesys skirtinas kliento žodžiams, atskleidžiantiems jo nuomonę apie dabartinį gyvenimą (pavyzdžiui, „nusibodo, kiekvieną dieną tas pats“ arba „diena kaip diena, nieko ypatingo, viskas kaip visada, viskas normalu“).

Nagrinėjant įprastinės dienos įvykius, svarbu, kad socialinis darbuotojas palaikytų tinkamą pokalbio tempą. Pagreitinkite pokalbio tempą, pavyzdžiui, užduodami naujus klausimus, jei svarstymas vyksta lėtai ir klientas kreipia dėmesį į smulkmenas, nereikšmingas detales. Sugrįžkite prie anksčiau nagrinėtų klausimų ir temų, jei jie buvo apžvelgti paskubomis, neskiriant pakankamai dėmesio. Jei šiame etape paaiškėja, kad klientas yra nepasiruošęs nagrinėti kai kuriuos klausimus, įvertinkite tai ir sugrįžkite prie šių klausimų šiek tiek vėliau. Įprastos dienos apžvalga padeda klientui išspręsti svarbų klausimą – koks ryšys tarp narkotikų vartojimo ir to, kas vyksta jo gyvenime.

Kadangi šios strategijos metu konsultantas visai nekalba apie problemas arba rūpesčius, kylančius dėl narkotikų vartojimo, ši strategija ypač naudinga

tiems, kurie, dar nepasiruošę galvoti apie pasikeitimus ir nori toliau vartoti narkotikus. Ši strategija gali būti taikoma ir pažengusiems klientams, nes ji padeda suprasti probleminės elgsenos priežastis ir aplinkybes, surinkti informaciją, reikalingą kliento pasiruošimui keistis įvertinti.

4 strategija. Aptarkite narkotikų vartojimo privalumus ir trūkumus

Ši strategija padeda gauti informacijos, sustiprinti patikimus santykius ir įvertinti pasiruošimą keistis. Būkite atidus: šioje stadijoje, artėjant prie abejonų ir susirūpinimų, susijusių su narkotikų vartojimu, ypač svarbu vengti tokių žodžių: „problema“, „susirūpinimas“, „reikia kažką daryti“.

Iš pradžių paklauskite kliento, ką jis įvertina kaip teigiamas narkotikų vartojimo savybes, pavyzdžiui:

„Ką gero Jums suteikia narkotikų vartojimas? O ką dar? O dar?“

„Kas Jums patinka, vartojant narkotikus?“

„Žmonės dažniausiai vartoja narkotikus, nes jie kažkaip padeda. O kaip Jums jie padeda? Kaip dar?“

„Kas Jums patinka narkotikų vartojimo poveikyje? O kas dar?“

„Ką Jūs prarastumėte, jei nevartotumėte narkotikų? Ką dar?“

Parodykite klientui, kad jį palaikote, analizuodami jo gyvenimą, pavyzdžiui:

„Jūs daug žinote apie narkotikus ir turbūt galite daug apie tai papasakoti...“

„Atrodo, Jūs suprantate, kas vyksta Jūsų gyvenime... Tai tiesa?“

„Ar anksčiau bandėte sugretinti narkotikų vartojimą su savo gyvenimu?“

Tokių pasakymų dėka pastiprinsite kliento pasiruošimą tęsti pokalbį apie narkotikus ir savo gyvenimą.

Pateikite galutines išvadas, pavyzdžiui: „Taigi Jūs sakote, kad narkotikų vartojimas suteikia Jums...“

Paklauskite kliento, ką jis įvertina kaip neigiamas narkotikų vartojimo savybes, pavyzdžiui:

„Kas Jums atrodo nėra gerai vartojant narkotikus? Kas dar?“

„Ar yra kokių nors dalykų, kuriais Jūs nesate patenkintas?“

„Kas Jums nepatinka, vartojant narkotikus? O kas dar? O dar?“

„Kokių vartojimo pasekmių Jūs norėtumėte išvengti?“

Pateikite galutines išvadas, pavyzdžiui: „Taigi Jūs patiriate tam tikrų nemalonumų dėl narkotikų vartojimo: ..., ..., ...“

Po tokių išvadų pasistenkite pademonstruoti, kad suprantate kliento jausmus, taikydami jausmų atspindėjimą, pavyzdžiui: „Atrodo, Jūs dabar jaučiatės...“

Susumuokite viską, ką pasakė klientas anksčiau – ir apie gerąsias, ir apie blogąsias narkotikų vartojimo puses: „Taigi, jei aš teisingai Jus supratau, iš vienos pusės narkotikų vartojimas leidžia (padeda, suteikia)... ir tai tikrai Jums yra svarbu. Bet iš kitos pusės, Jūs sakote, kad dėl narkotikų vartojimo Jūs (Jums)... Tai tiesa?“

Prisiminkite psichologinį dėsnį: „Man lengviau sužinoti, ko man reikia, kai apie tai kalbu.“

Geras ženklas, jei šios stadijos pabaigoje klientas pats atvirai apibūdina savo padėtį, pavyzdžiui, taip: „Aš iki šiol nesuvokiau, kokį poveikį narkotikai daro mano gyvenimui.“

„Manau, viskas yra daug rimčiau, nei aš įsivaizdavau iki šiol.“

„Tai ne visada toks jau malonumas, kaip atrodo.“

„Man kelia nerimą tai, kad aš vėl galiu turėti nemalonumų, jei tęsiu tai, ką dariau anksčiau.“

Tokios kliento mintys – tai ženklas, kad galima pereiti prie kitų strategijų.

5 strategija. Pateikite informacijos, kuri ateityje galėtų padėti priimančiam sprendimui

Kadangi ŽIV profilaktikos tarp švirkščiamųjų narkotikų vartotojų programos yra sudarytos iš kelių komponentų, kurių vienas – informacinis, informacijos teikimas klientui yra įprasta socialinio darbuotojo užduotis. Tačiau informacijos teikimo būdas gali nulemti kliento reakciją į Jūsų veiksmus.

Šiame etape pateikite klientui informacijos apie neigiamas narkotikų vartojimo pasekmes, būtent – apie galimybę užsikrėsti ŽIV ir hepatitu C. Atminti, kad turite atrinkti ir pateikti tik pokyčiams apmąstyti reikalingą informaciją. Neskubėkite „užkrauti“ kliento patarimais, kol jis pats neapsisprendė, ką apskritai nori daryti. Pavyzdžiui, jei kalbate su klientu apie būtinybę atlikti tyrimą dėl ŽIV, papasakokite jam apie virusą, apie tyrimą, apie kitų žmonių pavyzdžius, apie perspektyvas (gydymas laiku, savigalbos grupės, dalyvavimas visuomeninėje veikloje („padėdamas kitiems, padėsi sau“), įstaiigos, kurios tuo rūpinasi, ir pan.). Nepamirškite paminėti ir su ŽIV/AIDS susijusių problemų, galima papasakoti apie egzistuojančias pagalbos tarnybas, bet kol kas nereikia vardyti jų adresų.

Informaciją teikite palaipsniui. Iš pradžių įsitikinkite, kad klientas pasirošęs suvokti informaciją (yra blaivus, pasirošęs įdėmiai klausyti ir suinteresuotas ką nors sužinoti). Gaukite kliento leidimą teikti informaciją, klausdamas: „Ar Jums būtų įdomu sužinoti apie tai, kokios yra ...pasekmės?“, „Norėtumėte sužinoti daugiau apie tai, kaip...?“, „Ar Jus domina...?“ Pasisitenkite užtikrinti kliento pasirošimą suvokti tai, ką Jūs sakysite, o tik po to pradėkite teikti informaciją. Pačią informaciją teikite neutraliai, nesiedami jos su klientu, ir remkitės tuo, kas paprastai atsitinka žmonėms apskritai, o

ne konkrečiai šiam klientui. Suteikę informacijos, pasidomėkite kliento reakcija, užduodami, pavyzdžiui, tokį atvirą klausimą: „Ką Jūs manote apie tai?“

Sužinoję, ką mano klientas, pasistenkite suprasti, kaip išgirstą informaciją jis taiko sau ir savo gyvenimui, ar suvokia, kad narkotikų vartojimas ir jo pasekmės yra ir jo problema. Būtų naudinga užduoti tokius klausimus:

„Mes kalbėjome apie problemas, susijusias su narkotikų vartojimu. Ar Jums tai aktualu?“

„Ar Jūs sutinkate su tuo, kas sakoma apie problemas, susijusias su narkotikų vartojimu?“

„Ką manote apie tai, kad kažkas panašaus gali atsitikti ir Jums?“

„Ar Jūs manote, kad tai niekada Jums neatsitiks?“

Jei klientas vis dar nepripažįsta problemos, pritarkite jam, pavyzdžiui, taip:

„Turbūt, visa tai ne apie Jus...“

„Taigi, Jūsų nuomone, tai ne apie Jus. Tikriausiai Jūs teisus.“

Pateikite pavyzdžių iš žmonių, kuriuos pažįsta klientas, gyvenimo arba žmonių, kuriuos Jūs pažįstate, pavyzdžius.

Norint sukelti kliento abejonę pasitikėjimu savimi („tai man nerūpi“), galima užduoti tokius klausimus (jei kalbate apie narkotikų vartojimo pasekmes): „Galbūt Jūs pažįstate ką nors, kam taip atsitiko?“, „Ar Jūs galite pateikti pavyzdžių, kai vienam iš Jūsų pažįstamų atsitiko kažkas panašaus?“ Po to galima pabandyti išplėtoti šią temą (bet per daug nereikalaukite to daryti, kitaip klientas gali pradėti priešintis): „Papasakokite išsamiau, ką Jūs manote apie tai? Ką jaučiate, kai galvojate apie tai, kas nutiko Jūsų pažįstamam?“

Jeigu klientas pripažįsta turįs problemą ir supranta galimų neigiamų pasekmių riziką, apie kurią Jūs su juo kalbėjote, labai svarbu palaikyti klientą ir pagirti jo sugebėjimą pripažinti sunkumus bei įveikti juos, pavyzdžiui: „Jums teko daug išgyventi, atrodo, Jums neblogai sekasi įveikti savo problemas apskritai, jei įveikėte visa tai...“

6 strategija. Aptarkite ateitį (atkurkite planus, svajones ir norus) ir dabartį (kasdienį gyvenimą ir narkotikų vartojimą): sugretinkite šiuos dalykus taip, kad kiltų noras apmąstyti

Ši strategija gali būti taikoma tik tokiems klientams, kurie nors kiek yra susirūpinę dėl narkotikų vartojimo. Atkreipdami dėmesį į kliento gyvenimo šiuo momentu ir to, kaip jis nori gyventi ateityje, nesuderinamumą, aiškiai suformuluokite prieštaravimą tarp norimo ir esamo. Tai gali tapti stipria motyvuojančia jėga.

Iš pradžių pakalbėkite su klientu apie jo „šviesios ateities“ viziją. Paklauskite jo, pavyzdžiui:

„Kas Jums yra svarbiausia gyvenime? O kas dar?“

„Ką gero apie Jus kalba Jūsų šeima, draugai, pažįstami?“

„Kokį žmonės Jus atsimena?“

„Kuo Jūs norėtumėte užsiimti po metų? Po dvejų? Po penkerių metų?“

„Ar turite svajonę? Neišsipildžiusį norą?“

„Kaip Jūs norėtumėte, kad Jūsų gyvenimas pasikeistų ateityje?“

Pateikite išvadas apie jo „šviesios ateities“ viziją, pavyzdžiui: „Taigi galima pasakyti, kad Jūs (Jums)...“.

Raskite galimybę palaikyti klientą ir įrodykite jam jo sugebėjimą valdyti savo gyvenimą, pavyzdžiui: „Labai gerai, kad Jūs išsaugojote svajones, planus, tikėdamasis, kad vieną dieną jie vis tik išsipildys Jūsų dėka. Jūs norėtumėte valdyti savo gyvenimą, tiesa?“

Palaipsniui pereikite prie esamos padėties analizės, dabartinio kliento gyvenimo. Paklauskite jo apie prieštarvimą tarp būsimo ir esamo, pavyzdžiui:

„Kaip narkotikų vartojimas dabar Jus veikia?“

„Kas Jums dabar trukdo siekti to, ką Jūs norėtumėte turėti savo gyvenime?“

„Kaip narkotikų vartojimas dera su Jūsų gyvenimo tikslais?“

„Kaip dera Jūsų, kaip narkotikų vartotojo, įvaizdis su tuo, kokį Jūs norėtumėte save matyti ar kokį Jus norėtų matyti kiti?“

„Ar yra kas nors (susiję su narkotikų vartojimu), ką Jūs norėtumėte pakeisti, kad galų gale pasiektumėte savo tikslą?“

„Kaip atrodo Jūsų gyvenimas, jei Jūs nieko nepakeisite?“

„Jei Jūs viską darysite kaip anksčiau, kokį Jūs save įsivaizduojate po trejų metų?“

Tokio aptarimo pabaigoje būtinai paklauskite kliento, pavyzdžiui: „Ką Jūs apie visą tai manote?“

Klientui pabandžius sugretinti narkotikų vartojimą su savo gyvenimo tikslais, pateikite išvadas, pavyzdžiui: „Taigi, kalbant Jūsų žodžiais, Jūs norėtumėte (įvardykite savo kliento planus ir ateities viziją), bet dabar Jums (pasakykite, ką jis mano apie dabartinę padėtį ir narkotikų vartojimą)..., ir Jūsų jausmai ir mintys dėl to...“

Jei tokių išvadų pateikti nepavyksta, pabandykite pradėti iš tolo: „Taigi pažiūrėkime, Jūs sakėte, kad...“ Perpasakokite kliento atsakymus ir tik po to palaipsniui pereikite prie išvadų.

7 strategija. Kartu su klientu išanalizuokite su narkotiku vartojimu ir elgsenos keitimu susijusius rūpesčius ir problemas

Ši strategija yra pati svarbiausia. Informacija apie rūpesčius ir problemas, kylančias klientui dėl narkotikų vartojimo, suteikia galimybę sukurti darbo su šiuo klientu planą. Dėmesio! Šią strategiją galima taikyti tik dirbant su

klientais, kurie jau pripažįsta savo problemas, ir Jūs apie tai žinote. Jos negalima taikyti klientams, kurie iš viso neplanuoja keistis. Socialiniai darbuotojai kartais daro klaidą, pradėdami darbą nuo šios strategijos.

Šios strategijos taikymas iš esmės yra labai paprastas.

Pradėkite nuo įvadinio klausimo: „Kokius matote savo rūpesčius, susijusius su narkotikų vartojimu, po mūsų pokalbių, kurių metu mes su Jumis jau daug ką aptarėme?“ arba „Kokie yra Jūsų rūpesčiai, susiję su narkotikų vartojimu?“. Apibendrinkite atsakymus, pavyzdžiui: „Vadinasi, Jūs sakote, kad...“. Užduokite kitą klausimą: „O kas dar Jus gąsdina (neramina, jaudina) dėl narkotikų vartojimo? Kas dar? Kas dar?“ Teškite, kol klientas išsakyš visus savo rūpesčius. Po kiekvieno kliento atsakymo darykite trumpas išvadas.

Pokalbio pabaigoje padarykite bendras kliento atsakymų išvadas. Dėmesio! Darydami išvadas, pabrėžkite ne tik problemas, bet ir tai, ką klientas anksčiau pasakė apie narkotikų vartojimo naudą (teigiamas savybes, privalumus), pavyzdžiui: „Pabandysiu apibendrinti tai, ką Jūs pasakėte – taigi narkotikų vartojimas Jums kelia nerimą ..., ..., ... O iš kitos pusės, pasak Jūsų, narkotikų vartojimas Jums suteikia galimybę (sukelia, padeda) ..., ..., ... Ar ne taip?“ Tai klientui suteikia galimybę tarsi ant svarstyklių pasverti savo abejones. Galbūt tada jis norės greičiau įveikti abejones ir išspręsti problemą. Tačiau nereikia pasiduoti kliento impulsui ir skubėti.

Kliento vidinį konfliktą, susijusį su būtinumu apsispręsti, keistis ar ne, gali skatinti jo mintys, susirūpinimas dėl to, kas atsitiks jo gyvenime, jei jis pakeis savo įpročius. Daugeliui žinoma, kad narkotikų atsisakymą lydi didžiulis skausmas. Dažnai tai paveikia žmogaus apsisprendimą ir atstumia nuo pokyčių. Be šios, yra daugybė kitų priežasčių, trukdančių žmogui nuspręsti pasikeisti. Šių priežasčių nagrinėjimas – kitas žingsnis.

Pradėkite nuo klausimo, pavyzdžiui: „Kas Jums kelia nerimą dėl elgsenos keitimo (dėl atsisakymo vartoti, vartojimo pobūdžio keitimo, tyrimo dėl ŽIV ir t.t.)?“ Apibendrinkite atsakymus ir užduokite kitus klausimus. Pokalbio pabaigoje padarykite bendras išvadas: „Jei aš teisingai Jus supratau, tai Jums kyla tokios abejonės, susijusios su elgsenos keitimu: ..., ..., ...“. Pateikus išvadas galima pereiti prie kitos strategijos.

8 strategija. Palaikykite klientą, jam savarankiškai priimant sprendimą

Ši strategija gali būti taikoma klientams, kurie jau reiškia norą apmąstyti sprendimą keistis. Nereikia skubinti kliento apsispręsti. Kiekvienam žmogui reikia gerai apmąstyti kiekvieną gyvenimo žingsnį, kurį jis ketina žengti. Tačiau reikia atminti, kad klientas gali atidėlioti sprendimo priėmimą, o po to išvis apie tai pamiršti. Dažniausiai taip atsitinka todėl, kad klientas vis dar bijo pokyčių ir to, ką jie atneš, nepakankamai pasitiki savimi. Duokite klientui

laiko viską gerai apmąstyti, bet visada siūlykite daryti tai, Jums dalyvaujant – siūlykite dalintis visomis mintimis, abejonėmis, svyravimais. Klausykite, klausykite, darykite išvadas ir... laukite. Kartais būna sunku susilaikyti nuo pagundos „paspausti“ klientą, tačiau atminkite, kad tokiu atveju jis užsispirs. Todėl vietoje vienos veiksmų krypties nagrinėjimo (pavyzdžiui, pasikeisti), parodykite klientui įvairius proceso eigos ateityje ir dabar variantus. Galima papasakoti, kaip kiti žmonės elgėsi tokioje situacijoje. Pabrėžkite: „Tik Jūs pats geriau negu bet kas kitas galite nustatyti, kas Jums yra geriausia.“

Nepamirškite visada priminti klientui apie tai, kad galima pasirinkti įvairius veiksmų variantus, priminkite kiekvieno varianto privalumus ir trūkumus. Kalbėkite apie įvairius variantus vienodu tonu, neakcentuodami nė vieno iš jų.

Klientas gali bijoti priimti sprendimą, galvodamas, kad pasielgs klaidingai, o sugrįžti nebegalės. Pasakykite jam, kad daug žmonių priima sprendimus, klysta arba neištvėria ir vėl sugrįžta prie apsisprendimo. Būtinai pasakykite klientui, kad Jūs būsite pasiruošęs su juo susitikti bet koku atveju, net, jei priėmus sprendimą, viskas vyks ne taip, kaip buvo suplanuota. Pabandykite pajusti, kaip sunku yra klientui, palaikykite jį, bet nekalbėkite apie jo problemas: „Jūs pats sau teisėjas, Jums ir spręsti.“

Taigi dar kartą trumpai pakartokite tai, apie ką kalbėjote su klientu dėl narkotikų vartojimo privalumų ir trūkumų, dėl susirūpinimo, susijusio su narkotikų vartojimu ir su elgsenos keitimu. Po to paklauskite apie priimtą sprendimą: „Jūs sakėte, kad bandėte spręsti: tęsti ar pasikeisti... Ar po mūsų nagrinėjimo Jums paaiškėjo, ką norėtumėte daryti?“ Paklauskite: „Ar Jūs apsisprendėte, ką daryti?“

Jei sprendimas nebuvo priimtas, reaguokite į tai ramiai. Nieko baisaus neatsitiko. Parodykite klientui, kad suprantate jo svyravimą, priminkite sau ir jam visus „už“ ir „prieš“, kuriuos Jūs aptarėte prieš tai. Paklauskite kliento: „Kaip Jūs planuojate gyventi iki to momento, kai apsispręsite? Ką darysite? Kaip bandysite spręsti problemas? Kaip planuosite savo gyvenimą, atsižvelgdami į savo norus?“ Būtinai paklauskite: „Ar yra kas nors, kas padėtų Jums priimti sprendimą? Kas dar gali būti Jums naudinga, priimant sprendimą? Laikas? Informacija? Kokius klausimus dėl apsisprendimo Jūs norite apsvaistyti papildomai?“ Po kurio laiko sugrįžkite prie sprendimo priėmimo klausimo. Iki tol palaikykite ryšį, klauskite apie gyvenimą apskritai, klausykite ir teikite naudingą informaciją.

Jei buvo priimtas sprendimas nekeisti elgsenos (vartoti narkotikus toliau), priimkite tokį sprendimą. Atminkite, kad tai kliento teisė. Paklauskite: „Prisimenant tai, apie ką Jūs kalbėjote (priminkite tai klientui), ar yra dar kokių nors problemų, dėl kurių Jums norėtusi ką nors pakeisti savo gyvenime ir elgsenoje?“ Kadangi dauguma žmonių siekia turėti savo gyvenime kuo mažiau problemų, klientas greičiausiai pareišk norą panagrinėti bent vieną iš minėtų problemų.

Jei priimtas sprendimas pasikeisti, palaikykite klientą ir pereikite prie

veiksmų plano aptarimo (žr. toliau).

Veiksmų plano aptarimas

Pradėkite veiksmų plano aptarimą nuo užduočių skyrimo: „Koks bus kitas Jūsų žingsnis?“, „Ką Jūs darysite per kitas vieną-dvi dienas? Savaitę? Mėnesį?“

Priminkite klientui apie jo patirtį ir padėkite ją sugretinti su dabartinais ketinimais: „Ką Jūs darėte anksčiau, kad pasiektumėte tai?“, „Ką planuojate daryti dabar?“, „Jūs galite padaryti daugiau (geriau, kitaip)?“

Pasidomėkite, iš ko klientas tikisi sulaukti paramos: „Kas Jums padės?“

Įvertinkite kliento pasiruošimą padaryti tai, ką jis numatė: „Įvertinkite pagal skalę nuo 1 iki 10 balų savo įsitikinimą, kad žengsite kitą žingsnį.“

Palaikykite klientą, išreikšdami tikėjimą jo savarankiškumu, pavyzdžiui: „Atrodo, Jūs tvirtai įsitikinę padaryti... Žiūrėkite, Jūs aiškiai įsivaizduojate, ką reikia daryti, o tai reiškia, kad Jūs tai pasieksite net ir be kitų pagalbos!“

Taigi ties šiuo žingsniu pagrindinis motyvacijos etapas baigtas. Klientas priėjo prie apsisprendimo ir aktyvių veiksmų stadijos. Būtina toliau palaikyti ryšį su klientu ir veikti pagal konsultanto darbo su klientu schemą įvairiose elgsenos keitimo stadijose (žr. sk. „Elgsenos keitimo stadijos: ką kiekvienoje stadijoje turėtų daryti socialinis darbuotojas“, p. 17).

Kaip išmokti taikyti MI?

Ką reikia žinoti, norint išmokti sėkmingai taikyti MI metodą? Pirmiausia – mokymasis, praktinė veikla ir darbas su patyrusiu vadovu. Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad MI metodą taikyti pakankamai paprasta, bet daugelio seminarų ir mokymo kursų patirtis parodė, kad tik nedidelė konsultantų dalis gali objektyviai ir be jokių nusistatymų dirbti su klientais. Praktinės veiklos ir darbo su vadovu negalima visiškai pakeisti „treniruotėmis“ ir seminarais. Bet ką daryti, kai nei vienas, nei kitas būdas beveik neprieinami?

Yra konkrečių elgsenos modelių, kurių socialinis darbuotojas gali išmokti praktikos ir nuolatinio darbo su savimi metu. Būdingiausi iš jų išvardyti toliau.

- Stebėti, kaip klientas reaguoja į tai, kas vyksta pokalbio metu, įdėmiai klausantis jo atsakymų.
- Atspindinčio klausymo dėka stengtis suprasti kliento vertybes.
- Pritarti ir palaikyti klientą.
- Pabrėžti kliento pasakymus, nukreiptus į savęs raginimą – pasakymus, reiškiančius problemos suvokimą, susirūpinimą, norą ir ketinimą.
- Visada stebėti kliento pasiruošimą keistis ir vengti pasipriešinimo, susijusio su netinkamais Jūsų veiksmais.
- Stengtis visada pabrėžti kliento pasirinkimo laisvę ir savarankiškumą.

MI metodo savarankiško darbo pratimai (remiamasi Henk van Bilzen)

MI taikymo įgūdžių lavinimas reikalauja nuolatinės praktikos ir vertinimo. Žemiau pateikiamas pratimų, kurie padės Jums tobulinti šiuos įgūdžius, sąrašas. Atliekant šiuos pratimus, galima įrašinėti, paprašyti kolegų stebėti Jūsų darbą. Kai kuriuos įgūdžius galite tobulinti įvairių žaidimų su savo kolegomis dėka.

Elgesio keitimo stadijos nustatymas. Pakalbėję su klientu pasistenkite nustatyti, kioje stadijoje jis dabar yra. Galbūt Jums pavyks nustatyti kelias stadijas, susijusias su skirtingomis problemomis.

Išklausykite visų kliento pokyčių atžvilgiu išsakytų „už“ ir „prieš“. Sudarykite šių argumentų sąrašą. Nustatykite skirtumus tarp kliento išsakytų ir Jūsų pačių „už“ ir „prieš“.

Įdėmiai stebėkite kliento pasakymus, nukreiptus į savęs raginimą. Pastebėkite pasakymus, susijusius su problemos suvokimu, susirūpinimu dėl problemos, ketinimais kažką pakeisti, savigarba, pasitikėjimu savo jėgomis, problemos ir pokyčių variantų išmanymu.

Nustatykite kliento pasiruošimą keistis kiekvieną lentelėje pateiktą kriterijų įvertindami skaičiumi nuo 0 iki 100.

Kliento pasiruošimas keistis	Taškai
Problemos suvokimas	
Susirūpinimas dėl problemos	
Ketinimai kažką keisti	
Pasitikėjimas savimi (savigarba)	
Tikėjimas galimybe pasikeisti (pasitikėjimas savo jėgomis)	
Žinios apie problemą	
Žinios apie pokyčių variantus	

Pratimas „Taip, bet...“. Kiekvieną kartą, kai klientas sako Jums „Taip, bet...“, pasistenkite išanalizuoti situaciją. Ką Jūs pasakėte ar paklausėte prieš išgirdami „Taip, bet...“. Ar Jūsų pasirinktas metodas atitiko kliento elgsenos pokyčių stadiją? Kaip kitaip galėjote pasielgti tokioje situacijoje? O dar kaip? Ar reaguotų klientas į Jūsų pasakymą žodžiais „Taip, bet...“, jei Jūs...?

Pasistenkite nustatyti, kokiose situacijose klientas priešinasi, kaip jis priešinasi ir ką sako. Koks Jūsų elgsenos iššaukė pasipriešinimą? Įvertinkite savo veiksmus. Nustatykite, kokie veiksmai labiausiai provokavo pasipriešinimą. Pasistenkite prisiminti atvejus, kai tie patys Jūsų veiksmai nesukėlė kliento pasipriešinimo. Koks skirtumas tarp tokių situacijų?

Išanalizuokite, kaip Jūs užduodate klausimus. Pasistenkite suskaičiuoti, kiek klausimų Jūs uždavėte klientui (pavyzdžiui, paskutinio susitikimo metu). Išvardykite šiuos klausimus ir suskirstykite juos į dvi grupes. Pirmajai grupei priskirkite klausimus, susijusius su naujomis temomis (temomis, apie kurias pats klientas dar nekalbėjo), o antrajai – klausimus, susijusius su tokiomis temomis, apie kurias klientas jau yra kalbėjęs. Naujų temų klausimai turi neviršyti 25% visų klausimų. Pasistenkite neuždavinėti klientui klausimų, iš anksto neaptarę temos.

Išanalizuokite susitikimą su klientu. Nustatykite, kada galėjote taikyti atspindintį klausimą, ir garsiai išsakykite savo samprotavimus taip, kaip Jūs tai darytumėte to pokalbio metu.

Išanalizuokite, ar sėkmingai nustatėte ir/arba pasirinktinai pabrėžėte kliento pasakymus, nukreiptus į savęs raginimą.

Sakinių perfrazavimas. Išanalizuokite pokalbį su klientu, pabandykite perfrazuoti tai, ką pasakė klientas taip, kad suteiktumėte jo sakiniams teigiamą reikšmę. Pasakykite tai garsiai.

Remdamiesi tuo, ką užsirašėte pokalbio su klientu metu, ar po jo, sudarykite problemų, su kuriomis jis susiduria, sąrašą. Aptarkite tai su klientu kito susitikimo metu. Tai reikia atlikti taip, kad klientas Jums pritarėtų ir sustiprėtų jo susirūpinimas savo problemomis. Tuo pat metu reikia stiprinti savigarbą ir pasitikėjimą savo galimybėmis pakeisti situaciją. Pabandykite tai padaryti pačioje pokalbio su klientu pradžioje. Kaip po to pasikeitė kliento elgsena?

Pokalbio metu pabandykite pervertinti kliento problemą. Jei pavyks, klientas pradės teikti naujų argumentų. Atkreipkite dėmesį į tai, ar klientas gina savo problemą, ar sutinka su Jumis.

Pokalbio metu pabandykite nepakankamai įvertinti kliento problemą. Jei pavyks, klientas pradės teikti naujų argumentų. Atkreipkite dėmesį į tai, ar klientas gina savo problemą, ar sutinka su Jumis.

Pagrindinės klaidos, daromos dirbant su klientu

Net konsultantai, išmokę visko, ko tik įmanoma išmokti apie MI taikymą, nufilmavę keletą videofilmų apie jį, vedantys seminarus, jokiū būdu nėra apdrausti nuo nesėkmių. Tam, kad padėtumėme sau ir kitiems specialistams, dirbantiems šioje srityje, naudinga tirti savo trūkumus. Toliau pateikiamos pagrindinės klaidos, su kuriomis gali susidurti socialinis darbuotojas, taikantis MI metodą.

Socialinis darbuotojas įtikinėja klientą keistis

Kai klientas ateina konsultuotis, mums dažnai atrodo, kad jis turi vieną vienintelį tikslą – visiškai ir visam laikui atsikratyti priklausomybės nuo narkotikų. Dažnai visuomenė, kliento sutuoktinis/sutuoktinė arba konsultantas aiškiai įsivaizduoja, ką reikia daryti klientui: jis arba ji turi visiškai atsakyti narkotikų. Dažnai nesutarimas šiuo klausimu sukelia nesutarimą dėl poreikio ką nors keisti. Jei klientas ginčijasi, prieštarauja atsakymui vartoti narkotikus, kaip galutiniam tikslui, socialinis darbuotojas gali jį priskirti prie „nepasiduodančių poveikiui“ arba „tipinių narkomanų, nenorinčių gydytis“. Kai kalbama apie kitus klientus, turinčius kitų problemų (pavyzdžiui, fobijos, šeimyninės problemos, socialinių įgūdžių problemos), konsultantai yra pasirošę sutikti su kliento užsibrėžtais gydymo tikslais. Kodėl gi padėtis yra kitokia, kai kalbama apie pagalbą priklausomiems nuo žalingų įpročių? Narkotikų vartojimo atsisakymo, kaip nesvarstyto fakto konstatavimas, dažnai įtraukia klientą ir konsultantą į neproduktyvių ginčų ir pokalbių apie nieką sukūrį, kuris trukdo kurti reikiamus tarpusavio darbo santykius.

Socialinį darbuotoją tai gali nuvilti. Kaip konsultantas, Jūs niekada negalėsite sėkmingai padėti žmogui, jei vieninteliu savo darbo rezultatu laikysite „idealų klientą“, visiškai „nekaltą“, neatliekantį jokių neteisėtų veiksmų ir turintį legalų darbą iki mirties. Tiek klientams, tiek socialiniams darbuotojams produktyviau ir tikslingiau būtų nustatyti realistinius, pasiekiamus darbo tikslus, o taip pat galimybę juos aptarti. Klientas artėja prie tikslo pamažu, žingsnis po žingsnio, o Jūs tik einate greta, bet ne atvirksčiai.

Socialinis darbuotojas padeda teikti pagalbą klientui, ragindamas jį keistis, dar nepasiekęs susitarimo su juo

Bet kurios pagalbos klientui pasikeisti pagrindas yra vykstančių įvykių analizė. Analizuoti ir aptarinėti rezultatus reikia kartu su klientu. Analizė ir jos rezultatai yra tam tikra pokyčių teorija, padedanti klientui suprasti, kas su juo vyksta ar vyks ateityje. Klientas nuo pat pradžių turi būti supažindintas su šia teorija, suprasti ją ir pritarti jai. Kaip dažnai Jūs pagalbos kursą pradėdote neatsižvelgdamas į tai? Kaip dažnai Jūs sprendžiate už klientą, kuo jam padėti? Ir kaip dažnai buvote nusivylęs kliento motyvacija keistis?

Dažnai atrodo, kad konsultantai, dirbantys priklausomybės ligų srityje, bijo analizuoti savo požiūrius, teorijas ir idėjas, kurios yra jų darbo su klientais pagrindas. Tai keista. Klientas, norintis pradėti gydytis, kad neprarastų darbo dėl besaikio narkotikų vartojimo, galbūt net nesiruošia visiškai liautis vartojęs, galbūt jis nepasiruošęs su konsultantu analizuoti savo šeimos problemas, kurios (konsultanto nuomone) ir yra tokio vartojimo priežastis. Tačiau mūsų įsivaizduojamas konsultantas tik dar kartą įsitikina, kad visi priklausomi nuo narkotikų žmonės neigia savo problemas ir neturi motyvacijos jų nebevertoti.

Socialinio darbuotojo nesugebėjimas susitvarkyti be paskatinimo, išreikšto kliento progresu

Darbas su priklausomais žmonėmis retai duoda greitų teigiamų rezultatų, apie kuriuos mes dažnai svajojame. Konsultantas gali visai nejausti pasitenkinimo. Jei socialiniam darbuotojui labai reikia tokio jausmo, jis greitai pajus jo trūkumą. Jis gali pradėti nepasitikėti savo profesinėmis savybėmis arba, o tai dar blogiau, gali sukurti įsitikinimų sistemą, kurioje nesėkmė bus susijusi su kliento savybėmis (pavyzdžiui, „Niekas negali normaliai dirbti su tokiais sunkiais ir problemiškais žmonėmis; narkomanai visada priešinosi gydymui“ ir t.t.).

Socialinis darbuotojas įsivaizduoja, kad priklausomi žmonės negali pasikeisti
„Jei priklausomybė atsirado, tai nuo jos jau niekur nepabėgsi.“ Toks nusistatymas visai nesuteikia mums ir mūsų klientams tikėjimo galimybe keistis. Jei konsultantas – sąmoningai ar nesąmoningai – sutinka su šiuo tvirtinimu, jis „užkrečia“ juo ir savo klientus. O jei ir patys klientai pradės tuo tikėti, tai šis tvirtinimas taps pranašyste.

Klientų kaltinimas dėl jų problemų

Darbas su žmonėmis, turinčiais priklausomybės problemų, dažnai susijęs su socialinio darbuotojo moralės, vertybių ir nuostatų sistema. Žmonės, priklausomi nuo legalių ir nelegalių narkotikų, dažnai elgiasi taip, kad socialinis darbuotojas gali tam nepritarti.

Taigi konsultantui pakankamai dažnai gali kilti noras informuoti klientus, jog jis nepritaria prostitutės veiklai arba automobilio vairavimui neblaiviam. Remiantis MĮ nuostatomis, moralinių vertybių, susijusių su kliento elgesiu, vertinimas nėra socialinio darbuotojo užduotis. Atvirkščiai, jo užduotis – sustiprinti kliento savarankiškumą, sugebėti jam įrodyti, kad jis suprantamas kaip asmenybė, nepaisant jo silpnybių. Pagrindinė socialinio darbuotojo nuostata turi būti – priimti tai, kas yra, o ne reikalauti to, kas turi būti.

Pagalbos metodai: per greitai, per kategoriškai

Žmonės, turintys priklausomybės problemų, dažnai įvairiais būdais įtikinėja save ir su jais dirbančius socialinius darbuotojus, kad jiems labai reikia, jog kas nors (pavyzdžiui, socialinis darbuotojas) ką nors darytų dėl jų! Veikti reikia nedelsiant, norint išgelbėti klientą! Klientas atiduoda savo likimą į socialinio darbuotojo ar gydytojo rankas. Socialiniai darbuotojai „susigundo“ ir ragina klientus, kad jie keistų ką nors savo gyvenime. Prašymai gali būti įvairūs: įtikinėja klientą, kad šis nustotų vartoti arba kad atliktų visą gydymo kursą klinikoje. Dažnai socialiniai darbuotojai savo ryžtingus ir kategoriškus poveikio būdus gina taip: „Aš negaliu leisti, kad tai... (kažkas baisaus) atsitiktų mano klientui“. Socialinis darbuotojas, kuris įsijaučia į kliento problemas ir patiria jo skausmą, jau nebe pagalbininkas, o susirūpinęs „tėvas“.

Požymiai, rodantys, kad Jums sekasi

Jūs dirbate su klientu, taikydami MI metodą. Kaip nustatyti, kad Jums gerai sekasi? Štai keletas požymių, rodančių, kad Jūs su klientu einate teisingu keliu ir dirbate pagal MI principus:

- Jūs kalbate lėtai ir ramiai.
- Klientas kalba žymiai daugiau už jus.
- Jis kalba apie elgsenos keitimą.
- Jūs įdėmiai klausote ir tinkamu laiku pakreipiate interviu reikiama linkme.
- Galima pastebėti, kad klientas dirba rimtai, galbūt kai kuriuos dalykus jis pradeda suvokti pirmą kartą.
- Klientas klausia ir tariasi su Jumis.
- Atsiranda įspūdis, kad Jūs laikote drobę, kurią spalvina klientas.

Tik MI neužtenka: derinimas su kitais motyvacijos metodais

Kad visiškai suprastume MI metodo vietą darbo su narkotikų vartotojais sistemoje, o taip pat užduotis, kurias jis gali išspręsti, reikia išanalizuoti šio metodo ryšius su kitais motyvacijos ar elgsenos keitimo metodais.

Pabrėžtina, kad MI orientuotas į klientą ir yra raginimo ir kliento vidinės motyvacijos keistis lavinimo metodas. Manyti, kad vien šios vidinės motyvacijos užtenka, jog klientas imtų keistis, būtų idealistiška.

MI – tik vienas iš daugelio elgsenos keitimo metodų. Siekiant iššaukti pokyčius, kiti metodai gali būti taikomi kaip šio metodo papildymas arba vietoje jo. Pavyzdžiui, pokyčių kliūčių panaikinimas arba socialinės pagalbos suteikimas (medicininės priemonės, medikamentai, įdarbinimas, nemokama medicininė pagalba) taip pat gali motyvuoti keistis. Kitas motyvacijos metodas, skirtas tiems, kuriems pokyčiai atrodo sunkiai įgyvendinami, gali būti darbas su mintimis apie pokyčių sunkumus ir skausmingumą: kliento mintis, kad „atsisakyti narkotikų – labai sunku ir skausminga“ paversti motyvacija keistis dėl skausmo ir sunkumų (pasikeitimas išvaduos nuo skausmo) arba kliento mintis apie malonumo jausmą, susijusį su narkotikais, nukreipti į skausmo, patiriamo dėl narkotikų vartojimo, supratimą, o tada skatinti ir įgyvendinti pokyčius.

Taigi išorinis poveikis ir sąlygos (pavyzdžiui, gerų/blogų buitinių sąlygų, įdarbinimo, galimybės pailsėti ir atgauti dvasines ir fizines jėgas, transporto, pagalba pagal principą „lygus – lygiam“, kitų socialinės paramos būdų buvimas ar ne) gali taip pat padėti ar kliudyti keistis.

Vidiniai veiksniai – nesėkmės baimė, žinių ar įgūdžių stoka – taip pat gali trukdyti keistis.

Ir vienos, ir kitos kliūtys yra įveikiamos.

Visa tai, kas aprašyta aukščiau, galima pavaizduoti kaip motyvacijos matricą:

Bendra užduotis (pavyzdžiui, pagerinti gyvenimo kokybę, atsisakius narkotikų)	Vidinės priežastys ir sąlygos	Išorinės priežastys ir sąlygos
Kas padeda	Gerai apgalvotas sprendimas (MI taikymas) Žinios Įgūdžiai Pozityvi nuotaika keistis Noras pasiekti tikslą	Medicininės ir socialinės paramos sistema, užtikrinanti buitines sąlygas, įdarbinimą, galimybę pailsėti ir atgauti dvasines ir fizines jėgas (ligoninės, savigalbos grupės, reabilitacijos centrai, visuomeniniai klubai, bažnyčios, namų slauga, prieglaudos, konsultacijos ir t.t.)
Kas trukdo	Baimė ir susirūpinimas (nesėkmės, skausmo baimė, nežinojimas, kas bus rytoj, nepasitikėjimas savo jėgomis ir t.t.)	Pinigų stoka, socialinės paramos nepakankamumas (žr. aukščiau)

Veiksmingiausias motyvacijos metodas būtų visų matricos elementų taikymas, t.y. motyvacijos vidinių (padėti apsispręsti, formuoti žinių lygį, pozityvią nuotaiką, stiprinti norą) ir išorinių (reikalingos socialinės paramos sistemos sukūrimas) veiksmių organizavimas, padedant klientui įveikti vidines kliūtis ir pašalinti išorines kliūtis, trukdančias keistis.

Labai dažnai dėmesys sutelkiamas tik į vidinius motyvacijos veiksmius. Taip yra dėl to, kad vidiniai ketinimai yra svarbiausias veiksnys, lemiantis rezultata – elgsenos pokyčius. O taip pat dėl to, kad darbas su vidiniais veiksniais reikalauja mažiau išlaidų (pavyzdžiui, padėti klientui apsispręsti, suteikti žinių, įveikti baimes ir susirūpinimą galima neišeinant iš konsultacinio punkto).

Nežiūrint į tai, kad yra daug įrodymų, jog priimto sprendimo kokybė (noriu, galiu ir pasiryžęs, įskaitant visus „už“ ir „prieš“) daro didelę įtaką elgsenos keitimui, daugelis metodų, pagrindinę reikšmę teikiančių išoriniams veiksniams (socialinė parama ir kt.), galėtų pateikti nemažai įtikinamų įrodymų savo naudai.

Kadangi daugelis pradedančių ar jau turinčių didelį „stažą“ narkotikų vartotojų vadovaujami išoriniais veiksniais, dirbant su jais, reikia atsižvelgti į tai ir nepasikliauti vien MI metodu, norint, kad pokyčiai įvyktų.

Socialinis darbas, skirtas sukurti saugią aplinką arba buitines sąlygas benamiams narkotikų vartotojams, yra naudingesnis nei klientų apsisprendimo nustoti vartoti narkotikus išgavimas. Buitinių sąlygų sukūrimas, gyvenimo kokybės gerinimas gali motyvuoti klientą elgtis saugiau. Tai ir yra ŽIV/AIDS profilaktikos tarp švirkščiamųjų narkotikų vartotojų programos užduotis.

Kartais asmeniui kreipiantis į socialinį darbuotoją patarimo ar pagalbos, tenka pripažinti, kad darbuotojo galimybės ribotos. Tokiu atveju žmogaus siuntimas pas kitą specialistą arba į kitą tarnybą gali būti naudingiausia Jūsų pagalba.

Sugebėjimas nusiųsti žmogų pas tinkamą specialistą priklausys nuo Jūsų žinių apie Jūsų regione esančius resursus. Svarbu atminti, kad siuntimas – tai būdas suteikti papildomos informacijos, bet ne receptas, paskyrimas, kurio turi laikytis klientas. Neatsižvelgdamas į tai ir primygtinai patarinėdamas klientui kreiptis kur nors papildomai, Jūs rizikuojate sukelti pasipriešinimą ir nenorą kreiptis į Jus arba kreiptis kur nors apskritai. Stenkitės visada gerbti žmogaus sprendimą atsižvelgti į Jūsų siūlymą ar ne.

V. VIETOJ IŠVADŲ: MI TAIKymo KITOSE SRITYSE GALIMYBĖS

MI metodika yra populiari visame pasaulyje, dirbant su žmonėmis, turinčiais įvairių priklausomybių ir kitų elgsenos problemų. Metodo esmė ir technika yra paprasti. Dėl to MI prieinamas įvairiems specialistams: socialiniams darbuotojams, psichologams, priklausomybės ligų psichiatrams, psichoterapeutams, slaugytojams, pedagogams, auklėtojams ir kt.

Šis konsultavimo metodas gali būti aktyviai taikomas, dirbant su žmonėmis, turinčiais problemų dėl alkoholio ar narkotikų vartojimo, o taip pat sprendžiant valgyimo sutrikimų problemas, mažinant riziką, susijusią su ŽIV ar kitomis infekcijomis. MI gali būti taikomas, padedant spręsti specifines ŽIV sergančių žmonių problemas: darbas su skausmu, pasitikėjimas ARV gydymu ar laikymasis gydytojo nurodymų. Specialūs MI variantai kuriami jauniems teisėtvarkos pažeidėjams, sutuoktinių poroms, rūkantiems asmenims, šeimoms, turinčioms smurto problemų ir kt.

Šios mokymo priemonės autoriai tikisi, kad artimiausiu metu MI metodas bus taikomas ir kitose srityse.

TERMINŲ ŽODYNAS

Ambivalencija (dvilypumas) – žmogaus būseną, kurią sukelia svyravimai ir abejonės dėl problemos.

Motyvas – raginimas veikti arba ne, kuris atsako į klausimą „kodėl“.

Motyvacija – motyvų sistema, raginanti žmogų veikti arba ne.

Motyvavimas – įvairūs būdai raginti žmogų ar patį save padaryti ką nors.

Jausmų atspindėjimas (refleksija) – klausymas, suprantant pašnekovo jausmus.

Turinio atspindėjimas (refleksija) (paprastas) – klausymas, kartojant paskutinius pasakytus žodžius, skatinantis žmogų kalbėti toliau.

Turinio atspindėjimas (refleksija) (atrankinis) – klausymas, kartojant svarbią pokalbiui frazę, skatinantis žmogų toliau apie tai kalbėti.

Turinio atspindėjimas (refleksija) (dvipusė) – klausymas, kartojant prieštaringas kliento išsakytas mintis koku nors klausimu („Vadinasi, Jūs tvirtinate, kad iš vienos pusės..., o iš kitos pusės..“).

Atspindintis (refleksinis) klausymas – įdėmus, atidus pašnekovo klausymas, reaguojant tiek gestais ir mimika, tiek sakinių pakartojimu ir jausmų, kurie slypi „tarp eilučių“, supratimu.

Perfrazavimas – tokia technika, kai konsultantas išklauso kliento, o po to kartu su juo analizuoja pasakymus, bandydamas surasti kitą, svarbesnę šios problemos svarstymui prasmę (pavyzdžiui, klientui neigiamai kalbant apie problemą ir save, galima pabandyti kartu su juo priėti prie išvadų, kad tai, kas atsitiko/vyksta, turi ir teigiamą reikšmę).

Empatija – supratimas.

PRIEDAS

Kolombo metodas

Vienas iš metodų, padedančių klientui suvokti prieštaravimus, vadinamasis „Kolombo metodas“ (Kanfer and Schefft, 1988). Šis metodas ypač veiksmingas klientams, norintiems kontroliuoti padėtį. Konsultantas rodo supratimą ir nuolat bando išaiškinti kliento problemų esmę, bet dedasi nesugebąs priimti kokį nors sprendimą. Konsultanto demonstruojama pozicija (sutrikęs, abejojantis) gali paskatinti klientą pradėti kontroliuoti padėtį ir pasiūlyti konsultantui sprendimą (Van Bilsen, 1991).

Siekiant atskleisti prieštaravimus, gali būti naudojamos ir kitos priemonės. Pavyzdžiui, parodykite videofilmą, o paskui aptarkite jį, suteikdamas klientui galimybę nustatyti ryšį su jo padėtimi. Gali būti veiksminga analizuoti žiniasklaidoje pateikiamus duomenis. Šis metodas ypač tinka, dirbant su paugliais, nes iššaukia atsakomąją reakciją ir aptarimą.

Pagal „Kolombo metodą“ (Kolombo – Piterio Falko herojus tokio pat pavadinimo seriale), konsultantas vaidina detektyvą, bandantį išspręsti mįslę ir nesugebantį surinkti įkalčių. Konsultantas-Kolombo ragina patį klientą spręsti mįslę.

1 Pavyzdys

„Hmmm... padėkite man suprasti. Jūs sakėte, kad dabar Jums svarbiausia būti geru tėvu ir išsaugoti dukters globą. Kaip heroino vartojimas derinasi su tuo?“

2 Pavyzdys

„Taigi kartais Jūs vartojate narkotikus ištisą savaitę ir neinate į darbą. Paskutinį kartą Jūs nėjote į darbą 5 dienas. Bet Jums patinka Jūsų darbas, ir pasiekimai darbe Jums yra labai svarbūs“.

Abiem atvejais konsultantas demonstruoja sutrikimą, tai leidžia klientui paimti iniciatyvą į savo rankas ir paaiškinti, kaip dera tokie prieštarai norai.

„Kolombo metodas“ naudingas, nes ragina klientą, o ne konsultantą bandyti nagrinėti prieštaravimus. Šis metodas tvirtina, kad pats klientas yra savo elgsenos ir vertybių žinovas. Iš tikrųjų tik jis pats gali išspręsti kylančius prieštaravimus. Jei konsultantas bandys padaryti tai už klientą, jis rizikuos neteisingai interpretuoti, ginti savo supratimą, o ne klausytis kliento nuomonės ir visų svarbiausia – jis rizikuos paversti klientą pasyviu proceso dalyviu (Cheryl Grills, consensus Panel Member).

NAUDOTOS IR REKOMENDUOJAMOS LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Baker, A, Dixon, J. Motivational interviewing for HIV risk reduction. In: Miller W. R., S. Rollnick, B.P., editors. New York: Guilford Press; 1991. p. 293–302.
2. Brown, Larry K; Lourie, Kevin J. Motivational interviewing and the prevention of HIV among adolescents. [Chapter] Monti, Peter M. (Ed); Colby, Suzanne M. (Ed). Adolescents, alcohol, and substance abuse: Reaching teens through brief interventions. (p. 244–274). New York, NY, US: The Guilford Press; 2001. xvi, p. 350.
3. DiClemente, S. S., Prochaska, D. O., Toward a comprehensive model of change. In: Miller U.R., Hezer N. Treating Addictive behaviors: Processes of Change. New-York: Plenum Press; 1986. p. 3–27.
4. Egan, G. Skilled Helper: A Problem-Management Approach to Helping. California: Brooks/Cole; 1994.
5. Egan, G. Exercises in Helping Skills: A Training Manual to Accompany the Skilled Helper. California: Brooks/Cole; 1994.
6. Emmons, KM, Rollnick, S. Motivational interviewing in health care settings. Opportunities and limitations. Am J. Prev. Med.; 2001 Jan; 20(1), p. 68–74.
7. Gibson A., Gibson T. Motivational interviewing. Pract. Midwife; 2000 Jan; 3(1), p. 32–35.
8. Yahne, C. E., Miller, W. R., Irvin-Vitela, Tonigan, J. S. The Magdalena Project: Motivational Outreach with Substance Abusing Women Street Sex Workers. Journal of Substance Abuse Treatment; 2002. Vol 23(1), p. 49–53.
9. Miller, W. R., Rollnick, S. Motivational interviewing: preparing people to change addictive behaviour. New York: Guilford Press; 1991.
10. Miller, W. R., Sovereign, R. G. The check-up: a model for early intervention in addictive behaviours. In: Loberg T., Miller W. R., Nathan P. E., Marlatt G. A. Amsterdam, Swets & Zeitlinger; 1989. p. 219–231.
11. Miller, W. R., Rollnick, S. Motivational interviewing: Preparing people for change (2nd ed.). New York: Guilford Press; 2002.

12. Miller, W. R., Mount, K. A. A small study of training in motivational interviewing: Does one workshop change clinician and client behavior? *Behavioral and Cognitive Psychotherapy*; 2001, 29, p. 457–471.
13. Rollnick, S., Bell, A., Heather, N. Negotiating behaviour change in medical settings: the development of brief motivational interviewing. *Journal of Mental Health*; 1992, 1, p. 25–37.
14. Rogers, C. *Client Centered Therapy*, London: Constable; 1973.
15. Scales R., Miller JH. Motivational techniques for improving compliance with an exercise program: skills for primary care clinicians. *Curr Sports Med Rep*. 2003 Jun; 2(3), p. 166–172.
16. Shaffer, H. J., Simoneau, G. Reducing resistance and denial by exercising ambivalence during the treatment of addiction. *Journal of Substance Abuse Treatment*; 2001, 20, p. 99–105.
17. Айві Ален. Цілеспрямоване інтерв'ювання і консультування: сприяння розвитку клієнта: Навчальний посібник / Пер. з англ. О. Абесонової. – К.: Сфера, 1998. – 342 с.
18. Мотивационное интервьюирование: Пособие по проведению тренингов для консультантов (Международный Альянс по ВИЧ/СПИД, 2004).
19. Мотивационное интервьюирование: Пособие для психологов (материалы тренинга Программы снижения вреда в Украине и Молдове «СПИД Фонда Восток-Запад», Одесса, 2002 год).
20. Снижение вреда: Пособие для аутич-работников и волонтеров программ снижения вреда от употребления наркотиков («СПИД Фонд Восток-Запад», 2002).
21. Снижение вреда как эффективная стратегия для профилактики ВИЧ, вирусных гепатитов и других заболеваний среди потребителей инъекционных наркотиков (презентация, д-р Ю. Саранков, «СПИД Фонд Восток-Запад»).

Daugiau informacijos anglų kalba apie MI metodą bei šaltinius galite rasti internete adresu: <http://motivationalinterview.org>



International HIV/AIDS Alliance in Ukraine

Tarptautinė ŽIV/AIDS sąjunga Ukrainoje yra didžiausia nevyriausybinių organizacijų, dirbančių ŽIV/AIDS prevencijos srityje Ukrainoje, ir viena didžiausių Rytų Europoje ir Centrinėje Azijoje. Jos misija – sustabdyti ŽIV infekcijos ir AIDS plitimą, sumažinti neigiamą ŽIV epidemijos poveikį.

Tarptautinis labdaros fondas Tarptautinė ŽIV/AIDS sąjunga Ukrainoje buvo įsteigtas 2002 metais. Dabartiniu metu organizacijos personalą sudaro daugiau nei 80 darbuotojų, taip pat keli atstovai regiono šalyse. Nuo įsteigimo organizacija vadovavo įgyvendinant didžiausias ŽIV/AIDS programas Ukrainoje, kurių biudžetas viršijo 100 milijonų JAV dolerių, tarp jų ŽIV/AIDS epidemijos Ukrainoje įveikimo programą remtą Visuotinio kovos prieš AIDS fondo, tuberkuliozės ir maliarijos, taip pat Nacionalinio atsako į ŽIV/AIDS didinimo programą, informacijos ir paslaugų plėtros programą, remtą JAV Tarptautinės plėtros agentūros.

Aukštos kvalifikacijos Tarptautinės ŽIV/AIDS sąjungos Ukrainoje darbuotojai turi būtinus įgūdžius, patirtį ir resursus, reikalingus suteikti kvalifikuotą techninę pagalbą plėtojant atsaką į ŽIV, pagrįstą tarptautinėmis rekomendacijomis ir vietiniams poreikiams bei kontekstui adaptuota praktika.

Tarptautinės ŽIV/AIDS sąjungos Ukrainoje kompetencijos sritys yra šios:

- Efektyvus praktinis atsakas į ŽIV epidemiją tarp labiausiai pažeidžiamų visuomenės grupių (švirkščiamųjų narkotikų vartotojai, sekso darbuotojai ir kitos pažeidžiamos grupės);
- Kompleksinis situacijos ir poreikių įvertinimas, strateginis planavimas ir programos parengimas;
- Valstybės pajėgumų sustiprinimas, ypač plėtojant AIDS gydymo programas, nacionalines stebėsenos ir įvertinimo sistemas;
- Pažeidžiamų ir ŽIV pažeistų grupių dalyvavimas ŽIV/AIDS programų parengime ir vykdyme;
- Paslaugų, susijusių su ŽIV/AIDS, teikimu stebėsenai;
- Organizacijos plėtros vadyba, krizių valdymas;
- Techninė, organizacinė ir institucinė organizacijų, teikiančių paslaugas, susijusias su ŽIV/AIDS, plėtra;

- Aprūpinimas medicinos produktais ir jų tiekimo vadyba;
- Informavimo ir resursų plėtros veikla.

Galimi techninės pagalbos teikimo būdai:

- Įvairių organizacijų, dalyvaujančių ŽIV problemų sprendime nacionaliniu ir vietiniu lygmeniu, koordinacija;
- Individualios konsultacijos ir parama rengiant bei įgyvendinant programas ir projektus, įskaitant ir mokymą darbo vietoje;
- Įgūdžių lavinimo seminarai įvairiomis techninio, organizacinio ir institucinio vystymo temomis;
- Efektyvių darbo metodų perdavimo ir adaptacijos mainų vizitai tarp organizacijų, teikiančių su AIDS susijusias paslaugas;
- Duomenų bazių ir tyrimo instrumentų adaptacija;
- Metodinių rekomendacijų ir kitų darbo priemonių ruošimas asmenims, dirbantiems su ŽIV/AIDS.

Kviečiame susisiekti su mūsų biuru arba apsilankyti mūsų interneto svetainėje:

Dmitrovo g. 5, pastatas 10A, 6-tas aukštas, 03680, Kijevas, Ukraina.

Telefonas: (+38044) 490-5485, 490-5486, 490-5487, 490-5488

Faksas (+38044) 490-5489

Elektroninis paštas: office@aidsalliance.org.ua

URL: <http://www.aidsallaince.org.ua>

