

## 13.

### METODA DIALOGU MOTYWUJĄCEGO Z KLIENTEM ORAZ RODZINĄ

*Motywacja*

*Zaczynaj tam, gdzie jesteś. Użyj tego, co masz. Zrób, co możesz!*

Artur Ashe

**Dialog motywujący (DM) (Motivational Interviewing) – to rozmowa ukierunkowana, w której prowadzący ją (np. terapeuta) zmierza do tego, aby wywołać u swojego rozmówcy (klienta) jego własną motywację do zmiany i wzmocnienie jej<sup>1</sup>.**

Towarzyszy temu specyficzna atmosfera, **tzw. duch dialogu motywującego**, którego wyrazem jest troska o dobro klienta, okazywana mu akceptacja, stała współpraca i dbałość o to, by stworzyć przestrzeń, gdzie klient (nie specjalista) wymienia powody zmiany.

**Motywacja jest kluczowa dla zmiany.** Jej charakterystycznymi cechami są:

- ambiwalencja,
- opór,
- język przedstawiający zalety obecnej sytuacji (tzw. język podtrzymania).

#### Trzy poziomy/definicje Dialogu Motywującego (DM)

##### *Co to jest DM? (definicja dla laika)*

Dialog Motywujący to oparty o współpracę styl prowadzenia rozmowy, służący umocnieniu u osoby jej własnej motywacji i zobowiązania do zmiany

##### *Po co mam stosować DM? (definicja dla praktyka pragmatyka):*

Dialog Motywujący to skoncentrowany na osobie sposób pomagania w odniesieniu do powszechnego problemu ambiwalencji wobec zmiany.

<sup>1</sup> S. R. Andrew, *Dialog motywujący w terapii uzależnień behawioralnych*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk-Zientara, Eneteia, Warszawa 2015, s. 73.



### Jak to „działa”? (definicja techniczna):

Dialog Motywujący to oparty na współpracy, zorientowany na cel sposób komunikowania się, zwracający szczególną uwagę na język zmiany. Ma on w zamierzeniu umocnić motywację i zobowiązanie do osiągnięcia konkretnego celu przez wydobycie oraz zbudowanie u osoby jej własnych powodów do zmiany w atmosferze akceptacji i współczucia<sup>2</sup>.

### Najważniejsze zasady pracy w Dialogu Motywującym:

**Wyrażanie empatii** – przez zdolność odczuwania doświadczeń (np. bólu lub przyjemności) drugiej osoby, tak jak ona je przeżywa; umiejętność usłyszenia i poczucia nawet tego, czego klient nie mówi wprost; skupianie się na znaczeniu, jakie mają przeżycia klienta dla niego samego. Zasada wyrażania empatii ma odniesienie do celu **budowania więzi**. Trafne empatyczne reagowanie pomaga stworzyć otoczenie bezpieczne dla klienta oraz zbudować silną relację terapeutyczną.

**Rozwijanie ambiwalencji** przez poszukiwanie i poznawanie wewnętrznych przekonań i uczuć klienta na temat tego, jakie znaczenie ma wprowadzenie zmiany dla niego samego. Kluczowe elementy, od których zależy pozytywne rozwiązanie ambiwalencji, to **wiara klienta, że może wprowadzić zmianę**, którą uważa za ważną. Skuteczność działań klienta będzie zależała od tego, czy **on sam znajdzie sposób wprowadzenia zmiany** i będzie miał pewność, że potrafi go zrealizować.

**Wspieranie poczucia sprawczości** przez podtrzymywanie wiary klienta w jego zdolność do kontrolowania własnych zachowań i wpływania na własne życie. Jeśli klient mówi, że potrafi i powinien podjąć zmianę, to zadaniem specjalisty jest **umocnienie klienta** w poczuciu sprawczości.

### Cztery procesy w Dialogu Motywującym

#### 1. Angażowanie:

- ❖ tworzenie atmosfery współpracy, w której gotowość pracy klienta będzie ulegać wzmocnieniu;
- ❖ okazywanie szacunku i zaufania
- ❖ odwoływanie się do systemu wartości
- ❖ terapeuta/specjalista nie jako przeciwnik lecz partner

<sup>2</sup> W. R. Miller, S. Rollnick, *Dialog motywujący. Jak pomóc ludziom w zmianie* (tłum. R. Andruszko), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2014, s. 12; 21; 29.



## 2. Ukierunkowywanie

- ❖ ukierunkowywanie w DM to ciągły proces poszukiwania i podtrzymywania kierunku
- ❖ to klient decyduje, czy i jak dążyć do zmiany; nie można mu tego prawa odebrać.
- ❖ nie zawsze celem jest udzielenie porady, ale wspieranie zmiany

## 3. Wywoływanie

- ❖ wywoływanie i wzmocnianie wewnętrznej motywacji do zmiany
- ❖ wzmocnianie wiary we własną skuteczność
- ❖ dochodzenie do własnej koncepcji zmiany klienta

## 4. Planowanie – planowanie obejmuje zarówno rozwijanie zobowiązania do zmiany, jak i sformułowanie konkretnego planu działania<sup>3</sup>.

### Do podstawowych pojęć stosowanych w DM należą:

1. narzędzia (OARS) tzw. wiosła,
2. zjawisko ambiwalencji,
3. zjawisko oporu,
4. języka podtrzymania,
5. tzw. język zmiany i język zobowiązania.

### 1. Narzędzia – OARS – tzw. „wiosła”<sup>4</sup>

- O (*Open questions*) – Pytania otwarte
- A (*Affirmation*) – Dowartościowania
- R (*Reflective listening*) – Odzwierciedlanie
- S (*Summarizing*) – Podsumowania

### „Wiosło” nr 1: Pytania otwarte

To pytania, które pozwalają klientowi **mówić więcej niż mówi specjalista**. Pytania otwarte umożliwiają zbieranie licznych informacji i danych.

*Postawa:* uważne zainteresowanie, budzenie w sobie ciekawości tym, jak klient postrzega cel i miejsce zmiany w swoim obecnym życiu.

<sup>3</sup> Polskie Towarzystwo Terapii Motywującej [http://pttm.org.pl/?page\\_id=143](http://pttm.org.pl/?page_id=143)

<sup>4</sup> „Wiosła” to dosłowne tłumaczenie słowa OARS, które jest akronimem utworzonym z angielskich nazw czterech narzędzi dialogu motywującego. Niestety, nie mamy w języku polskim analogicznego akronimu. Cyt. za: S. R. Andrew, *dz. cyt.*, s. 77.



*Powody stosowania:* zadawanie pytań zamkniętych lub zbyt wielu pytań powoduje u osoby pytanej uczucie bycia mniej ważną, osłabia jej poczucie zrozumienia własnego życia i dlatego może prowadzić do lakonicznych odpowiedzi; przyjęcie pasywnej postawy i oczekiwanie na kolejne pytania w miejsce dzielenia się własnymi doświadczeniami obniża motywację klienta i zmniejsza liczbę wypowiedzi o zmianie.

*Poziom umiejętności:* pytania stawiane w taki sposób, by co najmniej 70 procent z nich miało charakter otwarty.

### „Wiosło” nr 2: dowartościowania

Pozwalają wydobyć określone pozytywne cechy, zasoby i umiejętności osoby.

*Postawa:* autentyczna wiara w zasoby, umiejętności lub cechy klienta.

*Powody stosowania:* rozpoznawanie konkretnych umiejętności klienta i podkreślanie ich wagi dla realizacji jego celów, przy stałym zaangażowaniu go w rozmowę, pomaga prowadzić go ku zmianie. Przykłady: „Masz wiele zasobów”; „To, że potrafisz się powstrzymać od..., jest dowodem twojej dużej samokontroli”; „Doceniam to, że dzisiaj przyszedłeś”

### „Wiosło” nr 3: odzwierciedlenia

Trafne empatyczne odzwierciedlenia wymagają słuchania nie tylko tego, co osoba mówi, lecz również tego, jakie znaczenie ma to, co mówi. A zatem słuchacz powinien być wrażliwy na niuanse w tonie, sposobie mówienia i sygnałach pozawerbalnych; tj. – **aktywne słuchanie**.

*Postawa:* nieoceniająca, unikająca krytykowania lub obwiniania.

*Powody stosowania:* trafne empatyczne odzwierciedlenie pozwala sprawdzić pomysły specjalisty, tworzy atmosferę bezwarunkowej akceptacji i pozytywnego spojrzenia na klienta. Najważniejszym celem empatycznego odzwierciedlenia jest danie drugiej osobie poczucia, że jest słuchana i uznawana za wiarygodną.

*Poziom umiejętności:* empatyczne odzwierciedlenia powinny być stosowane co najmniej dwa razy częściej niż otwarte lub zamknięte pytania.

*Rodzaje odzwierciedleń:* proste, sprawdzające, co osoba powiedziała, są powtórzeniem jej wypowiedzi, pewnym przeformułowaniem, ale bez dodania znaczenia, które mogłoby pogłębić zrozumienie; złożone, sprawdzające znaczenie wypowiedzi, pogłębiające zrozumienie, oznaczają wyolbrzymianie tego, co zostało powiedziane, przedstawianie dwu stron lub dopowiadające sens wypowiedzi, odwołujące się do metafory, nazywające uczucia drugiej osoby. Tworzenie złożonych odzwierciedleń to innymi słowy tworzenie hipotez odnoszących się do podstawowych ludzkich potrzeb i obaw.



Celem specjalisty jest umożliwienie klientowi poczucia tego, co przeżywa, lub odczucia jego własnej ambiwalencji, a nie tylko prowadzenie rozmowy na ten temat.

TAK POSTĘPUJ	TAK NIE POSTĘPUJ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zastanów się, jakie pytanie chcesz zadać.</li> <li>• Postaw hipotezę, jak może odpowiedzieć twój rozmówca.</li> <li>• Wypowiedz tę odpowiedź na głos, w sposób pewny, jasny, jako odzwierciedlenie.</li> </ul> <p>Przykład: <i>Czujesz bezradność względem agresji dziecka</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nie pytaj, czy masz rację.</li> <li>• Nie zmieniaj intonacji w pytanie (<b>to nazywamy zepsutym odzwierciedleniem</b>).</li> <li>• Nie stosuj:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- pytań sprawdzających (<i>co... gdzie... dlaczego... jak...kiedy...</i>)</li> <li>- radzenia, podawania sugestii lub rozwiązań: <i>„Ja na twoim miejscu...”, „Dlaczego nie zrobisz...”, „Może mogłbyś...”</i></li> <li>- perswadowania, spierania się, instruowanie: <i>„Czy wiesz, że...”, „Agresja oznacza...”</i></li> </ul> </li> </ul>

Źródło: oprac. własne na podst. S. R. Andrew, *Dialog motywujący w terapii uzależnień behawioralnych*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk-Zientara, Eneteia, Warszawa 2015, s. 77.

*Postawa*: uważna ciekawość, okazywanie zainteresowania poznaniem perspektywy drugiej osoby.

*Poziom umiejętności*: stosowanie dwukrotnie więcej odzwierciedleń złożonych niż prostych.

#### „Wiosło” nr 4: podsumowania

To szczególna forma odzwierciedlenia, w której zbiera się wypowiedzi klienta z całej rozmowy. Podsumowania ułatwiają zmianę tematu oraz świetnie domykają spotkania.

*Postawa*: dążenie do zapewnienia jak najlepszego zrozumienia w dotychczasowej rozmowie, otwarcie na poprawki ze strony drugiej osoby jako formę uzupełnienia informacji; okazja podkreślenia wypowiedzi klienta dotyczących pozytywów lub informacji, które posuwają go w kierunku zmiany.

*Powody stosowania*: pokazanie rozmówcy, że specjalista jest uważnym słuchaczem; ukierunkowywanie klienta poprzez podkreślanie jego własnych wypowiedzi na temat celu, do



którego zmierza. To również dobry sposób otwierania kolejnego tematu poprzez domknięcie tematu bieżącego<sup>5</sup>.

**2. Ambiwalencja** to stan umysłu, w którym doświadczamy współwystępujących, sprzecznych uczuć, myśli lub działań odnośnie do sytuacji, zjawiska, osoby czy przedmiotu. To dylemat rozbieżności „chcę to zrobić, ale... (*obawiam się, że nie dam rady, nie wyjdzie mi itp.*)”. Rozbieżności możemy rozwijać na obu krańcach.

Jeśli ktoś nisko ocenia znaczenie zmiany, określaną jest często mianem będącego „w zaprzeczeniu”, „oporującego”. W DM traktujemy niską wagę problemu jako określony sygnał: **niska waga/niska gotowość = mała motywacja do zmiany**. To pokazuje, że rozbieżność doświadczana przez klienta jest nie dość duża, by motywować go do działania. To znak, że należy wzmocnić wagę problemu dla danej osoby. Waga to istotny predyktor zmiany. Aby odnieść sukces, człowiek musi uwierzyć, że zmiana jest ważna,

### 3. Zjawisko oporu

Jedną z form, w jakich przejawia się ambiwalencja, jest opór. Wiąże się on z określonymi uczuciami i zachowaniami zachodzącymi w relacji interpersonalnej, które wynikają z braku współpracy lub wzajemnych nacisków. Opór nie jest cechą charakteru lub stanem chronicznym, w jakim ktoś pozostaje. Postawa specjalisty może mieć istotny wpływ na przejawy oporu rozmówcy.

Przykłady oporu to: **spieranie się, przerywanie, zaprzeczanie, ignorowanie, obrażanie, zapominanie o spotkaniach lub spóźnianie się, mówienie za dużo lub nie na temat, milczenie.**

**W pracy z klientem, aby nie powodować oporu u osoby warto stosować się do zasad:**

- Informacje powinny być podawane a nie narzucane.
- Należy dowiedzieć się, czy klient chce tej informacji.
- Zanim mu ją przekażemy, zapytajmy o zgodę: „*mam kilka informacji, które mogą się Pani przydać, czy byłaby Pani nimi zainteresowana?*”; „*Czy mogę Pani jeszcze coś powiedzieć?*”.
- Ponadto warto przedstawiać daną informację powołując się na wyniki badań, przepisy prawne, normy, statystyki, wypowiedzi autorytetów, doświadczenia innych klientów będących w podobnej sytuacji. Należy wprost lub w domyśle przyzwolić klientowi nie

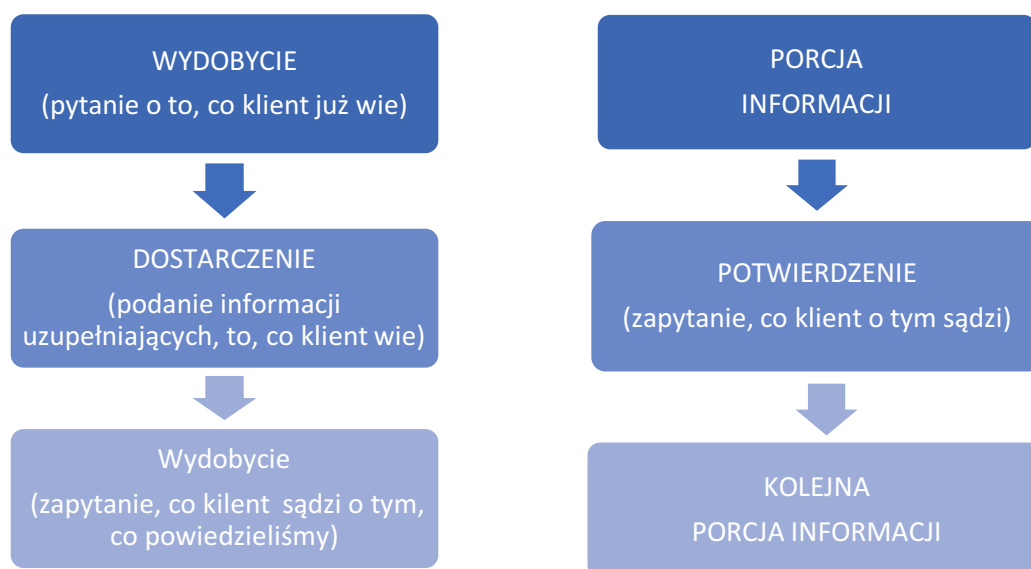
<sup>5</sup> Tamże, s. 77-82.



zgodzić się z podawaną przez siebie informacją, np. „Z moich doświadczeń z innymi osobami w podobnej sytuacji do Pańskiej wynika, że w ich przypadku....”.

- Należy przedstawić wachlarz możliwości (wszystkie od razu a nie po jednej) i pozwolić wybrać jedną z nich.
- Warto pozwolić się – wprost lub w domyśle nie zgodzić się z tym, co mówimy, np. „nie wiem, czy ma to dla Pana jakiś sens, ale ....”
- Po przekazaniu informacji należy zachęcić go, aby sam uznał, jakie znaczenie mają dla niego nowe dane, aby wyciągnął z nich wnioski
- Po udzielonej informacji warto zapytać klienta: *Co Pan/i na to?*<sup>6</sup>

### Techniki udzielania informacji w MD



Źródło: opr. własne na podst.: D. B. Rosengren, *Rozwijanie umiejętności w Dialogu Motywującym. Podręcznik praktyka z ćwiczeniami*, Wyd. UJ, Kraków 2013, s. 56-60.

<sup>6</sup> I. Krasiejko, *Narzędzia przydatne asystentowi rodziny w diagnozie pedagogicznej*, s. 26.  
[http://pimis.home.pl/kreator/data/documents/Narzedzia\\_ar\\_diagnoza.pdf](http://pimis.home.pl/kreator/data/documents/Narzedzia_ar_diagnoza.pdf), s. 26.



## Udzielanie rad:

- Poproś o pozwolenie (zapytaj, czy klient jest zainteresowany, tym, co masz do powiedzenia) Np. „*Mam pewne informacje dotyczące ... i zastanawiam się, czy chciałaby pani tę informację przedyskutować*”
- Podsuń rozwiązania (oszczędnie, samo sedno, powinno być ich kilka różnych – daj wybór, podaj je od razu nie po jednym, nie próbuj przekonywać).
- Spytaj klienta o opinię<sup>7</sup>.

### 4. „Język podtrzymania” – wypowiedzi klienta, w których podkreśla, dlaczego nie może się zmienić, dlaczego nie warto się starać albo jakie są dobre strony obecnej sytuacji.

Im bardziej ktoś posługuje się „językiem podtrzymania”, tym mniejsze są szanse, że ta osoba wprowadzi zmianę. Postawa terapeuty może mieć wpływ na to, na ile ktoś zbliży się do osiągnięcia pożądanego przez siebie zmiany.

### Strategie, jakie można wypróbować do pracy z „językiem podtrzymania”:

- Omówienie z klientem zalet niezmienności i zalet wprowadzenia zmiany.
- Pomoc klientowi w ruszeniu z miejsca poprzez angażowanie i wzmacnianie jego własnej motywacji.
- Zachęcać klienta do wypowiedzi, w których wyrazi, dlaczego i jak bardzo wprowadzenie zmiany zachowania jest dla niego ważne,
- Wzmacniać wiarę klienta, że jest w stanie osiągnąć tę zmianę, pomoc mu w stworzeniu planu działania, który uzna za wykonalny. Sprawdzić, na ile czuje, że ten plan nadaje się do realizacji w najbliższej przyszłości.
- Ośmielenie klienta do zdecydowania, że jest już gotów stawić czoło zmianie.
- Pomoc klientowi w pokonaniu jego ambiwalencji, uwypuklając „język zmiany”, tzn. poprzez nagłaśnianie, wzmacnianie, przeformułowywanie słabszych form „języka zmiany”.

### 5. Język zmiany – wszystko, co klient wypowiada i jest argumentem za zmianą. Język zmiany i język zobowiązania to interwencja terapeutyczna charakterystyczna dla DM.

<sup>7</sup> D. B. Rosengren, *Rozwijanie umiejętności w Dialogu Motywującym. Podręcznik praktyka z ćwiczeniami*, Wyd. UJ, Kraków 2013, s. 56-60.





„Język zobowiązania” zwiastuje zmianę zachowania. Wzmacnia się nawet drobne przejawy tego języka. Zadaniem terapeuty jest rozpoznanie, że słyszy „język zobowiązania” i umocnienie klienta w zobowiązaniu. Dostrzeganie „języka zmiany” wzmacnia „język zobowiązania.”

### Skala języka zobowiązania

JĘZYK ZOBOWIĄZANIA				
NAJNIŻSZY POZIOM		→	NAJWYŻSZY POZIOM	
- Spróbuję	- Wolalbym	- Czekam na to, żeby	- Jestem oddany temu pomysłowi	- Gwarantuję
- Pomyślę o	- Popieram	- Planuję	- Zgadzam się aby	- Będę
- Wyobrażam sobie, że będę	- Wierzę, że	- Postanawiam	- Jestem przygotowany aby	- Obiecuję
- Rozważam, aby	- Akceptuję	- Spodziewam się, że	- Mama zamiar	- Przysięgam
- Zastanowię się nad tym	- Jestem gotów	- Przyznaję się, że	- Jestem gotów aby	- Daję słowo
- Podejmę ryzyko	- Moim celem jest	- Deklaruję gotowość, aby		- Zapewniam
- Założę się, że	- Proponuję			- Decyduję, że
	- Mam predyspozycje, aby			- Wiem, że
	- Zakładam			
	- Przewiduję			

Źródło: S. R. Andrew, *dz. cyt.*, s. 93.

### Zachowania, które pokazują, że osoba jest gotowa do zmiany:

- ❖ **Mniejszy opór** – klient przestaje się spierać, przerywać, zaprzeczać, zjawia się na spotkaniach, bierze w nich aktywny udział.
- ❖ **Mniej pytań dotyczących zachowania, które ma zostać zmienione.**
- ❖ **Rozwiązanie** – zdaje się, że klient znalazł rozwiązanie, może okazywać objawy ulgi i poruszenia.
- ❖ **Zdania automotywujące** – klient wypowiada wprost zdania samomotywujące, oddające jego zrozumienie sytuacji („Wydaje mi się, że to poważna sprawa”), zmartwienie („Martwię się tym”), otwartość na zmianę („Muszę coś z tym zrobić”), optymizm („Pokonam to”).
- ❖ **Więcej pytań na temat zmiany.**



- ❖ **Wizualizacja** – klient zaczyna opowiadać o tym, jak jego życie mogłoby wyglądać po wprowadzeniu zmiany.
- ❖ **Eksperymentowanie** – jeśli klient ma czas między spotkaniami, może eksperymentować z różnymi podejściami do zmiany (np. chodzenie na spotkania grup wsparcia, powstrzymywanie się od grania przez kilka dni lub wcześniejsze powroty do domu z pracy; sięganie po książki, które opisują, jak wprowadzać zmianę)<sup>8</sup>.

### PRZYKŁADY JĘZYKA ZMIANY

<p><b>Pragnienie</b> – wypowiedzi wyrażające chęć, pragnienie, marzenie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ „Stanowczo chcę zerwać z hazardem na dobre”.</li> <li>❖ „Naprawdę chcę pracować mniej”.</li> <li>❖ „Część mnie chce to rzucić”.</li> <li>❖ „Nie będzie mi brakowało tego kopa”.</li> </ul>
<p><b>Zdolność</b> – wypowiedzi ilustrujące, na ile klient uważa, że posiada (lub nie) umiejętność, zdolności wprowadzenia zmiany</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ „To się uda, potrafię to zrobić, jeśli tylko spróbuję”.</li> <li>❖ „Mogę. ... Myślę, że wiem, jak to zrobić”.</li> <li>❖ „Wydaje mi się, że mógłbym...,ale nie wiem, czy mi się uda”.</li> <li>❖ „Jestem przekonany, że potrafię z tym skończyć”.</li> </ul>
<p><b>Powody</b> – wypowiedzi wskazujące konkretne powody, argumenty, przyczyny na rzecz wprowadzania lub niewprowadzania zmiany</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ „Nie ma mowy, abym znowu musiał znosić wizyty komornika z powodu moich długów”.</li> <li>❖ „Naprawdę nie chcę zaciągać kolejnych długów”.</li> <li>❖ „Nie chcę dawać złego przykładu moim dzieciom”.</li> <li>❖ „Jest coraz więcej powodów, dla których muszę ograniczyć pracę”.</li> <li>❖ „Myślę, że będę spokojniejszy, jeśli nie będę tak uganiał się za dziewczynami i seksem”.</li> <li>❖ „Wydaje mi się, że to pomaga mi się odprężyć”.</li> <li>❖ „Muszę przyznać, że nie widzę powodów, by grać mniej”.</li> </ul>

<sup>8</sup> S. R. Andrew, *dz. cyt.*, s. 93-95.



<p><b>Potrzeby</b> – wypowiedzi wyrażające, co sprawia, że zmiana jest konieczna, pilna lub co czyni ją trudną</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ „Stanowczo potrzebuję rzucić granie”.</li> <li>❖ „Potrzebuję mniej pracować”.</li> <li>❖ „To dla mnie dosyć ważne, aby zapanować nad seksem”.</li> <li>❖ „Zdaje mi się, że muszę to ograniczyć”.</li> <li>❖ „Potrzebuję trochę seksu, by móc żyć”.</li> </ul>
<p><b>Zobowiązanie do zmiany</b> – oznacza zgodę na zmianę lub zobowiązanie do jej podjęcia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ „Gwarantuję, że to zrobię”.</li> <li>❖ „Obiecuję, że podejmę te kroki, muszę uniknąć nawrotu”.</li> <li>❖ „Wiem, że potrafię to zrobić”.</li> <li>❖ „Jestem gotów wprowadzić zmiany w moim życiu”.</li> <li>❖ „Planuję chodzić na spotkania grupy wsparcia, będę chodził trzy razy w tygodniu”.</li> <li>❖ „Wierzę, że poradzę sobie z tym”.</li> <li>❖ „Mam nadzieję, że już nigdy nie doprowadzę do sytuacji, w której praca jest dla mnie ważniejsza niż dzieci”.</li> <li>❖ „Zastanowię się nad tym, co tu omówiliśmy”.</li> </ul>

Źródło: S. R. Andrew, *dz. cyt.*, s.. 89-90.

### Strategie ułatwiające wydobywanie i wzmocnienie języka zmiany:

- ❖ **Zadawanie pytań wydobywających otwartych** – to najprostszy sposób, aby poznać pragnienia, umiejętności, powody i potrzeby klienta w tym zawierają się pytania dotyczące celów i wartości oraz pytania o informacje zwrotne
- ❖ **Badanie skrajności** – dopytywanie klienta o to, co jego zdaniem jest największym zyskiem lub najbardziej negatywną konsekwencją wprowadzania lub niewprowadzania zmiany
- ❖ **Patrzenie w przeszłość** – retrospekcja, czy warto pozostać w ambiwalencji
- ❖ **Patrzenie w przyszłość** – pytanie klienta o wizję przyszłości po wprowadzeniu zmiany – plusy sytuacji
- ❖ **Używanie skalowania** (skala ważności/ufności/gotowości) – zadawanie pytań, które pozwalają zmierzyć motywację klienta pod kątem gotowości do zmiany, wagi zmiany, wiary w możliwość jej wprowadzenia, itp.<sup>9</sup> Przykład: „Wskaż na skali od 1 do 10, na ile jesteś

<sup>9</sup> [http://pttm.org.pl/?page\\_id=143](http://pttm.org.pl/?page_id=143)



zdecydowany zmienić to zachowanie (np. ograniczyć ...)?” (gdzie 1 oznacza całkowity brak pewności, a 10 maksymalną pewność).

Pytania skalujące służą zbieraniu informacji, są także wykorzystywane do motywowania, zachęcania klienta oraz wzmacniania procesu zmiany. Prosząc klienta o przedstawienie na skali liczbowej (lub z innymi symbolami) poziomu swoich problemów, priorytetów, osiągnięć, emocjonalnego zaangażowania w związku, terapeuta, ale i klient zyskuje możliwość ukształtowania opinii, dotyczącej wielu spraw<sup>10</sup>.

Choć należy zauważyć, że to i tak będzie subiektywna ocena klienta, mówiąca jak dana sprawa wygląda z jego perspektywy. Ponadto ze skalowania można dowiedzieć się o sygnałach zachodzących zmian, zarówno tych, mówiących o narastaniu problemu, jak i jego przezwyciężaniu.

### Tradycyjne skalowanie składa się z 5 etapów:

1. Na skali od 1 (lub 0), gdzie 1 (lub 0) oznacza ..... a 10 oznacza ....., proszę określić jak to jest teraz?
2. Co już jest, dzięki czemu ocenia Pani to na X a nie mniej niż X? (*obrazowanie obecnej sytuacji od strony pozytywnej*)
3. Kiedy było więcej niż dziś i jak to było? (*obrazowanie wyjątków*)
4. A jak będzie trochę wyżej na tej skali niż X, powiedzmy X+1, to co będzie inaczej? (*obrazowanie celu*)
5. Co będzie pierwszym, drugim krokiem na tej skali w kierunku X+1? (*obrazowanie pierwszego kroku w kierunku celu*)<sup>11</sup>.

W każdym z tych kroków ważne jest, by stosować technikę obrazowania, czyli pytać o zachowania, relacje z innymi, myśli, uczucia, wygląd, np.:

*Wyobraź sobie teraz taki moment w Twojej niedalekiej przyszłości, kiedy na skali od 1 do 10 będziesz mógł ocenić omawiany obszar o trochę więcej niż oceniłeś to w punkcie 1. Czyli kiedy będziesz mógł powiedzieć, "teraz to jest np. (dotychczasowa ocena) X + 1". Powiedz, co takiego będzie w tamtej sytuacji, co Ty będziesz robił, myślał, czuł, co będą robili inni, co będzie innego, dzięki czemu będziesz mógł ocenić tamtą sytuację wyżej niż obecnie?*<sup>12</sup>

<sup>10</sup> I. Krasiejko, *dz. cyt.*, s. 23.

<sup>11</sup> T. Świtek T., *Ścieżki rozwiązań*, Wyd. Księgarnia Akademicka, Kraków 2009, s. 86.

<sup>12</sup> I. Krasiejko, *dz. cyt.*, s. 23.



## Skalowanie:

1. Na ile klient wyraża chęć zmiany (na ile zmiana jest ważna)?
2. Na ile jest zdolny do zmiany (posiada możliwości wprowadzenia zmiany)?
3. Na ile jest gotów do wprowadzenia zmiany?

### 1. Chęć do zmiany.

Na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza **nie chcę zmiany**, polegającej na ....., a 10 w maksymalnym stopniu **chcę zmiany** polegającej na ....., na jakim punkcie na skali jesteś teraz?

Na ....

Co już jest, dzięki czemu ocenia Pani to na X a nie mniej niż X? (obrazowanie obecnej sytuacji od strony pozytywnej)

Kiedy było więcej niż dziś i jak to było? (obrazowanie wyjątków)

A jak będzie trochę wyżej na tej skali niż X, powiedzmy X+1, to co będzie inaczej? (obrazowanie celu)

Co będzie pierwszym, drugim krokiem na tej skali w kierunku X+1? (obrazowanie pierwszego kroku w kierunku celu).

### 2. Możliwości do wprowadzenia zmiany.

Na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza **nie jestem zdolny do zmiany**, polegającej na ....., a 10 w maksymalnym stopniu **jestem zdolny do zmiany** (mam możliwości ją wprowadzić) polegającej na ....., na jakim punkcie na skali jesteś teraz?

Na ....

Co już jest, dzięki czemu ocenia Pani to na X a nie mniej niż X? (obrazowanie obecnej sytuacji od strony pozytywnej)

Kiedy było więcej niż dziś i jak to było?(obrazowanie wyjątków)

A jak będzie trochę wyżej na tej skali niż X, powiedzmy X+1, to co będzie inaczej? (obrazowanie celu)

Co będzie pierwszym, drugim krokiem na tej skali w kierunku X+1? (obrazowanie pierwszego kroku w kierunku celu).

### 3. Gotowość do wprowadzenia zmiany<sup>13</sup>

Na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza **nie jestem gotowy wprowadzić zmianę**, polegającej na ....., a 10 w maksymalnym stopniu **jestem gotowy wprowadzić zmianę** polegającej na ....., na jakim punkcie na skali jesteś teraz?

Na ....

<sup>13</sup> Tamże, s. 24.



Co już jest takiego, że jest to gotowość na... a nie mniej?

Co już jest, dzięki czemu ocenia Pani to na X a nie mniej niż X? (obrazowanie obecnej sytuacji od strony pozytywnej)

Kiedy było więcej niż dziś i jak to było? (obrazowanie wyjątków)

A jak będzie trochę wyżej na tej skali niż X, powiedzmy X+1, to co będzie inaczej? (obrazowanie celu)

Co będzie pierwszym, drugim krokiem na tej skali w kierunku X+1? (obrazowanie pierwszego kroku w kierunku celu).

## Metody, techniki stosowane przy Dialogu Motywacyjnym

### Techniki służące do wydobywania i wzmacniania „języka zmiany”

NAZWA TECHNIKI	CHARAKTERYSTYKA	PRZYKŁADY WYPOWIEDZI
<b>pytania wywołujące język zmiany</b>	pytania o powody do zmiany, prośba o deklarację zobowiązania	Pod jakimi względami byłoby dla Pana użyteczne ograniczenie picia alkoholu?  Co uległoby poprawie, gdyby przestała Pani pić alkohol?  Co – jeśli cokolwiek – Pani teraz zrobi?  Jaki będzie Pana następny krok?
<b>uszczegóławianie</b>	prośba o podanie przykładów sytuacji ilustrujących zmiany; konkretne zachowania łatwiej zastosować w przyszłości	Powiedziała Pani, że kiedyś piła Pani mniej. Proszę mi opowiedzieć, co Pani wtedy konkretnie robiła i kto Pani w tym pomógł?
<b>odwołanie się do skrajności</b>	prośba o opis najgorszego z możliwych – w mniemaniu klienta – rozwoju wypadków, do którego może dojść, jeśli nadal będzie postępował w ten sam sposób oraz o najbardziej wymarzonych korzyści, które mogą potencjalnie wypłynąć ze	Mówi Pani, że wypija Pani 3-4 jednostki alkoholu dziennie, jak Pani myśli, jakie najgorsze sytuacje może to spowodować, jeśli będzie tak nadal?  A jakie największe korzyści mogłaby Pani mieć, gdyby choć



	zmiany; pokazanie pełnej perspektywy, aby powrócić i zagłębić aspekty bliższe aktualnej sytuacji	ograniczyła Pani picie do jednego?
<b>spoglądanie w przeszłość</b>	prośba o opis życia sprzed pojawienia się problemów; przypomnienie marzeń, aspiracji, wartości, przywrócenie wagi dawnym wartościom, zwiększenie nadziei na przyszłość, ponowne określenie celów	Jak wyobrażał sobie Pan swoje życie, gdy był Pan młody?
<b>spoglądanie w przyszłość</b>	koncentrowanie uwagi na tym, co się stanie, jeśli klient dokona zmiany lub co się wydarzy jak do niej nie dojdzie	Gdyby przestała Pani pić, jak wyglądałoby Pani życie za pół roku? Jak to wpłynęłoby na dzieci?  Jeśli Pani nie przestanie pić to jak Pani życie będzie wyglądało za dwa lata? Jak to wpłynie na dzieci?
<b>badanie celów</b>	odkrywanie celów klienta	Co jest dla Pana w życiu najważniejsze? Jak wpisuje się w to alkohol?  Jakim rodzicem chciałby Pan być?  Co chciałby Pan osiągnąć w życiu?
<b>informacje zwrotne na podstawie przeprowadzonych testów</b>	Informacje zwrotne, które odnoszą się do określonych norm i statystyk albo opierają się na celach, wartościach i spostrzeżeniach klienta	Przeciętnie wypija Pani w tygodniu 28 drinków to więcej niż średnia krajowa...
<b>skale chęci, możliwości i gotowości</b>	Pytania obrazujące na skali liczbowej chęć, możliwości lub gotowości	Terapeuta: Jak bardzo jest Pan przekonany, w skali od 1 do 10, że jest Pan gotowy ograniczyć picie alkoholu do jednego piwa



	gotowość klienta do wprowadzenia zmiany	<p>dziennie, gdzie 1 oznacza niską gotowość a 10 wysoką?</p> <p>Klient: 6.</p> <p>Terapeuta: Co sprawiło, że wybrał Pan 6 a nie mniej, np. 3?</p> <p>Klient: Boję się, że stracę pracę.</p> <p>Terapeuta: Co musiałyby się stać, aby przeszedł Pan z 6 na 7?</p>
--	---	--

Źródło: I. Krasiejko, *Narzędzia przydatne asystentowi rodziny w diagnozie pedagogicznej...*, s. 24-26.

Jednym ze sposobów, który może wykorzystać fachowo pomagający do pracy z osobą trwającą w stanie ambiwalencji jest arkusz ważenia decyzji.

### Arkusz ważenia decyzji

A..... wprowadzenie zmiany		B..... nie wprowadzenie zmiany	
Korzyści	Koszty	Korzyści	Koszty

### Zasady tworzenia arkusza ważenia decyzji:

- ❖ Istotne jest, aby tylko klient podawał argumenty za i przeciw.
- ❖ Argumenty te mogą być wpisywane przez niego lub asystenta w odpowiednie kolumny tabeli (nie musi być po kolei).
- ❖ Rozmowa powinna być prowadzona w luźnej atmosferze.





- ❖ Klient nie może czuć się przymuszony do zmian. Ma się przyglądać swojemu życiu teraz oraz kreślić wizję przyszłości, kiedy zmiana została wprowadzona. Warto wykorzystywać również pytania o tzw. wyjątki, czyli momenty w przyszłości, kiedy klientowi udało się żyć bez problemu. Pytać o to, co i kto mu wtedy było pomocne.
- ❖ Po wypisaniu korzyści i kosztów wprowadzenia i nie wprowadzenia zmiany można zadać pytania o chęć, możliwości i gotowość do wprowadzenia zmiany.
- ❖ Badając chęć do zamiany bada się jednocześnie na ile zmiana jest faktycznie ważna dla klienta.
- ❖ Gdy klient uświadomi sobie rozbieżność między stanem obecnym a pożądanym lub oczekiwanym ideałem, to zapoczątkowany zostanie proces zmiany.
- ❖ Postrzegana mała ważność uważana jest za opór lub wyparcie. Aby wzbudzić zmianę należy rozwinąć rozbieżność – wzmocnić postrzeganą ważność zmiany. Należy dotrzeć do wartości klienta (np. dzieci, zdrowie, jedność rodziny).
- ❖ Ufność w możliwość wprowadzenia zmiany. Ludzie mogą być chętni, ale nie czuć się do niej zdolni: „chciałabym, ale nie potrafię”. W tym przypadku być może będzie potrzeba przypomnieć klientowi, że kiedyś potrafił to zrobić skutecznie lub wspomóc klienta zasobami zewnętrznymi (trening umiejętności, towarzyszenie, zmiana otoczenia).

Warto, aby terapeuta/asystent rodziny nauczył się **uważnie słuchać klienta**.

#### **Klienci mogą wyrażać:**

- **pragnienie zmiany** (np. nie chcę być takim człowiekiem),
- **zdolność do zmiany** (np. potrafię ograniczyć picie do jednego piwa dziennie, po prostu muszę się do tego zobowiązać),
- **podają powody do zmiany** (np. może żona przestałaby mnie męczyć, gdybym mniej pił),
- **problemy ze status quo** (np. muszę zapanować nad moim picciem),
- **zobowiązują się do zmiany** (np. zamierzam powiedzieć Kaśce, żeby nie wyciągała mnie na piwo do baru, gdyż za zaoszczędzone pieniądze chcę posłać dziecko na wycieczkę).

Jeszcze raz warto podkreślić sprawę uczenia się prowadzenia dialogu motywującego. **Jako metoda, która z pozoru może wydawać się prosta do zastosowania, wymaga on gruntownego przygotowania, a także stałego monitorowania zgodności prowadzonej pracy z duchem i zasadami DM.** Należą do nich oceny globalne za pomocą skali MITI

**Oceny globalne** służą do sformułowania opinii o jakości interakcji. Opinię tę formułuje oceniający. Przyznając punkt od 1 do 5 na danej sali. Te oceny pozwalają zobaczyć, w jaki



sposób terapeuta wyraża tzw. ducha „melodii” dialogu motywującego uchwyconego w następujących wymiarach:

1. Wywoływaniu tematu zmiany,
2. Współpracy,
3. Wspieraniu autonomii,
4. Ukierunkowywaniu,
5. Empatii<sup>14</sup>.

### Przykładowa ocena za pomocą skali MITI

<b>Cel: skrócenie czasu pracy</b>				
<b>Oceny globalne</b>				
WYWOŁYWANIE TEMATU ZMIANY				
1	2	3	4	5
skala mierzy na ile terapeuta rozumie, że motywacja do zmiany i zdolność do zmierzania ku zmianie zależą od klienta i dlatego terapeuta skupia się na wydobyciu i wzmocnieniu motywacji w ramach relacji terapeutycznej				
WSPÓŁPRACA				
1	2	3	4	5
skala mierzy stopień, w jakim terapeuta zachowuje się w sposób, który podkreśla, że interakcja zachodzi między dwoma równymi sobie partnerami. Obie strony posiadają wiedzę, która może być skutecznie wykorzystana w rozwiązaniu problemu				

<sup>14</sup> D. Ernest, A. Derwich, J.M. Jaraczewska, B. Kita, M. Połec, *Ocena trafności stosowania dialogu motywującego. Supervizja, szkolenia i badania naukowe*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk-Zientara, Eneteia, Warszawa 2015, s. 103.



WSPIERANIE AUTONOMII				
1	2	3	4	5
<p>skala służy do oceny, w jakim stopniu terapeuta aktywnie dąży do tego, by klient dokonywał wyboru, zamiast zmierzać do przejęcia kontroli nad zachowaniem i wyborami klienta. Wyniki na tej skali pokazują zarówno unikanie określonego postępowania jak i aktywne zmierzanie w kierunku ułatwienia i wzmocnienia współpracy i wsparcia ze strony terapeuty</p>				
<p>Duch DM =</p> <p>(Wywoływanie + Współpraca + Wspieranie autonomii)/3 = <b>4,66</b></p> <p>Oraz:</p>				
UKIERUNKOWYWANIE				
1	2	3	4	5
<p>skala mierzy stopień, w jakim terapeuta utrzymuje skoncentrowanie na określonym zachowaniu docelowym lub kwestiach, które bezpośrednio się do niego odnoszą. W przeciwieństwie do innych skal wysokie wyniki w tym wymiarze nie koniecznie odzwierciedlają biegłość w stosowaniu dialogu motywującego</p>				
EMPATIA				
1	2	3	4	5
<p>skala mierzy, do jakiego stopnia terapeuta rozumie klienta lub czyni wysiłek, by uchwycić perspektywę i uczucia klienta, czyli w jakim stopniu terapeuta dąży, by wczuć się w przeżycia i myśli klienta. Empatii nie należy mylić z ciepłem, akceptacją, autentycznością lub stawaniem po stronie klienta. Te kwestie są niezależne od oceny empatii. Słuchanie z odzwierciedlaniem stanowi istotny element tej skali, jednak ogólna ocena w tym wymiarze dotyczy wysiłku terapeuty, by zrozumieć punkt widzenia klienta i przekonania go o swoim zrozumieniu</p>				



### Kategorie wypowiedzi

Zachowania specjalisty	Wynik całkowity
Udzielanie informacji	0
Zgodne z DM (pytanie o zgodę, dowartościowanie, podkreślanie kontroli klienta, wyrażanie zrozumienia)	3
Niezgodne z DM (doradzanie, konfrontowanie, kierowanie)	0
Pytania zamknięte	3
Pytania otwarte	3
Odzwierciedlenia proste	2
Odzwierciedlenia złożone	4

### Podsumowanie skali

Skala	Kompetencje na poziomie podstawowym	Kompetencje na poziomie biegłym	Ocena specjalisty
Ogólna ocena ducha DM	Średnia 3,5	Średnia 4	4,66
Proporcja	1:1	>2:1	1:1



odzwierciedleń do pytań			
% odzwierciedleń złożonych	40%	50%	66,6%
% pytań otwartych	50%	70%	50%

### Mocne strony specjalisty

#### (z uwzględnieniem przykładów)

Wśród wypowiedzi mocno zaznaczają się dowartościowania i akceptująca postawa.

*Jakie to ważne, co powiedziałaś, że ten taniec byłby takim **pierwszym krokiem** uczenia się zachowywania właśnie tej równowagi między życiem zawodowym a życiem osobistym. Byłoby takim walczeniem, tak jak to nazwałaś, walczeniem o samą siebie, o ten czas dla siebie.*

*Jakie to ważne, o czym mówisz, że jest w tobie właśnie taka potrzeba pełnego rozwijania siebie.*

Odzwierciedlenia złożone wydobywają nowy aspekt wypowiedzi klientki, inspirują do rozwijania wypowiedzi.

Terapeutka nie wprost podkreśla autonomię klientki – robi to poprzez pytanie o jej własne cele, wartości, pomysł, jak wprowadzić zmianę.

*Chciałabym ciebie zapytać, jeśli pozwolisz, jaki jest twój cel, jaka jest twoja wartość, do której zmierzasz?*



Źródło: D. Ernest, A. Derwich, J.M. Jaraczewska, B. Kita, M. Połec, *Ocena trafności stosowania dialogu motywującego. Superwizja, szkolenia i badania naukowe*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk-Zientara, Eneteia, Warszawa 2015s. 106-107.

## Bibliografia:

Andrew S. R., *Dialog motywujący w terapii uzależnień behawioralnych*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk-Zientara, Eneteia, Warszawa 2015

Ernest D., Derwich A., Jaraczewska J.M., Kita B., Połec M., *Ocena trafności stosowania dialogu motywującego. Superwizja, szkolenia i badania naukowe*, [w:] *Dialog motywujący. Praca z osobami uzależnionymi behawioralnie*, red. J.M. Jaraczewska, M. Adamczyk- Zientara, Eneteia, Warszawa 2015

Krasiejko I., *Narzędzia przydatne asystentowi rodziny w diagnozie pedagogicznej*, [http://pimis.home.pl/kreator/data/documents/Narzedzia ar diagnoza.pdf](http://pimis.home.pl/kreator/data/documents/Narzedzia_ar_diagnoza.pdf), s. 26.

Miller . R., Rollnick S., *Dialog motywujący. Jak pomoc ludziom w zmianie* (tłum. R. Andruszko), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014

Rosengren D. B., *Rozwijanie umiejętności w Dialogu Motywującym. Podręcznik praktyka z ćwiczeniami*, Wyd. UJ, Kraków 2013

Świttek T. *Ścieżki rozwiązań*, Wyd. Księgarnia Akademicka, Kraków 2009

[http://pttm.org.pl/?page\\_id=143](http://pttm.org.pl/?page_id=143)

