

Slezská univerzita v Opavě
Fakulta veřejných politik v Opavě

Sociální komunikace v pomáhajících profesích

Mgr. Silvie Quisová, Ph.D.

Opava 2020

Obsah

ÚVODEM.....	5
1 OSOBNOSTNÍ NÁROKY A PROFESNÍ KOMPETENCE PRACOVNÍKA POMÁHAJÍCÍCH PROFESÍ.....	7
1.1 Osobnostní potenciál pracovníka	7
1.2 Komunikační dovednosti pracovníka	9
1.3 Osobnostní a profesní (odborný) rozvoj pracovníka	11
1.4 Syndrom vyhoření, syndrom pomocníka a supervize	12
1.5 Předpoklady a zásady poradenské práce	15
1.5.1 Chyby v poradenské práci	16
2 ÚVOD DO KOMUNIKACE.....	20
2.1 Komunikace a související pojmy.....	20
2.1.1 Syntax, sémantika a pragmatika.....	21
2.2 Obsahová a vztahová rovina komunikace	23
3 KOMUNIKAČNÍ PROCES	31
3.1 Struktura komunikačního procesu	31
3.2 Překážky v komunikaci	35
3.3 Doporučení pro optimalizaci komunikačního procesu	37
4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE.....	41
4.1 Formy komunikace	41
4.2 Neverbální komunikace	42
4.2.1 Základní složky neverbální komunikace	43
4.2.2 Hlasová hygiena	47
4.3 Doporučení pro optimalizaci neverbální komunikace	48
5 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE.....	51
5.1 Verbální komunikace	51
5.1.1 Denotace a konotace.....	52
5.2 Umění kladení otázek	53

5.2.1 Typy otázek	54
5.2.2 Uzavřené otázky	55
5.2.3 Otevřené otázky.....	57
5.2.3 Zázračná otázka	59
5.3 Doporučení pro optimalizaci verbální komunikace	61
6 AKTIVNÍ NASLOUCHÁNÍ.....	64
6.1 Aktivní naslouchání v komunikaci.....	64
6.1.1 Povzbuzení.....	66
6.1.2 Objasnění	67
6.1.3 Parafrázování	68
6.1.4 Zrcadlení (reflektování).....	69
6.1.5 Shrnutí	70
6.1.6 Ocenění	71
6.2 Empatie a emoční inteligence.....	72
7 PORADENSKÝ ROZHOVOR.....	76
7.1 Poradenský rozhovor a jeho fáze	76
7.1.1 Příprava na jednání	78
7.1.2 Otevření jednání	79
7.1.3 Dojednávání a vyjasňování.....	81
7.1.4 Ukončení jednání.....	83
7.1.5 Reflexe	84
7.2 Doporučení pro vedení poradenského rozhovoru.....	84
8 PŘÍSTUPY U SVÍZELNÝCH TYPŮ KLIENTŮ	88
8.1 Reakce na zátěž a obranné mechanismy.....	88
8.2 Svízelné typy klientů.....	90
8.3 Agresivní typ klienta.....	92
8.3.1 Zásady komunikace s agresivním typem klienta	93
8.3.2 Zásady komunikace s bezohledně – agresivním typem klienta	94
8.4 Depresivní typ klienta	95

8.4.1 Zásady komunikace s depresivním typem klienta	96
8.5 Úzkostný typ klienta	96
8.5.1 Zásady komunikace s úzkostným typem klienta	98
8.5.2 Zásady komunikace s úzkostně - agresivním typem klienta	99
8.8 Neurotický typ klienta	99
8.6.1 Zásady komunikace s neurotickým typem klienta	100
8.7 Narcistní typ klienta	101
8.7.1 Zásady komunikace s narcistním typem klienta	102
8.8 Pedantérní typ klienta	102
8.8.1 Zásady komunikace s pedantérním typem klienta	103
8.9 Nepřístupný typ klienta	103
8.9.1 Zásady komunikace s nepřístupným typem klienta	104
8.10 Histrionský typ klienta	104
8.10.1 Zásady komunikace s histrionským typem klienta	105
8.11 Asertivita jako přístup ke svízelným typům klientů	105
8.11.1 Agresivita, pasivita, asertivita	107
8.11.2 Asertivní práva	108
8.11.3 Asertivní techniky	109
8.12 Doporučení pro předcházení konfliktu	114
ZÁVĚREM	117
POUŽITÁ LITERATURA A LITERATURA K SAMOSTUDIU	118

ÚVODEM

Vážení čtenáři.

Následující text *Sociální komunikace v pomáhajících profesích* je určen nejen jako studijní opora pro studenty předmětu stejného názvu, ale věřím, že může poskytnout užitečné informace i dalším čtenářům, kteří se chtějí dále vzdělávat v oblasti komunikace a práce s lidmi. Studijní opora poskytuje základní informace o komunikaci, ale i pokročilé vědomosti z oblasti sociální komunikace.

Proč tento text číst? Pro pomáhající pracovníky představuje sociální komunikace jednu z nejnositelnějších kompetencí jejich profese a tento text čtenářům nabízí osvojení si velkého množství užitečných informací z oblasti mezilidské komunikace. Mezilidská komunikace bývá často podceňována v důsledku mylného předpokladu, že všichni umíme komunikovat, jsme přece dospělí a při dobré vůli se nějak domluvíme. Pokud pracovník nezná efektivní metody komunikace, naslouchání specifika komunikace s cílovou skupinou apod., může jeho komunikace vést ke zvyšování nežádoucího stresu u klienta, k pocitům nepochopení a nerespektování jeho osoby. Výsledkem pak mohou být zbytečné konflikty mezi pracovníkem a klientem nebo odmítání pomoci a nespolupráce klienta s pracovníkem.

Text je rozdělen do osmi kapitol, ve kterých se čtenář postupně seznámí s požadavky na osobnostní charakteristiky pracovníka v pomáhající profesi, se základními pojmy z oblasti komunikace, dále pak s pravidly verbální a neverbální komunikace, technikami aktivního naslouchání, vedením poradenského rozhovoru a se specifiky komunikace se svízelnými typy klientů.

V úvodu každé kapitoly jsou zformulovány cíle, které čtenáře informují o vědomostech, které získá prostudováním dané kapitoly. Následuje průvodce textem, který čtenáře informuje o obsahu kapitoly, a klíčové pojmy. Text studijní opory obsahuje příklady z praxe, které dokreslují komunikační jevy a strategie. V závěru kapitoly jsou otázky k procvičení vědomostí a korespondenční úkoly. Zodpovězením otázek a vypracováním korespondenčních úkolů si čtenář ověří úroveň svých vědomostí a dovedností. Písemně zpracované korespondenční úkoly odevzdává student vyučujícímu ke kontrole. Správné odpovědi nalezne čtenář vždy v dané kapitole nebo v použité

literatuře. V závěru studijní opory je přehled použité literatury, která je zároveň literaturou k samostudiu.

Přeji všem čtenářům hodně studijních úspěchů a vítám konstruktivní poznámky a připomínky ke studijnímu textu.

Autorka

1 OSOBNOSTNÍ NÁROKY A PROFESNÍ KOMPETENCE PRACOVNÍKA POMÁHAJÍCÍCH PROFESÍ

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat optimální osobnostní potenciál pomáhajícího pracovníka a být schopni zmapovat své vlastní předpoklady pro profesi;
- rozumět potřebě dalšího osobnostního a profesního růstu pomáhajícího pracovníka a stanovit vlastní oblasti rozvoje;
- rozlišovat efektivní a neefektivní komunikační strategie;
- odhalit chyby v poradenské práci a stanovit zásady komunikace pracovníka s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

Tato kapitola umožní čtenáři hlouběji proniknout do osobnostního potenciálu pracovníka pomáhajících profesí a seznámit se s jeho profesními kompetencemi. Čtenář lépe porozumí nárokům sociální práce v souvislosti se syndromem pomáhajících a syndromem vyhoření. Proto je součástí kapitoly je i osobnostní a profesní vývoj pracovníka v pomáhající profesi a téma supervize. Důležitou část první kapitoly tvoří souhrn komunikačních dovedností pomáhajícího pracovníka, a dále metody, zásady a chyby v poradenské práci.

KLÍČOVÉ POJMY

pomáhající pracovník, osobnostní potenciál pomáhajícího pracovníka, osobnostní a profesní rozvoj, sebezkušenostní výcvik, profesní etika, syndrom vyhoření, syndrom pomáhajících, supervize, předpoklady a zásady poradenské práce, chyby v poradenské práci

1.1 Osobnostní potenciál pracovníka

Na pomáhajícího pracovníka jsou v praxi kladeny vysoké nároky jak po stránce profesní, tak osobnostní. U nezkušeného nebo nedostatečně osobnostně vybaveného či profesně nekompetentního pracovníka se díky vysokému pracovnímu stresu mohou rychle rozvinout příznaky syndromu vyhoření. Takový pracovník pak ubližuje nejen sobě, ale i klientům, způsobuje konflikty na pracovišti, znehodnocuje poslání sociálních služeb atd.

Pomáhající pracovník (dále jen pracovník) pracuje (Matoušek, 2003, s. 13):

- s klienty, s jejich rodinami;
- s přirozenými skupinami, např. s partami mládeže na městském sídlišti;
- s uměle vytvořenými skupinami, jakými jsou např. školní třídy nebo skupiny lidí trávící život v ústavu sociální péče či ve vězení;
- s místními komunitami, tj. s lidmi žijícími v jednom místě.

Podle Matouška (2003) má pomáhající pracovník obecně disponovat:

- fyzickou zdatností,
- inteligencí a touhou stále obohacovat své znalosti, včetně emoční inteligence,
- přitažlivostí nejen fyzickou, ale také pro odbornost a pro jednání s klientem,
- důvěryhodností – může zahrnovat složky jako diskrétnost, spolehlivost, porozumění apod.,
- komunikačními dovednostmi – fyzická přítomnost, naslouchání, empatie a schopnost analyzovat klientovy prožitky.

Rogers, Truax a Carkhuff (in Matoušek, 2003) se shodují v hypotéze o vlastnostech pracovníka, jejíž podstatu tvoří:

- **empatie**; pracovník je schopen vcítit se do klientů a vidět svět jejich očima, i když sám zůstává mimo;

- **úcta**; pracovník přijímá klienta jako cenné osoby bez ohledu na to, kým jsou, co říkají nebo co dělají;
- **pozitivní vztah**; pracovník je otevřený, musí umět prokázat, že má pozitivní vztah ke klientům, a to bez jakýchkoli podmínek;
- **upřímnost** by měla být základem pracovníkovy poctivosti, srdečnosti a nepřítomnosti jakékoli přetvářky;
- **konkrétnost a kongruence**; pracovník nemá skrývat své pocity, jeho verbální i neverbální chování si nesmí navzájem odporovat a pro klienta musí být zcela čitelné.

Zatímco Rogers (in Matoušek, 2003) považoval tyto vlastnosti pracovníka za nutné a současně dostačující, Carkhuff (in Matoušek, 2003) je přesvědčen, že jsou nedostačující a pracovník musí absolvovat sebezkušenostní výcvik a dále pracovat na svém osobnostním a profesním růstu, aby uměl vést klienta k pochopení rozmanitostí života a dokázal rozvíjet klientovy dovednosti.

Různí autoři poukazují na další kompetence pracovníka, např. pracovník má v sobě slučovat některé povahové rysy tradičně připisované různým pohlavím: z ženské povahy emotivní zaměření, pochopení pro druhé, citlivost a takt; z mužské povahy převážně racionální orientaci, rozhodnost a objektivitu. Dále je doporučováno pracovníkům mít tyto vlastnosti: dostatečnou inteligenci (mírně nadprůměrná až nadprůměrná), životní energii, přirozený optimismus, otevřenost, flexibilitu, přiměřenou životní zralost, vnitřní poctivost, respekt pro lidská práva, snahu pomáhat druhým, dobře znát sama sebe, bezvýhradně přijímat svou osobnost s jejími přednostmi i chybami, ochotu odpouštět mylná rozhodnutí sobě i klientům skrze vědomí vlastních slabostí atd.

V čem se však většina odborníků shoduje, je názor, že v současnosti je potřeba, aby existovali pracovníci s širokým psychosociálním zaměřením, kteří vládou rozsáhlými dovednostmi a metodami, a proto jsou schopni pomáhat širokému okruhu lidí v mnoha různých směrech.

1.2 Komunikační dovednosti pracovníka

Komunikační dovednosti jsou důležitým nástrojem pro práci s klienty všech pomáhajících pracovníků. Odbornost pracovníka, která není doprovázena vysokou komunikační zdatností, ztrácí na významu. Klient, který by mohl být ošetřen s vysokou odborností, odmítá s pracovníkem spolupracovat, protože jej jeho způsob komunikace znejišťuje, uráží, ponižuje, ohrožuje apod.

Rozvoj komunikačních dovedností pomáhajícího pracovníka je tedy nezbytnou součástí jak teoretické, tak praktické profesní přípravy. K základním komunikačním dovednostem pomáhajícího pracovníka patří schopnost srozumitelné a přiměřené verbální i neverbální komunikace, aktivního naslouchání, vedení poradenského rozhovoru.

Specifika komunikace s různými cílovými skupinami klientů souvisí také se znalostmi z oblasti psychologie, sociologie a speciální pedagogiky. Především znalost zákonitostí vývojové psychologie, psychologie osobnosti a dalších psychologických věd je tedy důležitou součástí celkové přípravy pomáhajícího pracovníka, která následně může být rozvíjena praktickými zkušenostmi.

Komunikační dovednosti, které eliminují bariéry v komunikaci s klientem (Slowík, 2010):

- aktivní a pozorné naslouchání,
- respektování dorozumívacích možností,
- přizpůsobení se komunikační situaci,
- přijímání druhého jako rovnocenného partnera.

Pravidla úspěšné komunikace pro pomáhající pracovníky s různými typy klientů (Robb, Barrett, Komaromy, 2004):

- Efektivní komunikace odpovídá rolím komunikačních partnerů, respektující a přijímající člověka takového, jaký je, včetně jeho aktuální situace a sociálního statusu.
- Komunikace pracovníka s konkrétním klientem odpovídá jeho úrovni porozumění, upřednostňované komunikační formě a způsobu vyjadřování.

- Forma, úroveň a rychlost účinné komunikace odráží individuální schopnosti a osobní preference klienta.
- Při komunikaci jsou minimalizovány všechny překážky, které ji znesnadňují.
- Efektivní komunikace je podpořena přiměřeným výrazem tváře, řečí těla, zrakovým kontaktem, postojem a volbou prostředí, v němž se odehrává.
- Míru pochopení předávaných informací si pracovník neustále ověřuje.
- Je-li od počátku komunikace neúspěšná, pracovník hledá a zvolí jiný přístup.
- Vzhledem k důležitosti hlasu, jako pracovního nástroje pomáhajícího pracovníka, je také nutné dbát na správnou hygienu mluveného projevu. Příliš hlasitá, halasná nebo sípavá řeč jistě nevzbudí u klienta sympatie a může být i na překážku navázání kontaktu a získání důvěry.

Nelešovská (2005) uvádí podstatné zásady hlasové hygieny:

- hovořit ve vyvětrané místnosti,
- v řeči dělat pauzy,
- nekřičet, nepřepínat hlasovou sílu a výšku,
- zachovávat opatrnost při šepotu,
- neodkašlávat naprázdno,
- v letním období omezit při vysokých teplotách pití příliš studených nápojů,
- nemluvit dlouho v mrazivém ovzduší,
- šetřit hlasivky při nemoci (angína, chřipka),
- nezdržovat se v zakouřené místnosti, zachovávat střídmost v kouření i v požívání alkoholických nápojů,
- hlasu prospívá: otužování, řeč v přiměřené síle, hlasová cvičení, zpěv, spánek, zdravá životospráva apod.

1.3 Osobnostní a profesní (odborný) rozvoj pracovníka

Osobnostní rozvoj pomáhajícího pracovníka zahrnuje sebepoznání, podrobné zmapování své osobnosti, svých předností, rezerv i nedostatků, dále rostoucí sebeuvědomění, sledování vlastní úspěšnosti a rozvoje, poskytování a přijímání podpory prostřednictvím komunikace, učení se od druhých. Nejeftivnějším způsobem, jak pracovat na svém sebepoznání a sebeuvědomění jsou **sebezkušenostní výcviky**. Kopřiva (2006, s. 132) uvádí, že „smyslem sebezkušenostního výcviku je uvědomit si svá citlivá místa, dostat se do kontaktu s nejdůležitějšími vlastními emočními traumaty a najít pro ně pojmenování – aby se zmenšila možnost, že si pracovník bude své vnitřní problémy odreagovávat na klientech, a dále aby se pracovník naučil v celé své další profesionální dráze sám sebe reflektovat.“ Pracovník se na výcviku učí v bezpečném prostředí přijímat zpětnou vazbu od ostatních účastníků výcviku, kterou může využít k dalšímu růstu.

Teoretická odborná výuka pracovníka zahrnuje všeobecnou znalost psychologie, a zvláště znalost důležitých teorií osobnosti a strategie hlavních poradenských škol, které z těchto teorií osobnosti vycházejí. **Praktická odborná výuka** pracovníka učí, jak poradenský proces od začátku až do ukončení řídit a které odborné techniky lze v různých situacích používat. Aby si kvalifikovaný pracovník počínal odborně a dosahoval úspěchu ve své práci, musí mít solidní teoretické vzdělání a vědět, jak své teoretické poznatky uplatňovat v praxi. Odbornost v pomáhající profesi souvisí s vírou klienta, že pracovník zná odpovědi na řadu otázek, které klienta trápí, a má také informace, jak dané problémy zvládat. Vedle soustavného sebevzdělávání by měl pracovník absolvovat další cílené profesní kurzy a specificky zaměřené výcviky, například na komunitní práci, rozvoj verbálních i neverbálních technik v interpersonální komunikaci, zlepšení sociální percepce, psychoterapeutický výcvik, relaxační techniky apod. (Novosad, 2000).

1.4 Syndrom vyhoření, syndrom pomocníka a supervize

Soustavné vzdělávání pomáhajících pracovníků je jedním z nástrojů prevence syndromu vyhoření. **Syndrom vyhoření** (*burn-out effect*) je soubor typických příznaků vznikajících u pracovníků v důsledku nezvládnutého pracovního stresu. Syndrom je

definován jako stav celkového, především pak psychického vyčerpání, jež se projevuje v oblasti poznávacích funkcí, motivace i emocí a jež zasahuje a ovlivňuje postoje, názory, ale i výkonnost a profesionální chování a jednání. Vyhoření je tedy důsledek nerovnováhy mezi profesním očekáváním a profesní realitou, mezi ideály a skutečností. Podle Novosada (2000) jsou prevencí syndromu vyhoření nejen nejrůznější antistresové nebo relaxační programy, ale také vlastní schopnost se odreagovat, motivovat se k odborné i zájmové činnosti a dodržovat základní principy duševní hygieny. Novosad (2000, s. 95) uvádí: „Prvním krokem k prevenci je naslouchání signálům z vnějšího prostředí (kolegové, klienti, rodina) i to, že si uvědomím, že to mohu být i já, kdo je syndromem vyhoření ohrožen, i trvalá sebereflexe a sebekontrola, kontrola toho, co dělám.“

Syndrom vyhoření je vyvrcholením procesu, který může trvat řadu let nebo jen několik měsíců a probíhá v různě dlouhých fázích:

- Nultá fáze (nadšení, ideály), předfáze: jedinec pracuje co nejlépe, snaží se, přesto má pocit, že požadavkům není možné dostát a jeho snaha není dostatečně ohodnocena, tato fáze představuje jakési podhoubí pro vznik syndromu vyhoření.
- Fáze stagnace: pocit, že jedinec nic nestíhá, jeho práce začíná ztrácet systém, povinnosti obtěžují, redukuje se ideály, klesá nadšení pro práci.
- Fáze frustrace: vyskytují se symptomy neurózy (např. úzkost) spolu s pocitem, že jedinec stále musí něco dělat, přičemž výsledkem je chaotické jednání, negativní vnímání aspektů práce, zklamání z výsledků své práce.
- Fáze apatie: alespoň „něco“ se dělat musí.
- Fáze vyhoření: pocit, že „něco uděláno být musí“, mizí a nahrazuje ho opačný pocit – že se nemusí nic; pouhá přítomnost druhých lidí jedince dráždí, přidružuje se ztráta veškerého nadšení a zájmu, převládá únava, zklamání a vyčerpání. (Novosad, 2000)

Sebezkušenostní cvičení umožňují pracovníkovi i rozpoznání syndromu pomáhajících. **Syndrom pomocníka** představuje podle Schmidbauera (2008) nebezpečí, kterému jsou vystaveni lidé pracující v pomáhajících profesích – potřebě

pomáhat, která je nevědomou obranou, kompenzující neschopnost prožívat a vyjadřovat vlastní emoce a potřeby. Jedná se o specifickou narcistickou poruchu, která vzniká jako rané trauma odmítnutého dítěte. Takový pracovník trpí hladem po porozumění, uznání, vděčnosti a obdivu. Pokud takový pracovník neabsolvuje výcvik nebo se neúčastní soustavné supervize, může docházet k poškozování klientů.

Další z mechanismů prevence syndromu vyhoření, a především nástroj ke zvyšování kvality poskytování sociální služeb je **supervize**. Jedná se o činnost pod odborným vedením, spolupráci se staršími, zkušenějšími kolegy a vzájemnou výměnu zkušeností. „Supervize je metoda kontinuálního zvyšování profesionálních kompetencí pracovníka, vede pracovníka k samostatnému vykonávání profese, chrání klienta před nekompetentními postupy pracovníků a současně chrání status profese nebo profesní skupiny“ (Gabura, Pružinská, 1995, s. 96).

„Nadhled neboli supervize, to je cosi, co pracovník nutně potřebuje, aby se nezahltil. Potřebuje získat nadhled, kdykoli cítí, že to, co se děje, by nemělo být anebo mělo být jinak, jenže se mu nedaří té změny dosáhnout. K získání nadhledu potřebuje pracovník pomoc sám pro sebe. Potřebuje někoho, s nímž si o tom může popovídat, tedy supervizora čili toho, kdo pomáhá získat nadhled neboli supervizi“ (Úlehla, 2005, s. 117).

Kvalitní supervize je přínosem pro pracovníky a organizace poskytující sociální služby hned v několika směrech (Úlehla, 2005):

- vyjasnění poslání pracoviště a celé organizace;
- prevence syndromu vyhoření pracovníků;
- prevence zahlcenosti a přepracovanosti;
- účinné zvládnání pocitů bezmoci a viny;
- účinnější zacházení s vlastními zdroji pracovníků.

Tím vším přispívá supervize ke zlepšení sociálních služeb, které pracovníci nabízejí, ke zvýšení efektivity a dobrého jména organizace.

Jednou z metod užívaných i při supervizi v pomáhajících profesích jsou tzv. balintovské skupiny. Jde o přesně strukturovaný proces, který se zabývá vztahovými problémy

plynucími z výkonu pomáhající profese. Autorem metody je Michael Balint (1896–1970), který na základě své praxe došel k přesvědčení, že se lékař musí zabývat nejen pacientovou nemocí, ale celým člověkem v kontextu jeho konkrétního života. (Matoušek, 2003)

Příklad z praxe: *Pracovnice na skupinové supervizi v domově pro seniory říká: „Myslela jsem, že po 10 letech v praxi mě nemůže nic překvapit. Když jsem díky skupině pochopila, že mé zdravotní a psychické obtíže souvisí s nedávnou smrtí dvou mých dlouholetých klientů, trochu se mi ulevilo. Vůbec jsem si nechtěla připustit, že se mě jejich odchod nějak dotknul, nikde jsem o tom nemluvila, zakázala jsem si i brečet. Říkala jsem si, že tohle profesionál nedělá. Jsem ráda, že jsem to mohla tak otevřeně říct a nikdo mě neodsoudil. Dneska jsem si konečně poplakala s úlevou.“*

1.5 Předpoklady a zásady poradenské práce

Podle Novosada (2000) existují pro efektivní a profesionální jednání s klienty tyto nezbytné předpoklady:

- vždy si uvědomovat sám sebe a znát své „slabiny“,
- získat a udržet si důvěru lidí,
- umět se ovládat,
- nezapomínat na podvědomé motivy lidského chování,
- uvědomovat si, že nepřiměřené, iracionální chování jedince může být maladaptivní reakcí či formou vyrovnání se s náročnou, extrémní životní situací nebo může být projevem maladjustace,
- být schopen se přiměřeně prosadit,
- neignorovat, ale rozvíjet žádoucí vlastnosti usnadňující jednání s lidmi, tj.: autentičnost, bezprostřednost, emotivnost, schopnost empatie, nezříkat se konfrontace, angažovat se pro určitý cíl, myšlenku, konkrétnost, otevřenost.

Při poradenské práci se pracovník řídí těmito zásadami (Novosad, 2000):

- navázání kontaktu,

- navození spolupráce,
- důvěra, pravda s perspektivou,
- realistický optimismus,
- porozumět znamená pomoci.

Každý, kdo pracuje s lidmi, má mít dle výše uvedených zásad a předpokladů schopnost jednat s lidmi, pozitivně působit na jejich názory i postoje a ovládat zásady dobré komunikace. Tyto dovednosti nezíská pracovník jen odborným výcvikem a vzděláváním, ale je nutné také mít jistou dávku nadání, praxe a životních zkušeností.

1.5.1 Chyby v poradenské práci

Podle Novosada (2000) brání v navázání dobrého kontaktu mezi pracovníkem a klientem tyto překážky:

- dogmatismus a dirigování; pracovník je v roli nadřízeného, všechno ví a zná, klient nemá právo na svůj názor a své postoje;
- bleskové diagnózy; pracovník omračuje klienta bleskovými diagnózami, ukončuje rozhovor, a tím se často připravuje o podstatná fakta a skutečné jádro problému;
- nachytání; pracovník se chytá nedokonalých formulací klienta nebo rozporných výroků, činí neoprávněné závěry;
- zevšeobecňování, bagatelizace; pracovník poukazuje na stejné nebo ještě větší problémy jiných lidí, „zmenšuje“ problém klienta;
- zveličení zásluh; pracovník přehnaně zdůrazňuje vlastní zásluhy na řešení situace klienta;
- moralizování a kategorické hodnocení; pracovník je spíše v roli rodiče, ohání se morálkou, odsuzuje klienta za jeho chování, hodnotí, co je správné a co ne;
- monologizace; pracovník vede monolog bez zpětné vazby, bez komunikace s klientem;

- přísná racionalizace; pracovník bere klienta jako „případ“, preferuje rozumová hlediska, potlačuje emocionalitu, apeluje na „zdravý rozum“;
- projekce a identifikace; poradce vkládá do práce s klientem vlastní zkušenosti a problémy, nemá odstup od klienta a jeho situace, nechává se klientovým problémem zahltit;
- abstrakce; pracovník hovoří s klientem nesrozumitelně, používá abstrakce, teoretické či vědecké pojmy;
- chození kolem horké kaše, odvedení hovoru, pozornosti jinam; pracovník působí bezradně, zmateně, neprofesionálně, vzbuzuje v klientovi pocit beznaděje a neřešitelnosti situace.

K dalším překážkám, především při práci se seniory, patří dle Vágnerové (2000) např. zvěcnění (pracovník hovoří o klientovi jako o věci) nebo pseudofamiliárnost a infantilizace (oslovování seniora „babi“, „dědo“, „umyjeme ručičky a napapáme se“ aj.).

Příklad z praxe: Klientka (69 let, pohybové obtíže) si stěžuje pracovníkovi, že ji bolí nohy. Pracovník potřebuje rychle odejít, cítí se ve stresu, nemá čas vyslechnout si klientku, a proto komunikaci urychlí slovy: „Babi (= pseudofamiliárnost), tady bolí nohy každého (= zevšeobecňování) ... i mě ... co byste chtěla ve svém věku ... ještě můžete chodit o berlích, tak to nebude tak zlé“ (= bagatelizace).

SHRNUTÍ

První kapitola poukázala na důležitost osobnostního potenciálu pomáhajícího pracovníka, na potřebu jeho osobního a profesního rozvoje, zvláště pak v oblasti komunikačních dovedností. V souvislosti s nároky pomáhající profese se kapitola zabývala syndromem vyhoření, syndromem pomocníka a supervizí, jako formou prevence vyhoření.

Podstatnou část první kapitoly tvořily předpoklady a zásady poradenské práce, které úzce souvisí s efektivní komunikací, dovednostmi aktivního naslouchání a dalšími komunikačními kompetencemi pomáhajícího pracovníka. A pro optimální rozvoj komunikačních dovedností byly definovány v první kapitoly i chyby v poradenské práci, které nejčastěji tvoří překážku ve vztahu pracovník a klient.

OTÁZKY

- Jak byste definovali optimální osobnostní potenciál pomáhajícího pracovníka?
- Jaké komunikační dovednosti pracovníka jsou žádoucí pro eliminaci bariér v komunikaci s klientem?
- Co je cílem sebezkušenostního výcviku?
- Jak komplikuje pracovníkovi výkon jeho profese syndrom pomocníka a syndrom vyhoření?
- Jaké mechanismy využívá supervize k prevenci syndromu vyhoření a ke zvyšování kvality sociální služeb?
- Jaké jsou předpoklady a zásady poradenské práci, které vedou k efektivnímu a profesionálnímu jednání s klienty?
- Jaké chyby v poradenské práci brání v navázání dobrého kontaktu mezi pracovníkem a klientem a jak je může pracovník odstranit?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Gabura a Pružinská nabízí čtenářům studijního textu *Umění pomáhat* (1995, s. 71) možnost otestovat si svoji osobnost pomocí cvičení *Sémantický diferenciál*. Vyhledejte si toto cvičení, ohodnoťte sám (sama) sebe a následně v semináři porovnejte své hodnocení s hodnocením skupiny.
2. Na webové stránce <http://socialnipracovnici.cz/sekce-socialnich-pracovniku/article/ke-stazeni> si prostudujte Etický kodex sociálního pracovníka ČR. Zamyslete se, jak je tento kodex naplňován v organizacích poskytujících sociální služby, v jakých oblastech dochází k jeho porušování a z jakých důvodů. Zpracujte tento výstup písemně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

2 ÚVOD DO KOMUNIKACE

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat význam slova komunikace a související základní pojmy;
- analyzovat obsahovou a vztahovou rovinu komunikace v kontextu komunikace pracovníka s klientem;
- optimalizovat komunikační proces s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

Druhá kapitola seznamuje čtenáře s významem slova komunikace a se souvisejícími základními pojmy. Kapitola je zaměřena na podrobný rozbor obsahové a vztahové roviny komunikace v kontextu komunikace pracovníka s klientem.

KLÍČOVÉ POJMY

komunikace, sociální komunikace, syntax, sémantika, pragmatika, obsahová a vztahová rovina komunikace, informace, redundance, simulace, disimulace, sebepojetí, evalvace, devalvace, ratifikace, sociální intimita, distance

2.1 Komunikace a související pojmy

Slovo **komunikace** je latinského původu a v podstatě vyjadřuje něco, co je blízké našemu výrazu spojování. Proto je možné hovořit o silniční dopravě jako o komunikaci. Spojení může vyjadřovat nejen přemísťování lidí a materiálu, ale i zpráv a informací. K odlišení komunikace jako silnice a komunikace mezi lidmi mohou být použity termíny sociální komunikace, lidská nebo mezilidská komunikace, případně interpersonální komunikace. Každý autor či každý vědní obor, který se sociální komunikací zabývá, na ni nahlíží trochu jinak. Některé definice jinými slovy vyjadřují to stejné, jiné zdůrazňují autorův osobitý přístup. Velký počet autorů však shodně uvádí, že

komunikace je procesem předávání či výměny informací. Hovoří také o sdělování a sdílení mezi účastníky.

Původní význam slova komunikace v latině nám může naznačit jeho hlubší záměr (denotaci). Thesaurus linguae latinae – jeden z nejobsáhlejších latinských slovníků – uvádí ekvivalenty (obsahově blízka) slova termínu *communicare*. Jedním z nich je *participare* – doslova „spolupodílet se s někým na něčem“, „mítí podíl na něčem společném“, „spoluúčastnit se“ nebo také „činit někoho spoluúčastněným“. Jiný říká *communicare est multum dare* – komunikovat znamená „mnoho dát druhému člověku“. Konotace, tj. přidružené významy slova komunikovat, hovoří o tom, že jde o „spojování“ něčeho, co bylo rozdělené, o „slučování“ dosud neslučitelného, o předávání, poskytování, doručování, propůjčování, dávání atp. S ohledem na tento hlubší význam slova komunikovat bychom jej mohli také překládat jako „sdílení“ - sdílení s někým něco hodnotného (cenného).

Podle Křivohlavého (1988) komunikovat znamená něco si navzájem sdělovat, tedy s někým se z něčeho společně radovat, druhému něco předávat, doručovat, propůjčovat, dávat a přijímat, tj. navzájem sdílet.

Svatoš (2005, s. 30-31) definuje **sociální komunikaci** jako „obecný jev, který doprovází společenský styk. V užším slova smyslu se jedná o sdělování (sdílení), jehož cílem je přenos nebo výměna informací a názorů v sociálním kontaktu. Sociální komunikace se bezprostředně dotýká člověka jako individua; způsobuje změny v osobnosti, ovlivňuje lidské chování a názory. Je nedílnou součástí společné činnosti lidí.“

Mareš s Křivohlavým (1995) považují za podstatu sociální komunikace nejen společenský styk, ale veškerou společnou činnost. Vzájemné mezilidské působení i vzájemné vztahy jsou nemyslitelné bez předávání, přijímání, konfrontování a sdílení určitých významů.

2.1.1 Syntax, sémantika a pragmatika

Úspěšnost předání a pochopení informací a další sociální interakci komunikujících subjektů významně determinuje velké množství aspektů, kterými je komunikace

ovlivňována. Obecně je lidská komunikace dělena na tři části: syntax, sémantiku a pragmatiku. **Syntax** se týká statistických vlastností jazyka tzn. problémů s předáváním zpráv – kódů, kanálů, kapacity, ruchů, redundance atd. Jedná se o vědní nauku zaměřenou na mluvnickou stavbu vět a souvětí a jejich skladbu, je považována za základní součást gramatiky. Syntax vytváří pravidla pro vytváření přípustných kombinací symbolů užívaných bez ohledu na význam symbolů a jejich kombinaci. **Sémantika** je nauka, která se naopak zabývá významem používaných symbolů, studiem vztahů mezi formou a významem znaků, případně vztahem ke skutečnosti, kterou slova, morfémy a jiné znaky označují. **Pragmatický aspekt** komunikace vychází z ovlivnění chování (průběžného i konečného) jednotlivých aktérů komunikačního procesu. (Petráčková, Kraus in Pokorná, 2010)

Všechny tři součásti komunikace jsou ve vzájemném vztahu, který má různé rozměry a specifika v různých kulturách, ale i v rámci specifické sociální skupiny, např. seniorů. Vlivem ztráty porozumění pojmům používaným v okolní společnosti přestává senior chápat symboly užívané v sociálním styku mladších osob. Tím může docházet k fenoménu ztráty sociokulturní identity. (Pokorná, 2010) Jestliže klient nerozumí určitému pojmu, nemůže adekvátně reagovat na aktuální situaci. Nedorozumění mohou způsobovat i profesionalismy, tj. nespisovné názvy terminologické povahy motivované důvody věcnými, zejména snahou o výrazovou úspornost, jednoznačnost v daném prostředí a mobilnost v mluvené komunikaci. Profesionální žargon sociálních nebo zdravotnických pracovníků významně ovlivňuje obecnou denotaci pojmů a jejich pochopení klientem. Jedná se o slova např. resetnout, písnot, fejs, kliš, ležák, pacoš, bažant, jipka, koza, fízák aj.

Příklad z praxe: Klientka (38 let, dg. lehká mentální retardace) reaguje podrážděně na slova pracovnice poté, co ji klientka žádala o adresu a telefonní číslo na úřad, a pracovnice odpověděla „písnu vám to na mail“. Klientka si myslela, že si z ní pracovnice dělá legraci, když říká, že to „pískne na mail“.

Komunikaci je potřeba chápat v širokém interaktivně-interpretacním paradigmatu, se zohledněním všech tří základních komponent – syntaxe, sémantiky a pragmatiky. Při komunikaci s klientem je nutné vždy zohlednit aktuální stav kognitivních schopností klienta a jeho aktuální psychický (emocionální) stav v dané situaci s ohledem na pragmatický aspekt komunikace, tedy s ohledem na důsledek v jednání a chování

klienta. Lze tedy říct, že je velmi pravděpodobné, že v komunikaci se vždy vyskytne rozdíl mezi tím, co říkáme, a tím, co si myslíme, že říkáme. Rozdíl může být mezi tím, co příjemce pochopil a co si myslíme, že pochopil. A v neposlední řadě existuje rozdíl mezi tím, jak si myslím, že se příjemce zachová, a tím, jak se skutečně na základě obsahu komuniké zachová. Jedná se o těchto šest poselství (Vybíral, 2005):

- Co jsme chtěli říci.
- Co bylo skutečně řečeno.
- Co druhé osoby slyšely.
- Co si druhé osoby myslí, že slyšely.
- Co druhé osoby říkají na to, co jsem si myslely, že slyšely.
- Jak vnímáte to, co druhé osoby řekly o tom, co si myslí, že slyšely.

Neměnnou hodnotou v komunikaci zůstává základní struktura komunikačního procesu a její rozdělení na verbální a neverbální komunikaci, které bude popsáno v dalších kapitolách.

2.2 Obsahová a vztahová rovina komunikace

Komunikace je jev probíhající ve dvou rovinách, v rovině obsahové a v rovině vztahové. Rovina obsahová se týká přenosu informace, která má určitý obsah = zpráva samotná. Rovina vztahu udává, jak je obsah vnímán a přijímán, pro koho je informace určena, odráží sebepojetí toho, kdo informaci vysílá apod. To znamená, že obsahová rovina zahrnuje: „CO“ říkám a vztahová rovina vyjadřuje: „JAK“ to říkám.

Chce-li pracovník s klientem dobře vycházet, chce-li být s klientem v dobrých vzájemných vztazích, pak bych si měl záměrně pěstovat citlivost (senzitivitu) k celé níže uvedené stupnici sdělovaných kvalit.

Co si při vzájemném setkání sdělujeme a jak si to sdělujeme:

Obsahová rovina (CO):

1) Sdělujeme si zprávy a informace

- Informace = je jen skutečně to, co jsme nevěděli, co je pro nás nové,
- to, co jsme věděli již dříve, jsou zprávy,
- nadbytečná sdělení se nazývají **redundance**.

U některých klientů se můžeme setkat s velkým množstvím nadbytečných sdělení v důsledku např. potřeby zastírat skutečné informace, potřeby být užitečný, potřeby trávit s někým čas, nedostatku nových informací, strachu z pracovníka nebo v novém prostředí, ale i narušené paměti, demence, mentální retardace apod. Zatímco pracovník může vnímat redundance jako zatěžující a nudné, pro klienta je to zcela specifický způsob komunikace, který vypovídá důležité informace o jeho osobě. (De Vito, 2001)

Příklad z praxe: *Žena (45 let, dg. závislost na návykových látkách, snížené rozumové schopnosti) chodí několikrát denně za pracovníky denního centra azylového domu a vypráví jim, jak před časem pracovala ve firmě, kde ručně vyráběla mýdlo. Je spokojena, když ji nikdo nepřerušuje a ona může vše do detailu vylíčit. Testuje tím trpělivost pracovníků a navazuje s nimi kontakt. Teprve poté se dostává k aktuálním potřebám a je schopna si pracovníky povídat o tom, co se děje v jejím životě nyní. Pokud pracovník nemá trpělivost a klientku přeruší příliš brzy s otázkou na to, co nyní potřebuje, tak se klientka stáhne a přestane komunikovat.*

Vztahová rovina (JAK):

2) Sdělujeme si, jak chápat to, co říkáme

Snaha o to, aby to, co říkáme, bylo zasazeno do určitého dějového či významového rámce, tím dáváme zprávě zcela konkrétní význam = posluchač lépe rozumí sdělované zprávě (lze chápat jako fakt, pravděpodobný údaj, žert aj.);

- **simulace** – předstírání a vydávání za pravdivé to, co je ve skutečnosti jiné;
- **disimulace** – zastírání, maskování toho, co existuje, ne vždy je jednoduché to rozpoznat.

U klientů se můžeme setkat se simulací a disimulací nezáměrnou i nevědomou, která vyplývá z osobnostních vlastností klienta, jeho kognitivních schopností, emočního stavu apod.

Příklad z praxe: Muž (85 let, dg. Alzheimerova choroba) přesvědčivě tvrdí svým příbuzným, že v zařízení nedostává jídlo a trpí hladu. Zoufalí příbuzní si stěžují u vedení zařízení. Stížnost je prošetřována a následně se zjistí, že muž jídlo dostával pravidelně a zbytky jídla si schovával pod matraci. Při odhalení již rozkládajících se zbytků jídla ve své posteli muž naprosto v klidu prohlásil, že jídlo mu pod matraci dával personál, aby jej více mučil.

3) Sdělujeme si svůj postoj k věci, o níž hovoříme

Nejsme schopni sdělovat jen holá fakta, „není možno se nijak netvářit“, „není možno se nijak nechovat“ – když něco sdělujeme, vždy se přitom nějak chováme, a to prozrazuje, jaký postoj máme k sdělované informaci – lze vyčíst z tónu našeho hlasu, z váhavosti naší řeči, z pomlček a pauz v řeči, výrazu obličeje, z pohledu našich očí atd.

Příklad z praxe: Žena (71 let, s úplnou ztrátou zraku a omezenou hybností) po příchodu do zařízení trávila sklesle většinu dne na židli u okna a odmítala se zapojovat do nabízených aktivit. Jedna z pracovníků se dočetla v její dokumentaci, že procestovala velkou část světa. Když pracovníce zmínila před klientkou návštěvu japonské delegace v blízkém městě, klientka se postupně rozvyprávěla o svém cestování po Japonsku, celá se vzpomínkami rozsvítila, začala živě gestikulovat a popisovala obrazy země tak, jak je kdysi viděla na vlastní oči. Ostatní klienti si ženu rychle oblíbili pro její barvitě vyprávění a často ji vyzývali, aby vyprávěla o svých cestách, což klientku viditelně těšilo.

4) Sdělujeme svůj postoj k posluchači

- Náš postoj k tomu, komu to říkáme – nonverbální komunikace – sdělujeme svou úctu, respekt a vážnost (**evalvace**) k němu nebo naopak neúctu, nevážnost (**devalvace**),
- spolupráce x soupeření, ovlivňování, manipulace, přesvědčování.

K devalvačním způsobům jednání s klientem patří např. mluvení s despektem, ironií, verbální a neverbální projevy neúcty, ponižování, zastrašování, podceňování, urážky, neosobní jednání, fenomén zvěcnění (hovoření o klientech jako o věci, jako „o tom“), pseudofamiliárnost, infantilizace apod. U seniorů se setkáváme s devalvačním jazykem, tzn. elderspeakem, jedná se o anglické označení eticky nevhodného, devalvujícího hovoření o starých lidech a se starými lidmi. (Vágnerová, 2000)

K devalvací v komunikaci může docházet také vlivem nedostatku zkušeností a sebedůvěry pracovníka, kdy se pracovník snaží prosadit formální autoritu, s klientem soupeří, snaží se jej zmanipulovat k žádoucímu chování nebo se pracovník uchyluje ke zneužívání své moci. Výsledkem výše uvedených negativních jevů je vznik konfliktů mezi pracovníkem a klientem, které mohou vést i k verbální i fyzické agresi z obou stran.

Optimální komunikační vztah klienta a pracovníka je založen na vzájemné evalvací a spolupráci. Evalvací dává pracovník najevo např. úsměvem, pohledem do očí, přiměřeným taktilním kontaktem, vhodným oslovením klienta, respektováním jeho rozumových schopností a životních zkušeností, respektováním psychomotorického tempa klienta a jeho řečových schopností, volbou optimálních komunikačních kanálů, trpělivostí apod.

Příklad z praxe: *Devalvace: pracovník donesl klientce (83 let, dg. demence) do pokoje jídlo, postavil jej na stůl a vyzývá klientku, která sedí v křesle a dívá se z okna, aby si jídlo snědla. Klientka vrtí hlavou a hlasitě říká „Ne, ne, ne.“ Pracovník reaguje: „No tak babi, přece tady nebudeme křičet jak malé mimino, prostě to snězte a hotovo!“ Klientka zůstává sedět v křesle a mračí se. Pracovník odchází z pokoje se slovy: „Přijdu si za chvíli zkontrolovat, jestli jste babi všechno snědla!“*

Příklad z praxe: *Evalvace: pracovník vchází do pokoje a říká klientce (83 let, dg. demence): „Dobrý den paní Kytíčková, mám pro vás oběd, dneska máte výborné maso s rýží, to máte ráda.“ Pracovník ukazuje klientce jídlo a pak talíř pokládá na stůl. Klientka sedící v křesle se dívá střídavě z okna a na jídlo na stole. Pracovník k ní přistupuje a sleduje její pohled, všímá si, že klientka pozoruje zahradníka, který stříhá květiny. Pracovník reaguje komentářem, že ty květiny jsou krásné a jestli by je klientka chtěla mít v pokoji. Klientka přikývne. Pracovník jí přislíbí donést květiny na pokoj. Poté*

nabízí klientce pomoc s nazutím pantoflí a přisednutím si ke stolu. Klientka se dává do jídla, pracovník ji přeje dobrou chuť.

5) Sdělujeme druhému i své sebepojetí

Sdělujeme si navzájem to, za koho se považujeme, můžeme naznačovat, že jsme informovaní, zkušení, jindy naopak to, že něco nevíme, neznáme, chceme být považováni za chytré nebo za relativně neznalé;

- očekáváme, že toto naše sebepojetí posluchač potvrdí – ratifikuje = chceme, aby uznal „ano, vy jste šikovný, chytrý, silný, krásný...“, opomeneme-li se vyjádřit k tomuto nabízenému sebepojetí partnera, uděláme hrubou chybu;
- **ratifikace** patří k základním procesům sociální komunikace.

Klient má potřebu slyšet od pracovníka, že je užitečný, potřebný, že aktivitu či zadanou činnost dobře zvládl. Spontánní a přirozená ratifikace jde ruku v ruce s evalvací klienta. V případě, že se u pracovníka vyskytuje syndrom pomocníka, je to naopak pracovník, který očekává ratifikaci od klientů, vyžaduje jejich pozitivní zpětnou vazbu a potvrzení své vážnosti a důležitosti.

Příklad z praxe: Ratifikace: klient (28 let, dg. mentální retardace a v důsledku DMO omezená hybnost horních končetin) v rámci aktivizačních činností zdobí adventní věnec. Pracovník po skončení činnosti říká klientovi: „Jindro, moc jste mi pomohl, děkuji. Ten věnec se vám opravdu hodně povedl, je krásný. Bude viset na vstupních dveřích s cedulkou, kdo jej vyrobil.“

6) Sdělujeme si kvalitu našeho vzájemného vztahu

- Dáváme druhému najevo, v jakém vztahu k němu jsme, zdali ho považujeme za přítele, případně velice milého a blízkého přítele (**sociální intimita**), nebo za toho, s nímž nehodláme udržovat bližší styk (**sociální distance**);
- sdělujeme blízkost či vzdálenost ve dvou časových rozměrech: „jak blízci jsme si byli v minulosti“ případně „jak blízci jsme si právě teď“, naznačujeme zároveň „jak blízko“ k tělu si chceme druhého připustit, event. co je žádoucí pro další průběh styku.

Klient, který přichází do zařízení, seznamuje se s novými pracovníky, často pociťuje nedůvěru, nejistotu, neví, co očekávat, bojí se apod. Tyto pocity může klient přenášet do vztahu k pracovníkům a tím si udržovat výrazný odstup (sociální distance). Respektujícím přístupem pracovníka se vzájemný vztah s klientem může postupně prohloubit a vytváří se blízký vztah (sociální intimita), založený na vzájemném respektu a úctě. Chybným krokem je však potřeba pracovníka (se syndromem pomocníka) nahrazovat klientovi blízké vztahy a vytvořit závislost klienta na pracovníkovi. Přílišná sociální intimita mezi pracovníkem a klientem se může projevovat důvěrným oslovením, prokazováním nadstandardních úsluh, osobními dárky apod. Pracovník, který nedokáže nastavit a udržet si profesionální odstup od klienta, je mnohem více ohrožen syndromem vyhoření v případě selhání klienta (odchod se služby, recidiva užívání návykových látek, úmrtí klienta aj.).

Příklad z praxe: *Sociální distance: klient (56 let, dlouhodobě nezaměstnaný) říká pracovníkovi, který mu nabízí pomoc při hledání práce: „Nechci vaši pomoc, vždycky jsem si našel práci sám. Nevím, co bych vám měl říkat. Nepotřebuji vás.“*

Příklad z praxe: *Sociální intimita: Klientka (56 let, dg. závislost na alkoholu) se důvěrně naklání k pracovníci a šeptá: „Zlatíčko, mám tady pro tebe dárek, jenom takovou drobnost. Dcera si to nezaslouží, ale ty ano, protože se o mě tak hezky staráš.“ Klientka ukazuje pracovníci zlatý prstýnek.*

7) Sděluje si pravidla našeho vzájemné styku – „pravidla hry“

- Vnáší do jednání určité pravidla, která dávají komunikaci řád. Např. dokud mluvím já, druhý mlčí apod. Hledání oboustranného souhlasu k délce doby, po kterou chceme spolu mluvit, může být velmi těžké.

Vnímání času klientem a pracovníkem bývá často výrazně odlišné. Pracovník má vymezený čas pro povídání s klientem a cítí se v časovém stresu, pokud rozhovor včas neukončí. Klient je rád, že si s ním někdo povídá, cítí se opečováván a čas pro něj není důležitý. Necitlivé přerušování rozhovoru pracovníkem mohou klienti vnímat jako devalvační. Stejně tak odkládá-li pracovník rozhovor s klientem na neurčito, ztrácí klient postupně zájem o další rozhovory, vzniká u něj pocit nepotřebnosti a nezájmu o jeho osobu, takový klient postupně může upadnout do celkové apatie. Má-li pracovník omezené časové možnosti na trávení času s klientem, je nutné, aby klienta upozornil

ukázáním na hodinách, kdy musí odejít, případně, aby vymezil vhodnější čas k další komunikaci a následně se klientovi skutečně věnoval.

Příklad z praxe: Pracovnice přináší klientce večeři, klientka už na ni čeká a hned začne vyprávět, co se jí přes den přihodilo. Pracovnice ji mírným hlasem přerušuje a říká: „Paní Lelíčková, já si ráda poslechnu, co se vám to dnes všechno přihodilo. Teď jsem vám donesla večeři a byla by škoda, aby vám to vychladlo. V klidu si to snězte a já roznesu večeře ostatním klientům a za půl hodiny se za vámi zastavím a vy mi povíte, co se všechno stalo. Ráda si to poslechnu.“

8) Sdělujeme si žádosti

- Mimoslovně vyjadřujeme žádosti a prosby, např.: „zachovejte mi přízeň ..., buďte ke mně hodný, milý ..., buďte tady se mnou ...“. V některých případech může jít o extrém: „Co zase chcete?!“

Žádosti a přání lidé často nevyslovují nahlas, ale očekávají, že druzí lidé vytuší z jejich výrazů nebo verbálních náznaků, o co jim jde. Následně jsou zklamaní a rozčarovaní, když lidé kolem jejich žádosti neplní. Pracovník

Příklad z praxe: Klient (48 let, dg. nádor na mozku) leží na posteli a dívá se na ruku pracovnice. Pracovnice, která čte klientovi knihu, sleduje jeho oči a ptá se: „Chcete, abych vás držela za ruku?“ Klient se stále dívá na ruku, pracovnice ho chytá za ruku, klient zavírá oči.

SHRNUTÍ

Druhá kapitola definovala základní pojmy z oblasti komunikace, věnovala se syntaxu, sémantice a pragmatice, a především obsahové a vztahové rovině komunikace.

V souvislosti s obsahovou a vztahovou rovinou komunikace se kapitola zabývala pojmy jako jsou redundance, evalvace, devalvace, sociální intimita, distance nebo ratifikace. A především, jak rozvíjet pozitivní jevy pro efektivní komunikaci mezi pracovníkem a klientem.

OTÁZKY

- Jak byste definovali sociální komunikaci?
- Jak syntax, sémantika a pragmatika ovlivňují komunikaci s klientem?
- Co probíhá v obsahové rovině komunikace mezi pracovníkem a klientem? Z jakého důvodu používá klient nadměrně redundance? Jak může pracovník s redundancemi pracovat?
- Co probíhá ve vztahové rovině komunikace? Z jakého důvodu klient simuluje nebo disimuluje? Jak to pracovník pozná a jak může s těmito jevy v komunikaci pracovat?
- Jaké výroky pracovníka vůči klientovi jsou evalvační a jaké devalvační?
- K čemu slouží v komunikaci ratifikace?
- Jak se projevuje v komunikaci pracovník – klient sociální intimita a distance?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Provedte písemnou analýzu komunikace pracovník – klient po stránce obsahové a vztahové, zaměřte se na evalvační a devalvační výroky a ratifikaci.
2. Uveďte konkrétní příklady, jak může pracovník rozvíjet vztahové kvality komunikace s klientem? Oba úkoly zpracujte písemně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

3 KOMUNIKAČNÍ PROCES

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat jednotlivé kroky komunikačního procesu;
- analyzovat komunikační proces pracovník – klient, odhalit šumy a překážky v komunikaci;
- optimalizovat podmínky v komunikačním procesu mezi pracovníkem s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

Třetí kapitola je zaměřena na proces komunikace mezi pracovníkem a klientem. Čtenář zde nalezne rozbor komunikačního procesu krok za krokem a dozví se, jaké existují překážky a šumy na jednotlivých úrovních. Důležitou součástí kapitoly jsou i strategie, jak překážky a šumy v komunikaci odstranit. Čtenář po prostudování kapitoly pochopí důležitost zpětné vazby v komunikaci.

KLÍČOVÉ POJMY

komunikační proces, komunikátor, komuniké, komunikant, zpětná vazba, komunikační překážky a šumy

3.1 Struktura komunikačního procesu

Základní strukturu komunikace podle Nakonečného (1999) tvoří tyto činitele:

1. komunikátor (osoba sdělující, vysílač),
2. komunikant (osoba přijímající sdělení, přijímač, recipient),
3. komuniké (obsah sdělení).

Nakonečný (1999, s. 158) uvádí: „V personální interakci se role komunikátora a komunikanta střídají a komuniké má povahu procesu, v čase se odehrávajícího

děje.“ Komunikace je transakční proces, ve kterém každá osoba může fungovat současně jako mluvčí i posluchač.

Zjednodušeně si můžeme představit, že komunikační proces probíhá v osmi krocích:

1. krok: Nejprve si musí vysílač rozmyslet myšlenku, záměr a důvod k vyslání komuniké. Jedná se především o kognitivní procesy.
2. krok: Poté probíhá emoční reakce v těle vysílače a myšlenka se „obaluje“ emocemi.
3. krok: Následně musí vysílač svoji myšlenku zakódovat, tzn. převést svoji myšlenku do systematického souboru symbolů, např. slov, mimiky, gest, obrazů, tónů atd.
4. krok: Zakódovaná informace je vyslána do komunikačního kanálu. Komunikační kanál tvoří vše, co stojí mezi vysílačem a přijímačem, např. prostor, věci, lidé, zvuky, vzduch, vzdálenost aj.
5. krok: Přijímač nejprve musí sdělení všemi smysly přijmout a dekodovat.
6. krok: Poté probíhá emoční reakce přijímače na sdělení.
7. krok: Následuje rozumové přijetí sdělení přijímačem a porozumění myšlence.
8. krok: Verbální a neverbální reakce přijímače na sdělení se nazývá zpětná vazba. Vysílač si může dále ověřovat, zdali přijímač sdělení porozuměl.

Příklad analýzy komunikačního procesu: Klient přichází do poradny za pracovníkem s tím, že vůbec nechápe, co se stalo. Chtěl si s ženou něco vysvětlit, říct jí, že ji má rád, a nakonec skončil na záchytkce a žena s dětmi bydlí u svých rodičů. Pracovník s klientem postupně analyzuje konfliktní situaci mezi klientem a jeho ženou. Klient je po analýze proběhlé komunikace schopen lépe rozumět svému chování a nahlížet na příčiny konfliktu. Nyní se dokáže více vcítit do pocitů ženy a pochopit její chování a reakci. Klient je ochoten změnit své chování a naučit se s ženou lépe komunikovat.

Analýza komunikačního procesu a příčin konfliktu:

1. VYSÍLAČ – MUŽ (myšlenka, záměr sdělení, rozumové zpracování a promyšlení „co a jak“): „V hospodě mě chlapi provokovali, že už mě žena nemá ráda, že má jiného, něco bych s tím měl udělat. Moc se mi o tom nechce přemýšlet, musím ji ale dát najevo, že jsem tady pánem. Možná už mě nemá ráda, ale já nechci, aby odešla. Mám ji rád a bojím se, že ona mě už ne. Dobře vaří, stará se o děti, sex je taky dobrý. Udělám to jako otec, proplesknu ji a postavím do latě, to bude dobré, matka to také chápala. Žena mi pak uvaří večeři a pak na to skočíme. To pak pochopí, že ji mám rád!“

2. VYSÍLAČ – MUŽ (emoční reakce – sdělení obalené emocemi – EQ): „Mám trochu strach, protože vím, že žena je jiná než moje matka a nepochopí to. Musím se napít, ať mám větší kuráž, jinak pozná, že jsem slaboch. Musím být jako otec, otec se nikdy ničeho nebál. Nesnáším, když mě někdo srovnává s otcem! Teď už mám fakt velký vztek!“

3. VYSÍLAČ – MUŽ (zakódování sdělení do některé z forem komunikace a vysílání): Muž má zkřivenou tvář vztekem, bouchá do stolu, dá ženě facku a křičí na ni: „Já ti dám nasazovat mi parohy, ty, jen řekni, s kým spíš?“

4. KOMUNIKAČNÍ KANÁL – vše mezi vysílačem a přijímačem (vzdálenost, vzduch, lidé, věci apod.): Muž stojí ve dveřích kuchyně, žena chodí po kuchyni, kolem pobíhají plačící děti, ve vedlejším pokoji hraje televize, žena tříská s nádobím, v pokoji je horko a do toho všeho rámusu vyje pes.

5. PŘIJÍMAČ – ŽENA (dekódování sdělení všemi smysly): „Vidím opilého chlapa, který cosi nesrozumitelně řve, sápe se na mě, ubližuje mi, smrdí.“

6. PŘIJÍMAČ – ŽENA (emoční reakce na sdělení – EQ): „Je mi z něho špatně, bojím se o děti, o sebe, mám vztek.“

7. PŘIJÍMAČ – ŽENA (rozumové zpracování přijatého sdělení, pochopení a vlastní interpretace sdělení): „Měla jsem poslechnout matku a nebrat si ho. Zas bude doma kravál, budu mít modřiny, děcka z toho budou rozhozené, nebudou spát. Co si to dovoluje, já tady vařím, peru, starám se a on chodí po hospodách, a ještě tady dělá scény. Nebudu mu to trpět jako jeho matka jeho otcí. Už toho mám dost, co si o sobě myslí! To nemám zapotřebí, vykašlu se na něj!“

8. PŘIJÍMAČ – ŽENA (zpětná vazba – reakce – chování) - „Přestaň mi tu řvát nebo tě vezmu pánví po hlavě. To si ke mně dovolovat nebudeš. Beru děcka a jdu k rodičům, dělej si tu co chceš!“

VYSÍLAČ – MUŽ (zpětná vazba) - „Jsi hloupá, nic nechápeš! Když chceš, tak běž. Já jdu do hospody.“

Po analýze komunikačního procesu se klient zaměřil na strategie předcházení konfliktu v jednotlivých krocích, jak vyladit své vysílání, vyčistit komunikační kanál, ale i naladit přijímač (ženu) na to, aby lépe přijímal.

1. VYSÍLAČ – MUŽ: Nenechat se vyprovokovat v hospodě, méně pít, zjistit si další informace. Je to to, co chci řešit? Dát si více času na promyšlení. Jak to dělali rodiče – jak to chci dělat já? Umím to jinak? Co vlastně chci říct? Chci to vůbec říct? Co se stane, když to udělám jako můj otec? Moje žena je jiná než matka, nepochopí to. Musím na to jít jinak. Co fungovalo předtím, co ji potěší, kytka nebo dárek, kdy je dobrý čas ke sdělení, co můžu udělat proto, aby mě poslouchala, že mám nějaké obavy nebo nejistoty? Kdo mi může poradit?

2. VYSÍLAČ – MUŽ: Mám právo dát najevo obavy. Jsem nejistý, protože nevím, jak na to. Zlobím se sám na sebe, zlobí se na svého otce. Když jsem byl malý, nelíbilo se mi, když mlátil matku, bál jsem se o ni. Možnosti odreagování stresu – jít si zaběhat, štípat dříví, relaxace. Neřešit své emoce alkoholem.

3. VYSÍLAČ – MUŽ: Jaká je vhodná forma komunikace? Mohu to napsat, říct, můžu ji zavolat. Zvolím taková slova, která pojmenují mé pocity a obavy a vyjádří, co k ženě cítím. Klidný hlas, výstižná a srozumitelná slova, přátelský výraz ve tváři.

4. KOMUNIKAČNÍ KANÁL – MUŽ: Až budu chtít s ženou mluvit, přijdu včas domů, pomůžu ji s večeří, uložíme děti a sedneme si společně ke stolu. Budete blízko u sebe, navážu oční kontakt, můžu ji chytit za ruku.

5. PŘIJÍMAČ – ŽENA: Žena lépe reaguje na klidný hlas a přátelský výraz. Upravím se, ať žena vidí, jakého má doma fešáka, umyji si zuby a navoním se, budu střízlivý. Ať se ženě líbím a ať má zájem si poslechnout, co ji chci říct.

6. **PŘIJÍMAČ – ŽENA:** *Když přijdu včas, střízlivý, pomůžu ji s večeří a dětmi, žena bude v pohodě, žádný stres.*

7. **PŘIJÍMAČ – ŽENA:** *Řeknu ji hned na začátku, že je to důležité, o čem s ní chci mluvit. Budu mluvit tak, aby mě pochopila, budu ji naslouchat a bude mě zajímat, co říká. Můžu použít i asertivní techniky: otevřené dveře, negativní aserce nebo negativní dotazování – řeknu, co vím, že dělám špatně nebo se ženy zeptám, co vidí, že dělám špatně, projevíím zájem o zlepšení našeho vztahu, vzájemným povídáním si vše vyjasníme.*

8. **VYSÍLAČ – MUŽ:** *Zeptám se ji, jak tomu rozumí, jestli se chce na něco zeptat.*

3.2 Překážky v komunikaci

Mezilidská komunikace neprobíhá podle učebnice. V komunikačním procesu se běžně objevují překážky (šumy). Ať již záměrně (např. při lhaní, manipulaci apod.), nebo nevědomě (např. z neznalosti, ve stresu apod.) vznikají šumy u všech činitelů komunikačního procesu. Dalšími činiteli, které vstupují do komunikačního procesu, jsou současný komunikační kontext, ale také minulé zkušenosti lidí, jejich postoje, hodnotová orientace, kulturní návyky apod. (De Vito, 2001) Šumy v komunikaci a nedostatečná zpětná vazba jsou častými zdroji nedorozumění a konfliktů mezi lidmi.

Obecně lze rozdělit bariéry v komunikaci s klienty na interní a externí (Pokorná, 2010):

- **Interní bariéry** vyplývají ze schopností a dovedností jedince, jeho prožívání a zdravotního stavu. Patří mezi ně např.: obava z neúspěchu, negativní emoce (strach, zlost), bariéry postoje (xenofobie), nepřipravenost, fyzické nepohodlí, nemoc aj.
- **Externí bariéry** jsou dány zevním prostředím, jeho uspořádáním apod. Patří mezi ně např.: vyrušení další osobou, hluk, šum, vizuální rozptylování, neschopnost naslouchat, komunikační zahlcení apod.

Příklady šumů a jejich prevence:

Šumy na úrovni vysílače: špatně promyšlený nápad, nedostatečná nebo nepřiměřená slovní zásoba, únava nebo nemoc, negativní emoce, nesprávná výslovnost, nevhodně zvolené kódování apod.

Prevence: dobře si promyslet co chci sdělit, být odpočatý, v případě nemoci odložit komunikaci na vhodnější čas, zvolit přiměřené kódování s ohledem na možnosti přijímače, logopedická náprava špatné výslovnosti, hlasová hygiena apod.

Šumy na úrovni komunikačního kanálu: velká vzdálenost komunikujících, hluk, další lidé, nevětraná místnost, zvonící telefon apod.

Prevence: vyvětrat místnost, požádat ostatní lidi o ztišení, vypnout telefon, zkrátit vzdálenost mezi vysílačem a přijímačem, zvolit vhodné místo ke komunikaci apod.

Šumy na úrovni přijímače: špatně slyší, poslouchá rádio, nechce nás poslouchat, bolí ho hlava, je unavený, nerozumí česky, má narušenou schopnost vnímat řeč, schopnost porozumění, snížené rozumové schopnosti apod.

Prevence: ověřit si, zdali přijímač dobře vidí, slyší – je-li na příjmu, motivovat jej k naslouchání, v případě jeho nemoci odložit komunikaci na vhodnější dobu, respektovat intelektové možnosti přijímače, ověřit si pochopení zpětnou vazbou apod.

V souvislosti s obsahovou a vztahovou rovinou komunikace Vybíral (2005) uvádí příklad šumu na úrovni vysílače, tzn. **dvojnou vazbu**, kdy vysílač vysílá vzájemně se vylučující nebo popírající se zprávy. Např. vysílač slovně vyjadřuje ochotu ke spolupráci (obsahová rovina), ale zároveň se tváří znechuceně, dává mimoslovně najevo nechuť spolupracovat (vztahová rovina). Yalom (in Vybírala, 2005) vyjádřil důležitost obou rovin komunikace slovy „soustřed' se na proces jako opozitum k obsahu“. V komunikaci tedy spočívá obsah v aktuálně použitých slovech, v podstatě toho, o čem se hovoří. Proces však znamená, jakým způsobem je obsah vyjadřovaný, a zejména – co tento způsob vyjadřování říká o vztahu mezi lidmi, kteří spolu hovoří.

Příklad z praxe: *Pracovnice – vysílač má za úkol oznámit klientce – přijímač (75 let, dg. zdravotní postižení, emoční labilita), že se bude stěhovat na jiný pokoj. Nejprve si pracovnice v klidu promyslí (1.krok), co chce klientce sdělit, kdy, kde a jakým způsobem, jaké komunikační zvláštnosti klientka má, jak může klientka na sdělení*

reagovat, jaké argumenty jsou vhodné. Při přemýšlení o formulaci myšlenky se u pracovnice objevují pocity nervozity a neklidu (2.krok), protože už s klientkou měla nepříjemnou zkušenost v obdobné situaci. Proto se pracovnice zamýšlí nad tím, jak minimalizovat negativní reakce klientky. Usoudí, že nejvhodnější čas bude v době po snídani, kdy je na pokoji klid a pracovnice donese klientce oblíbenou dopolední kávu. Pracovnice se rozhodne pro ústní sdělení s tím, že s sebou vezme plánek zařízení, na kterém může klientce ukázat, kde se nový pokoj nachází a jaké jsou jeho výhody (3.krok). Pracovnice přichází za klientkou, ověřuje si, že je na pokoji sama, takže na rozhovor budou mít klid. Uvaří kávu a nese ji klientce. Nejprve se pracovnice poptává na zdraví klientky a na spokojenost v zařízení. Klientka projevuje spokojenost, pochutnává si na kávě. Pracovnice ji postupně vysvětluje, proč by se měla stěhovat, volí krátké a stručné věty, vkládá mezi věty pauzy. Zároveň klientce na plánu zařízení ukazuje, kde se pokoj nachází a jaké jsou jeho výhody (vzdálenost od jídelny, návštěvní místnosti, východu do zahrady aj.) (4.krok). Klientka naslouchá, prohlíží si plánek a začíná se mračit (5.krok). Zvýšeným hlasem klientka útočí na pracovníci, že ji nikdo nic neřekl a ona nemá nic sbaleno. Začíná projevat výrazný neklid a nespokojenost (6.krok). Pracovnice má připravené odpovědi, ujišťuje klientku, že s balením jí pomůže a že má dostatek času, nikdo na ni nespěchá, může se také jít podívat na nový pokoj a přesvědčit se, že je to pěkný pokoj. Klientka se postupně uklidňuje, pracovnice ji klidným hlasem ujišťuje o dostatku času na balení a nabízí doprovod při návštěvě nového pokoje. Klientka s tímto souhlasí a znovu se doptává, jak pokoj vypadá a jestli se tam může jít podívat (7.krok). Pracovnice klientce odpovídá na všechny dotazy, a nakonec se klientky ptá, zdali porozuměla tomu, co se bude dít. Klientka již v klidu přikyvuje hlavou a dopije kávu. Není zřejmé, jestli klientka je spokojená s kávou nebo rozuměla sdělení. Pracovnice se klientky tedy znovu dotazuje na to, jestli se chce jít podívat na nový pokoj, na který se bude stěhovat. Klientka se chvíli dívá na kávu a poté na pracovníci a odpovídá: „jo, jo ... za chvíli ... půjdeme se podívat ...“ (8.krok). Pracovnice v klidu sedí a čeká, až si klientka dopije kávu a pak ji znovu nabízí doprovod do nového pokoje. Klientka si bere plánek a společně vycházejí z pokoje.

3.3 Doporučení pro optimalizaci komunikačního procesu

Koběrská a kol. (2004) doporučují tyto obecné postupy k optimalizaci komunikačního procesu:

- V rámci komunikačního procesu je důležité, aby pracovník zajistil optimální podmínky pro komunikaci. Jedná se zejména o vyčištění komunikačního kanálu, tzn. zajištění klidného prostředí tak, aby klient nebyl zbytečně rozptylován (hlukem, zvuky rádia, televize, přítomností dalších osob, výzdobou místnosti aj.). Negativně také může působit ostré světlo nebo naopak nedostatek osvětlení, blikající žárovky apod.
- Pracovník si předem promyslí vhodné kódování svého sdělení a průběžně si ověřuje schopnosti klienta jej dekodovat a zpracovat. Pracovník reflektuje své pocity z komunikace a snaží se předcházet emoční nepohodě. Pracovník využívá všech vhodných forem kódování (verbální, neverbální, písemné, obrázkové, alternativní).
- Při verbálním sdělení pracovník vhodně využívá kratší věty a vkládá mezi ně pauzu, aby měl klient čas sdělení zpracovat. Verbální sdělení je nutné doprovázet přiměřenou neverbální komunikací, případně to, o čem pracovník mluví ukázat, využívat obrázky, piktogramy aj.
- Důležité je také zvolit vhodný čas ke komunikaci. Velmi nevhodné je usilovat o komunikaci hned poté, co se klient probudil nebo během jídla, při nemoci, emočním vypětí apod. (Koběrská a kol., 2004)
- Aby fungoval komunikační proces bez větších zádrhelů, je nutné, aby si pracovník stále během komunikace ověřoval, zdali a jak klient porozuměl jeho sdělení. Jde o tzv. zpětnou vazbu. Zpětnou vazbou je samotná verbální i neverbální reakce příjemce na sdělení. Nelze se však spoléhat na zpětnou vazbu v podobě přikývnutí hlavou nebo verbální odpovědi „ano“, „rozumím“, ale pro zdravou a efektivní komunikaci je nutná zpětná vazba v podobě parafrázování sdělení příjemcem, tzn. říct vlastními slovy, jak příjemce sdělení porozuměl. V případě komunikace s klienty s narušenými komunikačními dovednostmi mohou být možnosti zpětné vazby výrazně omezeny. Někteří

klienti mohou reagovat pouze s omezenou slovní zásobou nebo jen neverbálně. Pracovník musí daleko více sledovat všechny vysílané signály, aby správně pochopil reakci klienta.

Příklad z praxe: Pracovník klientovi (25 let, dg. lehká mentální retardace) vysvětluje, jak se zítra dostane do chráněné dílny a u koho se má hlásit. Následně se pracovník klienta dotazuje, zdali porozuměl sděleným informacím. Pracovník: „Petře, rozuměl jste všemu, co jsem říkal?“ Klient přikývne hlavou a říká: „Jasně!“ Další den klient nedorazí na domluvenou schůzku. Pracovník se klienta dotazuje, z jakého důvodu se nedostavil. Klient nedokáže odpovědět. Pracovník znovu klientovi vše pečlivě vysvětlí a ptá se: „Petře, rozuměl jste všemu, co jsem vám teď znovu vysvětloval?“ Klient přikývne hlavou a říká: „Jasně!“ Pracovník tedy říká: „Petře, zopakujte mi, prosím, kam zítra půjdete a jak se jmenuje vedoucí dílny, u kterého se máte hlásit.“ Klient se usmívá a říká: „Já si to přesně nepamatuji.“ Pracovník znovu všechny informace zopakuje a zároveň název dílny, místo a jméno vedoucího píše na kartičku. Kartičku předává klientovi a ten je následně schopen další den přijít na sjednanou schůzku do chráněné dílny.

SHRNUTÍ

Ve třetí kapitole je zpracována podrobná analýza komunikačního procesu, krok za krokem se čtenář dozvěděl, jaké komunikační jevy ovlivňují komunikační proces, jak probíhá přenos komuniké od vysílače přes komunikační kanál až k příjemci a jaké existují překážky a šумы na jednotlivých úrovních. Celá kapitola je zaměřena na zefektivnění komunikačního procesu pracovníka s klientem, jak využívat pozitivní komunikační jevy a kvalitní zpětnou vazbu k navázání kontaktu s klientem a k posílení jeho důvěry vůči pracovníkovi.

OTÁZKY

- Popište jednotlivé kroky komunikačního procesu.
- Jaké překážky a šумы vznikají na jednotlivých úrovních komunikačního procesu?
- Jak může pracovník odstranit komunikační překážky na jednotlivých úrovních komunikačního procesu, tj. na úrovni vysílače, komunikačního kanálu i příjemce?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Analyzujte konfliktní komunikaci pracovníka s klientem, provedte rozbor komunikačního procesu. Popište jednotlivé kroky, možné komunikační překážky a šумы.
2. Uveďte konkrétní příklady optimalizace komunikačního procesu mezi pracovníkem a klientem s důrazem na osobnostní a profesní potenciál pracovníka. Oba úkoly zpracujte písemně a zašlete ke kontrole vyučujícímu.

4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat význam a úlohu neverbální komunikace;
- analyzovat neverbální signály klienta a adekvátně na ně reagovat;
- používat základní pravidla pro neverbální komunikaci s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

Čtvrtá kapitola nabízí čtenáři přehled jednotlivých složek neverbální komunikace, podrobně se zabývá jednotlivými komunikačními signály i možnými zdroji nedorozumění. Nesoulad verbálního sdělení s neverbální komunikací může mít negativní dopad na vztahy komunikujících osob a může vést ke ztrátě důvěry. Neverbální sdělení má více subjektivizující význam pro jednotlivce, zdůrazňuje osobní názor a citění jedince. Při komunikaci s klienty s řečovými obtížemi nebo verbálně nekomunikujícími nabývá na významu schopnost pracovníka číst neverbální signály klienta a také ve větší míře využívat vlastní neverbální komunikaci. V závěru kapitoly nalezne čtenář doporučení pro optimalizaci neverbální komunikace s různými typy klientů.

KLÍČOVÉ POJMY

neverbální komunikace, vizika, mimika, mimické zóny, gestika, haptika, kinezika, posturologie, proxemika, proxemické zóny, proxemický tanec, chronemika, teritorialita, paralingvistika

4.1 *Formy komunikace*

Při mezilidské komunikaci mají sdělení mnoho forem. Sdělení mohou být vysílána a přijímána jedním nebo více smyslovými orgány. Lidé spolu komunikují verbálně

(slovy) a neverbálně (řečí těla, beze slov, mimoslovně, nonverbálně). Myšlenky a záměry jsou sdělovány jak slovy, tak například oděvem, který mají lidé na sobě, způsobem chůze, způsobem, jakým se na sebe lidé usmívají. Všechno, co děláme, na nás druhým něco prozrazuje. (De Vito, 2001) Mnozí se domnívají, že slova jsou tím nejdůležitějším, co rozhovor činí rozhovorem. Je na tom kus pravdy, avšak není to pravda celá. V některých situacích mnohem výrazněji za nás hovoří výrazy, gesta nebo naše chování.

Komunikaci umožňuje systém vzájemně sdílených znaků, který tvoří následující formy komunikace (Nakonečný, 1999, s. 158):

1. **verbální** – slovní (mluvená, psaná řeč),
2. **paralingvistické znaky** (hlasová intonace apod.),
3. **neverbální** (nonverbální, řeč těla), včetně celkového jednání a chování.

4.2 Neverbální komunikace

Pomocí neverbální komunikace vyjadřujeme (Nelešovská, 2005):

- emoce, pocity, nálady, postoje;
- zájem o sblížení, navázání kontaktu;
- vytvoření dojmu u druhého o tom, kdo jsem já;
- poznání, kdo je ten druhý;
- ovlivnění postoje partnera;
- řídíme chod vzájemného styku.

Neverbální komunikace také slouží (Plaňava, 2005, s. 42–43):

- k podpoře řečových promluv;
- k náhradě slovního vyjádření;
- k vyjádření emocí;
- k vyjádření interpersonálního postoje;
- k vyjádření příslušnosti ke skupině či generaci;

- k potvrzení ceremoniálů a rituálů;
- k zesílení vlivu;
- k uměleckému vyjádření.

Každý neverbální signál je podmíněný (Plaňava, 2005, s. 43):

- druhově,
- osobností,
- kulturou,
- dobou a prostředím,
- sociální skupinou.

U některých klientů, např. v pokročilém stádiu demence ztrácí klient schopnost verbálního vyjadřování i schopnost porozumět významu slov. Pro pracovníka je důležité sledovat, co mu klient říká svým tělem. Často pracovník získává informace jen z výrazu tváře klienta.

Příklad z praxe: *Klientka (83 let, dg. demence) je upoutána trvale na lůžko. Pracovnice přichází a nabízí klientce, že ji přečte denní tisk. Klientka zavírá oči a odvrací hlavu od pracovnice. Pracovnice vyhodnocuje odpověď klientky jako „ne“. Pracovnice říká: „Paní Nováčková, rozumím tomu dobře, že noviny přečíst nechcete?“ Klientka zůstává odvrácena. Pracovnice nabízí poslech hudby. Klientka otáčí hlavu zpět a dívá se na pracovníci a na rádio. Pracovnice vyhodnocuje její reakci jako „ano“ a říká: „Tak já zapnu rádio a naladím vaši oblíbenou stanici paní Nováčková.“*

4.2.1 Základní složky neverbální komunikace

Jak spolu mluvíme beze slov:

- kontaktem očí, tj. **vizikou**; „Když se setkají pohledy dvou lidí, dojde k zintenzivnění prožitku sociálního kontaktu“ (Tegze, 2003, s. 320). Řeč pohledů patří mezi nejčastější mimoslovní způsoby sdělování našich duševních stavů a prožitků. Při řeči očí sledujeme: vzájemné pohledy, délku očního

kontaktu, četnost pohledů, zaměření a sled pohledů, úhel pootevření očí, velikost zornic, mrkání atd.;

- **mimikou**, tj. různými výrazy obličeje, kterými nejčastěji vyjadřujeme své emoce, nálady, citové prožitky a afekty; Podle Tegzeho (2003, s. 305) je „mimické svalstvo jedním z nejdůležitějších prostředků sociální komunikace. Má schopnost vyjadřovat prožitky, ovlivnit prožívání sociálního kontaktu, má obrovský význam při poznávání druhých lidí. To z něho činí samostatný „orgán“ sociálního kontaktu.“ Člověk dokáže s velkou přesností odlišit **sedm primárních emocí** ve výrazech obličeje a jejich opozitum. Jedná o štěstí – neštěstí, radost – smutek, klid – rozčilení, spokojenost – nespokojenost, až znechucení, zájem – nezájem, neočekávané překvapení – splněné očekávání, strach a bázeň – pocit jistoty. V obličeji lze sledovat odvozené emocionální výrazy, tzv. **sekundární emoce**, které jsou mnohem lépe ovlivnitelné než primární (překrytí autentického výrazu), a to kulturním prostředím, zkušenostmi, výchovou, společenskými pravidly, normami apod. Na obličeji rozlišujeme **mimické zóny**: I. nejvyšší partie obličeje, zahrnující obočí a čelo, II. nejdůležitější oblast očí a víček, III. dolní oblast obličeje s dominantní partií úst. Překvapení se nejpřesněji identifikuje v oblasti čela a obočí. Strach lze vyzorovat v oblasti očí a víček, podobně jako smutek. Štěstí se dá určovat z mimických projevů v dolní části obličeje. Jedině rozčilení není lokalizováno v jedné zóně, ale jeho projevy jsou rozloženy po celém obličeji. (Nelešovská, 2005) U klientů vlivem involučních změn nebo zdravotních komplikací může docházet k nečitelnosti mimických výrazů.
- přiblížením či oddálením, přistoupením blíže či odstoupením od druhého, otočením se k němu či odvrácením se od něho, tzv. **proxemikou**; Kolem lidí, kteří spolu komunikují ve stoje, existují určité zóny (mezikruží). Rozlišují se 4 vzdálenosti (zóny), které definují typ vztahu mezi lidmi (De Vito, 2001): **intimní zóna** (méně než 45 cm): ochranný prostor, kam pustíme pouze své nejbližší; **osobní zóna** (rozmezí 45 cm – 120 cm): prostor pro přátelskou komunikaci při různých setkáních, tato zóna definuje ochrannou „bublinu“ každého člověka; **sociální zóna** (120 cm – 3,7 m): prostor pro komunikaci s neznámým člověkem v neznámém prostředí, ztrácíme pohled na detaily,

využívá se při obchodní a formální komunikaci; **veřejná zóna** (odstup větší než 3,7 m): tuto vzdálenost si udržuje řečník od svého publika, je znemožněn oční kontakt; tento odstup je základem naší osobní ochrany, umožňuje nám podniknout obranné akce v případě ohrožení. Pokud se setkají dva lidé, jejichž osobní zóny jsou výrazně odlišné, mohou se v prostoru, ať už v sedě či ve stoje, postupně přesouvat, přibližovat a oddalovat, což z pohledu pozorovatele vypadá, jako by tančili – **proxemický tanec**.

- přímým dotykem, např. podáním ruky, pohlazením, tzv. **haptikou**; Taktilní kontakt zahrnuje (Nelešovská, 2005): příjem zpráv o působení tlaku, který působí deformaci kůže; příjem zpráv o působení tepla; příjem zpráv o působení chladu; příjem zpráv o vlivu podnětů, které působí bolest; někdy bývá zařazován i smysl pro vibrace, který registruje chvění;
- postojem a polohou těla např. tím, že se k druhému přikloníme nebo se od něho odkloníme, přisedneme si, že k druhému otočíme hlavu apod., tzv. **posturologií**; Fyziologie rozeznává základní 3 druhy polohy člověka: vstoje, vsedě, vleže, ve kterých mohou různé části těla zaujímat rozmanité polohy. Pokud zkoumáme vzájemnou polohu dvou částí těla při téže základní i tělesné poloze, jde o tzn. **kompozici**. Jde-li o vystižení vzájemných poloh všech částí těla při dané základní tělesné poloze, jde o tzv. **konfiguraci**. (Nelešovská, 2005); pohyby rukou, nohou, celého těla, hlavy, souhrou pohybů jednotlivých částí při interakci tzn. **kinezikou**; Do kineziky se promítá nejen aktuální emoční stav, ale i náš temperament, kulturní a etnická příslušnost, výchova apod.;
- gestikulací např. přikývnutím na souhlas nebo pohybem ruky (**gestika**); Rei (in Nelešovská, 2005) vyjádřil domněnku, že gesty je možno vyjádřit na 700 000 rozličných sdělení; Gesta jsou rozlišována na vrozená/získaná, otevřená/uzavřená, nejistá či nervózní, gesta obranná/útočná, přemýšlivá apod. Můžeme se setkat u stejného gesta i s naprosto odlišným významem v různých kulturách (Svatoš, 2005). Podle Tegzeho (2003) mají gesta 5 významových oblastí: vyjadřování podpory, zintenzivnění kontaktu, zajištění obrany, doprovod

silných emočních prožitků a vykonávání autostimulačních aktivit (dotýkání uší jako stimulace mozkové činnosti, přiložení ruky na bolavé místo aj.);

- svrchními tóny řeči – tím, jak říkáme to, co říkáme, tj. **paralingvistika**; Sledujeme tyto kvality: hlasitost řeči, výšku tónu, tempo, objem a plynulost řeči, intonaci – melodii, chyby, správnost výslovnosti, obsahovou kvalitu, frázovitost, ticho, předávání slova, duety, otázky, latence, příkazy, zakoktání, vulgarismy, slovní vatu aj.;
- úpravou zevnějšku, líčením, vůní, šperky, značkou auta, mobilu, prostě naší **image**;
- prostřednictvím předmětů, tzn. jde o signály vyrobené nebo připravené lidskýma rukama, je to barva stěn, dekorace a výzdoba prostoru, ale i **dárky**, které dáváme (De Vito, 2001);
- časem, tj. **chronemika**, kterým dáváme najevo, jak si druhého vážíme nebo jak nám na dané věci záleží, když přijdeme včas, kolik času člověku věnujeme apod.;
- prostředím, kam druhého k rozhovoru pozveme, členěním prostoru, vybavením místnosti (**teritorialita**). Teritorialita se zabývá prostorem, ve kterém komunikujeme s ostatními. Jsou místa, kde se cítíme příjemně, uvolněně a jistě, je to naše teritorium, a to si chráníme. Máme svoji oblíbenou židli, restauraci, lavičku v parku. Podle významnosti sdělení nebo osoby může pracovník pozvat klienta do pracovny nebo rozhovor proběhne „mezi dveřmi“ apod.;
- **činy**: to, co děláme, jak se chováme a jak jednáme, to patří k nejdůležitějším projevům v našich osobních setkáních. Nadarmo se neříká: „To, co kdo dělá, mluví za tři.“ Podobná úsloví mají i jiné národy. Angličané např. říkají: „To, co kdo dělá, mluví hlasitěji nežli jeho slova.“ Proto i při naslouchání bychom neměli zapomenout na to, co kdo říká, vše je třeba zvažovat s pohledem na to, co kdo dělá.

Interpretovat řeč těla jiného člověka, vyžaduje trénink, ale je to proveditelné. Vlivem tréninku je možné rozpoznat, zda lidé, se kterými hovoříme, lžou, nudí se, jsou netrpěliví, nervózní, sympatizují a souhlasí s námi či jsou v defenzívě. Můžeme zjistit,

zda jsou otevření, rozzlobení, mají obavy, jsou nejistí apod. Při čtení řeči těla se může pozorovatel soustředit pouze na jeden detail a vyvodit z toho řadu nepřesností. Například jestliže má osoba složené ruce na prsou, mohlo by to znamenat, že osoba je uzavřená nebo nepřístupná, nebo by to mohlo prostě znamenat, že je jí zima nebo že se nudí. Abychom dostali v dostatečné míře správný obraz myšlenek a pocitů druhé osoby z řeči těla, měli bychom se pokusit spojit signály těla v jeden celek a vidět je v kontextu celé existující situace. Vyhýbejme se pokušení dělat jednoznačné závěry na základě neverbálních projevů. Při skutečné komunikaci vždy působí všechny oblasti společně.

4.2.2 Hlasová hygiena

Vzhledem k důležitosti hlasu, jako pracovního nástroje pomáhajícího pracovníka, je také nutné dbát na správnou hygienu mluveného projevu. Příliš hlasitá, halasná nebo sípavá řeč jistě nevzbudí u klienta sympatie a může být i na překážku navázání kontaktu a získání důvěry.

Nelešovská (2005) uvádí podstatné zásady hlasové hygieny:

- hovořit ve vyvětrané místnosti,
- v řeči dělat pauzy,
- nekřičet, nepřepínat hlasovou sílu a výšku,
- zachovávat opatrnost při šepotu,
- neodkašlávat naprázdno,
- v letním období omezit při vysokých teplotách pití příliš studených nápojů,
- nemluvit dlouho v mrazivém ovzduší,
- šetřit hlasivky při nemoci (angína, chřipka),
- nezdržovat se v zakouřené místnosti, zachovávat střídmost v kouření i v požívání alkoholických nápojů,
- hlasu prospívá: otužování, řeč v přiměřené síle, hlasová cvičení, zpěv, spánek, zdravá životospráva apod.

4.3 Doporučení pro optimalizaci neverbální komunikace

1. Při komunikaci, především s klienty s řečovými obtížemi, je nutné neustále posuzovat potřebu neverbální komunikace (např. respektování teritoriality, potřeby haptického kontaktu) a ověřovat si tuto potřebu verbálně.
2. Zvolit odpovídající míru neverbálních projevů s ohledem na gestiku a mimiku tak, aby odrážela zájem pracovníka o klienta. Nadměrná gestikulace a mimika může působit směšně nebo zstrašujícím a agresivně. Naopak omezená gestika a mimika chladně a odměřeně.
3. Je vhodné používat efektivně pozitivní potenciál gestiky (popisná nebo ukazovací gesta aj.) při verbálním vysvětlování a posturologických principů, tzn. při komunikaci zachovávat stejnou úroveň očí komunikujících.
4. Pracovník se vyvaruje potenciálně rizikových gest v interkulturním kontextu, případně gest nesrozumitelných z hlediska mezigeneračních rozdílů.
5. Pracovník udržuje oční kontakt s klientem. Jedná se o projev respektu a úcty. Pracovník zároveň sleduje oční kontakt klienta.
6. Pracovník respektuje osobní zónu klienta, žádá o dovolu vstoupit do jeho osobní či intimní zóny při ošetrovatelských či jiných úkonech.
7. Při dotýkání klienta pracovník respektuje jeho pocity, včetně odmítnutí fyzického kontaktu. Taktilní kontakt může podpořit pracovníkovo verbální sdělení, vyjádřit klientovi podporu. Bezpečnou zónou pro dotýkání klienta je hřbet ruky, dlaň, paže a rameno.
8. Zejména pro osamělé klienty, např. seniory a ty, kteří žijí v zařízeních sociálních služeb, je velice důležitá taktilní komunikace. Uchopení za ruku nebo jen dotek jsou pro ně projevy zájmu, porozumění a náklonnosti druhého člověka a signálem, že nejsou odstrčení a zbyteční. (Slowík, 2010)
9. Hlas pracovníka by měl být klidný, přiměřeně hlasitý, spíše nízkého tónu. Vysoké a hlasité tóny mohou vyvolávat v klientech úzkost a napětí. Tempo řeči pracovníka má být pomalejší, výslovnost zřetelná.

10. Pro efektivní přenos komuniké mezi pracovníkem a seniorem platí princip – autentičnost a kongruence s verbálním vyjádřením. Kongruence znamená shodnost verbální a neverbální komunikace pracovníka, ale také shodnost v postoji pracovníka s postojem klienta. Zaujmutí kongruentního postoje vůči klientovi umožňuje pomáhajícímu pracovníkovi vytvořit atmosféru důvěry, bezpečí a naslouchání.
11. Z hlediska interpretace neverbálních projevů není možné vždy jednoznačně tlumočit a vysvětlit význam neverbálního sdělení. V případě nejasnosti významu sdělovaného obsahu je jedinou možností si význam sděleného ověřit, např. využitím technik aktivního naslouchání. Jednotlivé techniky aktivního naslouchání jsou vysvětleny v dalších kapitolách této studijní opory.
12. Upraveným vzhledem vyjadřuje pracovník postoj ke své profesi i ke klientům, se kterými pracuje. Úprava nehtů, vlasů i vousů je samozřejmostí. Např. klient se zrakovým postižením lépe odezírá ze rtů, kterou jsou zvýrazněny rtěnkou, naopak jako překážka v čitelnosti mimiky a artikulace může být hustý vous.
13. Pracovník předchází zkreslenému úsudku o klientovi dle primárního neverbálního projevu tím, že se pokouší zjistit další podrobnosti o klientovi. (Pokorná, 2010)

SHRNUTÍ

Ve čtvrté kapitole se čtenář seznámil s jednotlivými složkami neverbální komunikace. Je zřejmé, že všechny neverbální komunikační signály mohou být zdrojem nedorozumění, proto je nutné, aby si pomáhající pracovník osvojil hluboké znalosti a dovednosti efektivní neverbální komunikace. Nejen s klienty s narušenými komunikačními schopnostmi nabývá neverbální komunikace vysokého významu. V této kapitole byl také kladen důraz na soulad a opravdovost neverbální a verbální komunikace, tzn. na kongruenci a autentičnost pracovníka, které mají pozitivní dopad na komunikaci pracovníka s klientem, a dále posilují důvěru a vztah.

OTÁZKY

- Co můžeme pomocí neverbální komunikace vyjádřit?
- Jaké primární emoce jsme schopni mimicky přesně odlišit?
- V jaké mimické zóně lze dobře vyzorovat strach?
- Co sledujeme při zkoumání řeči očí?
- Co zahrnuje kinezika?
- V jaké podobě je vhodný taktilní kontakt mezi pracovníkem a klientem?
- Co vyjadřuje kompozice a konfigurace v posturologii?
- Jaký má význam kongruence v komunikaci pracovníka?
- Jak se nazývají zóny, které definuje proxemika?
- Jaké paralingvistické charakteristiky můžeme zkoumat?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Analyzujte komunikační proces pracovníka s klientem s důrazem na neverbální komunikaci. Jakými prostředky neverbální komunikace může pracovník předcházet konfliktům a zmírnit napětí v komunikaci?

2. Jak se liší význam gest v různých kulturách? Vyhledejte gesta, která běžně používáme v naší kultuře a srovnajte jejich význam v naší zemi a v jiných zemích. Oba úkoly zpracujte písemně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

5 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat pojmy denotace a konotace a jejich význam pro komunikaci;
- používat vhodný typ otázek v komunikaci;
- využívat více otevřených otázek v komunikaci s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

V páté kapitole se čtenář dozví, co obnáší verbální komunikace a jaký vliv na komunikaci má denotativní a konotativní význam slov. Dále se kapitola věnuje typům otázek a jaké otevřené otázky je vhodné používat při komunikaci s klientem. V závěru kapitoly čtenář nalezne doporučení pro optimalizaci verbální komunikace.

POJMY K ZAPAMATOVÁNÍ

denotace, konotace, otevřená otázka, uzavřená otázka, zázračná otázka

5.1 Verbální komunikace

Pojmem verbální komunikace rozumíme komunikaci prováděnou prostřednictvím slov, bez ohledu na to, zda jsou psaná nebo mluvená. Podle Slovníku spisovné češtiny se mluvením rozumí vyjadřování myšlenek artikulovanou řečí, případně dorozumívání se jazykem.

Verbální komunikace je charakterizována využíváním slov jako symbolů a znaků neboli kódů nejen k předávání informací, ale i myšlenek, sdílení zkušeností a zážitků, ověření mínění druhých a vnímání vysílaných symbolů a vnímání okolního světa (Vybíral, 2005).

Obory, které se zajímají o naši řeč: lingvistika, filologie, filozofie, fonetika a fonologie, sémiotika, etymologie, sémantika, paralingvistika, gramatika (mluvnice), syntax (skladba), stylistika (sloh), pragmatika, estetika, rétorika, sémaziologie, teorie informací, psycholingvistika, sociální komunikace.

Podle Plaňavy (2005) používá dospělý člověk se středoškolským vzděláním průměrně devět až deset tisíc slov, pasivně rozumí dalším skoro dvaceti tisícům. Otázkou však je, zdali všichni chápeme stejně, nebo alespoň podobně význam slov. Pak se může stát, jak uvádí Gabura a Pružinská (1995), že si lidé domýšlejí kontexty a v komunikaci mohou jít úplně mimo sebe, nepotkávat se. Lidově se tento typ komunikace nazývá „já o koze, ty o voze“. Pokud se pomáhající pracovník chce přiblížit klientovi a rozumět tomu, co mu sděluje, pak musí mít na mysli denotativní a konotativní význam slov.

5.1.1 Denotace a konotace

Mezi základní principy verbální komunikace patří denotace a konotace, které významným způsobem ovlivňují vnímání kódování a dekodování předávaných informací v interakčním pojetí komunikace, tzn. v předpokladu vzájemného působení (Pokorná, 2010).

Denotace vyjadřuje vztah výrazu k denotátu, tj. k tomu, co označuje. Denotace je věcí veřejného konsenzu, zvyku a dohody, denotování některých slov se postupem doby mění a vyvíjí. Denotace je tedy význam slov, tzn. že všichni víme, co se tím myslí. Ovšem některá slova se stejně píšou a vyslovují, ale mají rozdílné významy. V tom případě hovoříme o rozdílné denotaci slov. Příklady: slovo delikátní může znamenat lahodný nebo choulostivý; etiketa znamená soubor pravidel společenského styku nebo nálepku; koruna může být mince nebo královský symbol apod. (Gabura, Pružinská, 1995)

Denotace jsou v určitém čase a společenském uspořádání považovány za objektivní. V různém období se však obecný význam pojmu může měnit, např. slovo pes znamenalo v minulosti totéž. Označuje zvíře. Jinak je tomu např. u slova myš, kdy v minulosti označoval tento pojem jednoznačně drobné zvíře, v současné době pro mladší generaci je myš označením počítačového příslušenství. Původní obecná denotace slova zůstala nezměněna, ale pojem může nabývat i jiného významu.

V případě klientů seniorů se v důsledku denotačních změn může klient stát kulturním cizincem. Hovoří se o ztrátě sociokulturní identity u seniorů. (Pokorná, 2010)

Vedle denotativního, tj. toho, co určitý pojem označuje, má smysl mluvit o významu konotativním (můžeme se setkat i s významem psychologickým). Dle Plaňavy (2005, s. 38) „**Konotace** označuje rozsah myšlenek, představ, citů a hodnocení, která se seskupují okolo určitého slova (slovního spojení)“. To znamená, že slova mohou vyvolávat u různých lidí odlišné, často i protikladné a neslučitelné city, hodnocení, postoje, což může vést nejen k nedorozumění, ale i ke sporům a konfliktům. Některá slova pro nás mají silný emoční náboj, pozitivní i negativní, jiná vnímáme zcela neutrálně. Konotativní význam slov je proměnlivý, závislý na našich životních zkušenostech. Příklad: v rozhovoru se zmíní slovo „matka“, jednomu z komunikujících se vybaví dobrá, ochraňující, citlivá a laskavá žena, druhému se však vybaví žena chladná, trestající a nespravedlivá. Pokud si komunikující nevysvětlí, jak dané slovo vnímají, může dojít ke vzájemnému nepochopení.

Příklad z praxe: *Při skupinové terapii dochází mezi účastníky ke konfliktu. Jedna ze seniorek hovoří o svém dětství, vzpomíná na svoji matku, která byla citlivá a laskavá žena, ochraňující a pečující o všechny své děti. Jeden z účastníků skupiny začne na klientku křičet, že to není pravda, klientka se rozpláče, ostatní klienti jsou neklidní, nerozumí tomu, co se děje. Křičící klient našťavaně odejde ze skupiny. Později se pracovnice s klientem setká a ptá se, co se na skupině stalo. Klient se rozpovídá o svém dětství, ze kterého vyplyne, že vyrůstal v rodině, kde „vládla“ chladná a nespravedlivě trestající matka. Klient, protože se hůře učil, byl matkou fyzicky denně trestán, což později vedlo k jeho útěku z domova.*

5.2 Umění kladení otázek

S verbální komunikací úzce souvisí umění kladení otázek. Je to také jedna ze základních dovedností pomáhajícího pracovníka. Základním předpokladem toho, aby otázka vyvolala patřičnou odezvu, je, že splňuje tyto požadavky (Nelešovská, 2005):

- **přiměřenost** (s ohledem na věk, úroveň vědomostí, zkušeností, situaci atd.);

- **srozumitelnost a stručnost** (vhodná slovní zásoba a vyjadřování, ve větách a souvětích musí být zachován smysl a podstata otázky, se srozumitelností souvisí i správná výslovnost);
- **jednoznačnost** (pro získání jednoznačné odpovědi je nutné položit jen jednu otázku, dbát na správné pořadí otázek, zohlednit časový odstup, situační kontext apod.);
- **věcná správnost a přesnost** (správné a přesné pojmenování skutečnosti);
- **jazyková správnost** (dodržovat řečovou kulturu a úroveň, čistotu a správnou skladbu jazykového projevu, spisovnost, přiměřené používání specifického slovníku klientů).

Andersonová a Goolishian (in Vybíral, 2005) uvádějí, že existují 4 druhy terapeutických otázek:

- rétorické (tazatel se ptá a zároveň nabízí odpověď),
- pedagogické (víme, na co se ptáme a co chceme slyšet),
- terapeutické (tazatel často chce jen potvrdit názor, který již předem má),
- terapeuticko-sokratovské (vycházejí z předpokladu, že tazatel neví odpověď, ale dotazovaný odpověď ví, je to přece jeho zkušenost, význam, výklad).
Terapeuticko-sokratovské otázky mají v rozhovoru s klientem léčivé účinky. Působí příznivě především z toho důvodu, že dávají klientovi možnost se svobodně vyjadřovat, vysvětlovat, objasňovat. Nemusí se bránit a lhát.

5.2.1 Typy otázek

Většina autorů odborné i laické literatury se shoduje na základní typologii otázek: otevřené a uzavřené. Dále se můžeme v různých zdrojích setkat s dalším členěním otázek na:

- objasňující,
- usměrňující,
- potvrzovací,

- naléhající, nabádající,
- ovlivňující,
- konstruktivní,
- projektivní,
- zázračné,
- měřící,
- dobré x špatné (nešťastné),
- připravené x spontánní,
- přímé x nepřímé,
- alternativní (buď – nebo),
- podněcující,
- sugestivní,
- manipulativní,
- dvojí vazba (ambivalence),
- dvojí past,
- řečnické otázky.

5.2.2 Uzavřené otázky

Matoušek (2003) uvádí, že pokud nejde o sběr anamnestických dat, neměly by se v poradenském rozhovoru objevovat otázky uzavřené, tj. takové, na které je nutno odpovědět jednoznačným způsobem. Cílem uzavřených otázek je získat specifické informace. Odpovědí na otevřenou otázku bývá často „ano“, nebo „ne“, případně „nevím“, nebo „nechci odpovědět“. Uzavřené otázky mohou také nabízet alternativu buď – anebo. (Plaňava, 2005). Přímé dotazování však může být pro klienta nepříjemné, může se cítit ohrožený a ve snaze se chránit lže.

Příklady uzavřených otázek:

- *Byl jste u lékaře?*
- *Máte nějaké příbuzné?*
- *Chcete být raději doma nebo v domově pro seniory?*
- *Budete to jíst?*
- *Chcete mrkev nebo hrášek?*

U některých klientů, např. seniorů, mohou uzavřené otázky vyvolávat nejistotu, obávají se jednoznačné odpovědi, případně mají strach, jestli odpoví správně podle představ dotazujícího se. Na stranu druhou, při narušených komunikačních schopnostech klienta je nutné využít uzavřených otázek k ujištění, zdali pracovník pochopil potřeby klienta správně. Uzavřené otázky tedy mají nezastupitelné místo v komunikaci pro usměrnění a upřesnění komunikace a ujištění se o významu sdělení.

Uzavřené otázky by však neměly převážet v komunikaci do té míry, že se odpovědi klienta zúží na „ano-ne-nevím“. Poté už pracovník ani na odpověď klienta nečeká a odpovídá za klienta. Tento postup patří mezi devalvační mechanismy, klient přestává být důležitý, pracovník pouze vykonává pracovní úkony na klientovi.

Příklad z praxe: *Nevhodně použité uzavřené otázky – Pracovník se ptá klientky (85 let, dg. demence): „Už jste dojedla paní Nováková? Ano nebo ne?“ Klientka se dívá na talíř se zbytky jídla, přemýšlí a pak odpovídá: „Ano ... ne ... ještě jsem nejedla.“ Pracovník reaguje: „Ale to víte, že už jste paní Nováková jedla. Mohu odnést ten talíř?“ Klientka je nespokojená, s křikem brání svůj talíř, dožaduje se večeře. Dlouho trvá, než se uklidní a nechá se přesvědčit, že již večeřela.*

Příklad z praxe: *Vhodně použité uzavřené a otevřené otázky – Pracovník přichází ke stolu klientky (85 let, dg. demence) a klidným hlasem začne popisovat večeři, kterou klientka před chvílí jedla: „Paní Hanko, dneska jste měla na večeři brambory ... kuřecí řízek ... a salát. Všechno jste snědla, jak vidím. Jak vám to chutnalo?“ Klientka se zamyslí, vidličkou přebírá zbytky na talíři a odpoví: „Bylo to dobré.“ Pracovník se ptá: „Vidím, že vám ještě na talíři zůstaly brambory.“ Klientka přikyvuje. Pracovník: „Budete*

to ještě dojídat?“ Klientka vrtí hlavou. Pracovník: „Ne?“ Klientka vrtí hlavou. Pracovník: „Chápu to tak, že už to dojídat nebudete?“ Klientka odsunuje talíř. Pracovník: „Mohu vám tedy odnést talíř?“ Klientka přikyvuje a odchází v klidu do pokoje.

5.2.3 Otevřené otázky

V poradenské práci je vhodnější používat otázky otevřené, které poskytují klientovi manévrovací prostor a které mu také umožňují, aby komunikaci směřoval k tématu, které je pro něj důležité. Otevřené otázky umožňují se rozhovořit, diskutovat nebo jen tak povídat, uvolňují atmosféru, nabízejí sebeotevření. Jsou spíše výzvou než pokynem.

Příklady otevřených otázek:

- *Co se vám tady líbí?*
- *Kdo za vámi jezdí o víkendu?*
- *Řekněte mi víc o svých dětech.*
- *Co jste dělal za práci?*

Vhodně zvolené otevřené otázky mohou předcházet konfliktům. Společnost TRIALOG (Brno, 2000) nabízí příklady otevřených otázek:

- *Jaké to pro vás je, jak na vás celá situace působí?*
- *Co to pro vás znamená?*
- *Jaký máte pocit, když ...?*
- *Mohl byste popsat, vysvětlit ...?*
- *Řekněte mi o tom více.*
- *Vysvětlete mi to prosím jasněji.*
- *Co máte konkrétně na mysli, když říkáte ...?*
- *Mohl byste mi dát příklad toho, co míníte slovem ...?*
- *Co by v této situaci udělal váš skutečný přítel?*

- *Čeho si vážíte, co očekáváte od svého ... partnera, přítele, nadřízeného, souseda, spolupracovníka, učitele ...?*
- *Co vám to přináší?*
- *Jak to na vás působí?*
- *Můžete vysvětlit, z jakého předpokladu jste vycházel, když jste ...?*
- *Co jste tímto očekával?*
- *Co jste tím zamýšlel?*
- *Co jste doufal, že udělá ona?*
- *Co jste si myslel, když jste slyšel, že ...?*
- *Jaké máte výhrady?*
- *Jak jste chápal ten incident vy?*
- *Je ještě něco, co podle vás nevím nebo nechápu a měl(a) bych vědět a pochopit?*
- *Pokud jde o dohodu, co by mohlo být příčinou selhání či porušení?*
- *Co by podle vás mohlo ztížit dodržování právě dosažené dohody?*
- *Jak vysvětlíte změnu ve vašem vztahu (chování) vůči naší organizaci (zaměstnavateli, přátelům)?*
- *Co jim řeknete, když se vás na to zeptají?*

Otevřené otázky mohou sloužit také jako opěrné body v poradenském procesu (Andersonová in Úlehla, 2005):

- *Jak vás napadlo přijít sem za mnou?*
- *Jak bychom měli našeho společného setkání využít?*
- *Je to, na čem teď spolupracujeme, opravdu to, co potřebujete?*
- *Jestliže není, jak jinak bychom měli postupovat?*

5.2.3 Zázračná otázka

Tato otázka vznikla shodou okolností při práci s klientem, který během konzultace prohlásil, že jemu už by pomohl jenom zázrak. Bergová a De Shazer (in De Shazer, Dolanová a kol., 2014) začali experimentovat s touto formou intervence a zjistili, že pomáhá klientům obnovit pocit naděje, dodává důvěru, že je problém řešitelný, a to je často první krok k tomu, aby klienti začali aktivně svůj život měnit. Vzhledem k tomu, že projevy zázraku lze nalézt pouze v klientově reálném světě, může být otázka na zázrak považována také za otázku na realitu.

Původní formulace De Shazera (De Shazer, Dolanová a kol., 2014, s.63) zněla takto: *Představte si, že jednou v noci, když jste spala, došlo k zázraku a váš problém byl vyřešen. Jak byste se o tom dozvěděla? Co by bylo jinak? Jak by to zjistil váš manžel, aniž byste se mu o tom zmínila?*

De Jong a Bergová (in De Shazer, Dolanová a kol., 2014, s.64) doporučovali tuto formulaci: *Ted' by se vás rád zeptal na něco zvláštního. Představte si, že zatímco dnes v noci budete spát a ve vašem domě bude úplný klid, stane se zázrak. Zázrak bude spočívat v tom, že problém, který vás přivedl sem, se vyřeší. Avšak vzhledem k tomu, že budete spát, nebudete o tom, že se stal zázrak, vědět. A tak, až se zítra ráno probudíte, co bude jinak a podle čeho poznáte, že se tento zázrak stal a že problém, který vás sem přivedl, je vyřešený?*

Miller a Bergová (2014, s.72) uvádějí následující formulaci: *Dejme tomu, že až dnes půjdete spát a usnete, stane se během vašeho spánku zázrak. Ten zázrak spočívá v tom, že problém nebo problémy, s nimiž zápasíte, jsou najednou vyřešené! Je to tak jednoduché! Vzhledem k tomu, že spíte, však nevíte, že se děje zázrak. Celou tu událost jste prospali. Když se druhý den ráno vzbudíte, co vám jako první přijde jiné, co je jiné a co vám prozradí, že se stal zázrak a že váš problém byl vyřešen?*

Další možností pokračování ve zkoumání toho, na co má z popisovaného žádoucího stavu klient již v současnou chvíli jsou otázky (Bobek, Peniška, 2008):

- *Jak vlastně víte, že tento zázrak nenastal už včera v noci?*
- *Co když už mezitím došlo alespoň k částečné změně a my jsme si toho ani nevšimli? Na jakém experimentu by se to asi tak dalo poznat?*

Zázračná otázka patří mezi tzv. konstruktivní otázky, které klienta nutí k tvorbě nových řešení, postupů, cest a variant atd., jednoduše čehokoliv, co jej vede dál a zvyšuje pravděpodobnost dosažení cíle. S tímto typem otázek je potřeba zacházet obezřetně, od klientů se vyžadují alespoň základní kompetence, tzn. schopnost být samostatný, sebe řídící a zodpovědný sám za sebe. Je-li tomu jinak, pak kladením konstruktivních otázek nekompetentnímu klientovi zkomplikuje pracovník život ještě více, nechává ho zažívat pocit neschopnosti a neúspěchu a tím klientovi napomáhá zapadnout ještě více tam, kde je. (Parma, 2006) V případě klientů závislých na návykových látkách je opakované potvrzování vlastní neschopnosti jednou z příčin návratu k droze.

Příklad z praxe: Klient (45 let, dg. závislost na alkoholu): „Dlouho jsem nevěděl, co mám na sobě měnit. Dříve jsem pil a nepřemýšlel o ničem. Na skupinách jsem přežíval, pospával, nudil se. Musel jsem plnit nějaké úkoly a u toho jsem začal přemýšlet, o svém životě, minulosti i budoucnosti. Některé věci jsem dělal s odporem a jiné s radostí. Začalo mě bavit kreslit příběhy. Pomalu jsem si uvědomoval, že jsem udělal v životě spoustu chyb. Učím se myslet, chci něco z toho, co jsem zkazil, napravit.“ Pracovník položil klientovi zázračnou otázku po 8 měsících pobytu ve službě následné péče. Klient se zarazil a dlouho nemluvil. Poté odpověděl: „Nevím.“ Chvilí spolu mlčeli a pak klient dodal: „Nikomu neublížuji.“ Pracovník se zeptal, když nikomu neublízuje, tak co dělá. Opět bylo dlouho ticho a následně klient se slzami v očích velmi potichu odpověděl: „Mám se rád.“ Následně pokračoval rozhovor pracovníka s klientem o tom, co tedy bude dělat, když se má rád. Klient mluvil o pravidelném jídle, spaní, sportování, chození po horách s kamarády apod. Po tomto rozhovoru měl klient konkrétní vizi cíle, kterých chce dosáhnout. Začal si plánovat sportovní aktivity a vycházky na hory.

Příklad z praxe: Klientka (48 let, dg. závislost na alkoholu): „Dva roky jsme žili s druhem na ulici, někdy bylo líp, někdy hůř. Člověk si zvykne na všechno. Alkohol nám dělal společníka každý den. Pak jsem se jednou ráno probudila a druh vedle mě ležel mrtvý. Prý mrtvice. Už se bojím napít, nechci umřít na ulici. Co jsem mohla, to jsem zpackala. Někde žije moje dcera s rodinou, chtěla bych vidět alespoň jednou své vnoučky.“ Pracovnice položila klientce zázračnou otázku po cca 2 měsících po nástupu do služby následné péče a klientka odpověděla: „Já už na zázraky nevěřím“ a rozplakala se. Nedokázala si představit, jak může vypadat její budoucnost. Po dalších cca 4 měsících pracovnice otázku zopakovala a klientka po krátkém váhání

odpověděla: „Zazvoní telefon, volá mi dcera a zve mě na návštěvu. A já řeknu ano, nestydím se za sebe, je mi dobře, jsem střízlivá.“ Klientka po dokončení programu získala bydlení, práci a je v kontaktu se svojí rodinou, nadále abstínuje.

Příklad z praxe: Klient (60 let, dg. závislost na alkoholu), který žil 4 roky na ulici a nyní přišel do azylového domu. Na začátku spolupráce klient řekl: „Neměl jsem důvod žít, nikoho nemám, jediný smysl mělo sehnat ráno krabici s vínem a umřít se. Na azyláku jsem začal vypomáhat na zahradě a pracovníci mě přesvědčili, že se mám léčit, že mi pak seženou bydlení a práci. Věřím jim, však jsou z Armády spásy.“ Klient nastoupil do služby následné péče, jedinou motivací pro něj bylo samostatné bydlení a slib práce od pracovníků azylového domu. Pracovník položil klientovi cca 2 měsíce po nástupu do služby následné péče v rámci rozhovoru o tom, na čem chce pracovat a co je jeho cílem, zázračnou otázku. Jeho odpověď byla: „Už se nemusím o nic starat. Mám byt a práci, kterou mi slíbili na azyláku.“ Klient však odmítal podnikat jakékoliv vlastní kroky, které by jej vedly k cíli, měl představu, že vše zařídí pracovníci, kteří mu slíbili pomoc. Když začal chápat, že dosažení cíle vyžaduje jeho vlastní aktivitu, tak se rozhodl z programu odejít a na ubytovně se opět vrátil k popíjení alkoholu. Při setkání pracovníka s klientem v azylovém domě odůvodnil klient návrat ke starému životnímu stylu tím, že Armáda Spásy se na něj vykašlala a že na jejich pomoc už nevěří. Klient následně odmítal jakékoliv nabídky pomoci. Po několika měsících na ulici zemřel na selhání jater.

5.3 Doporučení pro optimalizaci verbální komunikace

Gabura a Pružinská (1995) doporučují při verbální komunikaci s klientem dodržovat tyto obecné zásady:

- hovořit jasně a srozumitelně, vyhýbat se narážkám, jinotajům a nepřiměřenému zevšeobecňování;
- respektovat kapacitu klienta pochopit mluvené slovo i to, co se děje v poradenském procesu;
- znát a respektovat speciální slovník cílové skupiny (speciální výrazy, slangy, žargony a dialekty), být připraven na nezvyklé výrazy;

- při kladení otázek nebo vysvětlování odborné problematiky dostatečně vysvětlit speciální odborné výrazy.

K dalším zásadám pro pracovníky při verbální komunikaci patří:

- Délka sdělení by měla být přiměřená délce soustředění klienta. Je vhodnější užívat kratší a obsahově srozumitelné věty, vkládat mezi ně pauzu, aby měl klient čas vaše sdělení zpracovat.
- Nezahlcujte klienta velkým množstvím informací najednou.
- V komunikaci s klientem by měly převažovat otevřené otázky.
- Uzavřené otázky využívejte v komunikaci s klientem pro usměrnění a upřesnění komunikace a ujištění se o významu sdělení klienta.
- Vyvarujte se sugestivních nebo manipulativních otázek. Méně vhodné jsou také otázky vyžadující volbu nebo ambivalentní. Tento typ otázek může vyvolávat u úzkostných klientů vyšší míru nejistoty, úzkosti až agrese.
- Otázky kladené klientovi musí být přiměřené s ohledem na jeho věk, úroveň vědomostí, zkušeností, ale i jeho aktuální úroveň kognitivních schopností.
- Otázky musí být stručné, dostatečně srozumitelné a jednoznačné. Z toho vyplývá, že je vhodné položit pouze jednu otázku a počkat si na odpověď.
- Pokládané otázky mají být věcně správně a přesné, tzn. přesně pojmenovat skutečnost, vyhýbat se náznakům, dvojsmyslným sdělením, nepřesnostem např. vezměte tamto, udělejte toto, běžte tam, uděláme to jako posledně apod.
- Při verbální komunikaci s klientem dbejte na jazykovou správnost, dodržujte řečovou kulturu a úroveň, spisovnost apod.

SHRNUTÍ

V páté kapitole byl čtenář obeznámen s pojmy a jevy souvisejícími s verbální komunikací. Kapitola se také zabývala denotativním a konotativním významem slov. Podrobně se kapitola věnovala typům otázek a jaké nároky má splňovat položená otázka. Dále jsou v kapitole uvedeny příklady využití otevřených a uzavřených otázek při komunikaci s klientem a popsána je i speciální otázka – zázračná otázka.

OTÁZKY

- Vysvětlete, jaký je rozdíl mezi denotativním a konotativním významem slov.
- Jaké požadavky musí splňovat otázka, aby vyvolala patřičnou odezvu?
- Uveďte příklady otevřených otázek na téma rodiny.
- Uveďte příklady uzavřených otázek na téma zaměstnání.
- Jaký efekt má zázračná otázka?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Analyzujte komunikační proces pracovníka s klientem s důrazem na verbální komunikaci. Jaké uzavřené a otevřené otázky jsou v praxi nejčastěji používány?
2. Analyzujte verbální komunikaci v různých cílových skupinách z hlediska rozdílů v denotačních a konotativních významech slov. Oba úkoly zpracujte písmeně a odešlete vyučujícímu ke kontrole.

6 AKTIVNÍ NASLOUCHÁNÍ

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat principy aktivního naslouchání;
- používat techniky aktivního naslouchání v komunikaci s klientem;
- propojit znalosti verbální a neverbální komunikace s aktivním nasloucháním.

PRŮVODCE TEXTEM

Aktivní naslouchání je nezbytnou součástí kvalitní a efektivní komunikace s klientem. Šesté kapitole se čtenář seznámí s jednotlivými technikami aktivního naslouchání, dozví se, kdy a jak použít povzbuzení, objasnění, parafrázování, shrnutí a ocenění. V závěru kapitoly se čtenář dozví, jak důležitá je u pracovníka vyspělá schopnost empatie a rozvoj emoční inteligence.

KLÍČOVÉ POJMY

podpůrný rozhovor, aktivní naslouchání, povzbuzení, objasnění, parafrázování, zrcadlení, shrnutí, ocenění, empatie, emoční inteligence

6.1 Aktivní naslouchání v komunikaci

Sociální práce s klientem neobnáší jen povídání si na volné téma, ale také strukturovanou komunikaci, pomocí které pracovník pomáhá klientovi porozumět své problémové situaci, zvládat překážky a postupně dojít k vytyčenému cíli. Proto pomáhající pracovník potřebuje k práci s klientem nejen vyspělé komunikační dovednosti, tzn. schopnost číst neverbální signály, víc než průměrnou slovní zásobu a vyjadřovací schopnosti, ale i speciální komunikační dovednosti k vedení rozhovorů s klienty. S ohledem na mnohé komunikační zvláštnosti různých cílových skupin klientů je potřeba, aby si pracovník osvojil techniky aktivního naslouchání, které napomáhají

strukturovat fáze rozhovoru s klientem, a díky kterým může pracovník předejít mnoha nedorozuměním nebo konfliktům. S aktivním nasloucháním souvisí také schopnost empatického naslouchání.

Hájek (2006) popisuje aktivní naslouchání pracovníka v podpůrném rozhovoru s klientem následovně. **Podpůrný rozhovor** je součástí procesu tělesně zakotveného prožívání, které „vede k rozpoznání určitých principů v lidském prožívání a vede ke vhledu do životních situací, k lepšímu zvládnutí života a kultivaci osobní moudrosti“ (Hájek, 2006, s. 23). Aktivní naslouchání v podpůrném rozhovoru tedy probíhá tak, že klient hovoří o svých problémech a pracovník mu nabízí oční kontakt, dává najevo svůj zájem o sdělení, neverbálně jej povzbuzuje k dalším výpovědím, verbálně přitakává (hmm, aha). Pokud se klient odmlčí, pracovník nevstupuje do hovoru a nepřebírá iniciativu, vyčkává dalších sdělení, čímž neodvádí zbytečně klienta od jeho pocitů tak, aby se ve společném mlčení pro klienta otevřely nové možnosti, další úhly pohledu, jiná souvislost.

Plaňava (2005) označuje aktivní naslouchání jako naslouchání zúčastněné. Vyznačuje se aktivitou naslouchajícího, který se snaží nejen vyprávějícímu porozumět, ale i se do něj vcítovat a aktivně pomocí speciálních technik se na rozhovoru podílet.

Pozorné (aktivní) naslouchání je samo o sobě léčivé tím, že pracovník vyjadřuje soustředěný zájem o klienta a že se klient může s druhým podělit o problém (není už na problém sám. V chování se naslouchání projevuje očním kontaktem, přizpůsobením hlasové intenzity obsahu klientova vyprávění, způsobem sezení, vzdáleností od klienta, zacházením s tichem apod. (Timušík, 2006)

Matoušek (2003) označuje naslouchání za dovednost, kterou je nutno pěstovat. V pomáhajících profesích je důraz kladen na aktivní naslouchání, protože poskytuje klientovi dostatek zpětných vazeb od pracovníka. Klientova komunikace je povzbuzována pomocí technik: objasňování, parafrázování, reflektování a shrnování. Knoppová (in Matoušek, 2003) řadí k dalším osvědčeným technikám: rekapitulaci, kotvení a zhodnocení.

Pravidla charakterizující aktivní naslouchání (Řezníček, 1994):

- Pracovník je zaměřen na klienta a to, co říká vnímá pozorněji než své myšlenky a pocity.
- Pracovník se zaměřuje na to, co klient cítí a co má v jeho sdělení zásadní význam vnímá spíše než doslovný význam toho, co říká.
- Pracovník udržuje oční kontakt s klientem a je vnímavý k jeho neverbálním signálům.
- Pracovník klade objasňující otázky, aby si upřesnil, co bylo řečeno.
- Pracovník mluví, aby dosáhl lepšího porozumění, ne aby dělal závěry.
- Pracovník zrcadlí klientovi, jak jeho sdělení pochopil.

6.1.1 Povzbuzení

Tato techniky slouží k navázání kontaktu pracovníka s klientem, vytvoření ovzduší důvěry a bezpečí. Pracovník projevuje zájem o osobu klienta a jeho sdělení, motivuje jej k rozhovoru. V rámci povzbuzení pracovník (vysílač) vyladuje klienta (příjímač) k efektivnímu komunikačnímu procesu. Povzbuzení tvoří nejčastěji otevřené otázky, pozitivní sdělení, ocenění klienta apod.

Příklady povzbuzení:

- *Jsem ráda, že jste za mnou přišel.*
- *Jakou jste měl cestu?*
- *Jsem ráda, že o tom chcete dnes hovořit.*
- *Oceňuji vaši odvahu o tom mluvit.*
- *Chápu, že bylo těžké sem přijít, vážím si toho, že jste tady.*
- *Jsem tady pro vás. Naslouchám.*
- *Jak vás napadlo přijít sem za mnou?*
- *Kdo vás do našeho zařízení poslal? Kdo vám to poradil?*

Příklad z praxe: Klientka (68 let, zrakové postižení, omezení hybnosti) přichází do krizového zařízení řešit svoji problematickou situaci. Její syn ji doma psychicky i fyzicky týrá, klientka už neví, jak dál. Klientka se stydí o svých problémech mluvit i před pracovníci, má tendenci situaci zlehčovat, přestože se bojí jít domů. Pracovnice povzbuzuje klientku k dalšímu hovoru: „Chápu paní Vodičková, že nebylo jednoduché sem přijít. Oceňuji vaši odvahu mluvit se mnou o tom, co se doma děje, jen tak vám můžu pomoci.“

6.1.2 Objasnění

Poté, co pracovník klienta pozitivně naladil ke spolupráci, dochází k otevření hlavního tématu rozhovoru. Jedná se o kladení především otevřených objasňujících otázek, případně uzavřených a usměrňujících ze strany pracovníka. Otevřené otázky začínají slovy: kdo, kdy, kde, co, jak a souslovím mohla byste ..., povězte mi ..., šlo by ... apod. Pomáhající pracovník by se měl vyhýbat otázce proč, a to z toho důvodu, že v dotazovaném vyvolává pocit viny, pracovník se tím staví do role rodiče, vyšetřovatele. Naopak velmi pozitivně může na klienta a jeho způsob uvažování o problému zapůsobit položení zázračné otázky. Otázka na zázrak musí být položená ve správný čas a s ohledem na specifika klienta, pokud na ni klient ještě není připraven, zázrak se nekoná.

- *Jak bychom měli našeho společného setkání využít?*
- *Co vás trápí? V čem vidíte problém? S čím jste ve svém životě nespokojený?*
- *Kdy se to stalo?*
- *Jak často se to stává?*
- *Koho se to týká?*
- *Kde se to stalo?*
- *Komu to ještě vadí?*
- *Co si o tom myslíte?*
- *Co mi o tom můžete ještě říct?*

- *Řekněte mi o tom něco víc.*
- *Jak to vidíte vy?*

Příklad z praxe: Klientka (68 let, oběť domácího násilí) mlčí, neví, jak začít. Pracovnice využívá techniku objasnění a klade klientce otevřené otázky a nechává ji dostatečný prostor k odpovědi: „Povězte mi paní Vodičková více o tom, co se doma děje. Jak často se stává, že vás syn napadne? Jak to probíhá? Kdy se to stalo naposledy?“

6.1.3 Parafrázování

Klient se pomocí otevřených otázek rozovídá o svém problému, zároveň do sdělení vkládá emoce, odbíhá od tématu. Pracovník si potřebuje ověřit, zda správně porozuměl sdělení klienta, potřebuje oddělit informace od redundancí. Pracovník formuluje vlastními slovy to, co slyšel, zaměřuje se především na to, co klient říká, ne na to, co si myslí a pociťuje pracovník. Je důležitější se zaměřit na to, co klient cítí a co má v jeho sdělení zásadní význam, spíše než na doslovný význam toho, co říká. Pracovník parafrázuje klientovo sdělení, aby dosáhl lepšího porozumění, ne aby dělal závěry a hodnotil, co je správné. Při parafrázování musí pracovník zůstat objektivní a nepokoušet se vést klienta směrem, který považuje sám za vhodný. (De Vito, 2001) Pokud pracovník dobře parafrázuje sdělení klienta může mu tímto zprostředkovat objektivnější náhled na jeho problematickou situaci. U některých klientů se dostavuje aha-efekt a uvědomění si vlastního podílu na vývoji událostí.

- *Jestli tomu dobře rozumím, tak vy říkáte ...?*
- *Tak, vy si myslíte, že ...?*
- *Vy říkáte, že ...?*
- *Pochopil jsem vás dobře, že ...?*
- *Je to tak, že ...?*
- *Pochopila jsem správně, že byste chtěl, aby ...?*
- *Z toho, co říkáte mám dojem, že byste potřeboval ...?*

- Pokud dobře rozumím, domníváte se, že

Příklad z praxe: Klientka (68 let, oběť domácího násilí) odpovídá více či méně stručně na otevřené otázky, pracovnice se doptává na další informace a dělá si v průběhu rozhovoru poznámky. Když se klientka odmlčí se slovy: „Vždyť vlastně o nic nejde, že ano? Můj syn byl vždycky prchlivý. Co bych to byla za matku, kdybych ho vyhodila z bytu? Musím to nějak vydržet.“ Pracovnice parafrázuje sdělení klientky: „Paní Vodičková, z toho co jste říkala jsem pochopila, že bydlíte se svým synem ve dvoupokojovém bytě ... syn se přistěhoval před 2 lety ... vy pobíráte starobní důchod a váš syn už delší čas nepracuje a nepobírá ani žádné dávky ... žijete jenom z vašeho důchodu, který pokud před synem neschováte, tak vám všechny peníze vezme ... říkala jste, že každý den musíte jít synovi koupit láhev vodky, jinak vám zamkne kuchyň a nedovolí vám jíst ani se napít vody ... v posledním roce vám syn skoro každý den vulgárně nadává a občas i fyzicky napadá ... hází po vás věci, bolestivě vás štípe do rukou a do zad, plive vám do jídla ... opakovaně, naposledy včera, do vás strčil tak silně, až jste spadla na zem, kde vás nechal ležet hodinu bez povšimnutí, přestože jste ho prosila o pomoc ... dneska jste odešla tajně z domu a bojíte se vrátit, protože syn vám ráno řekl, že vás stejně brzo zabije ...“. Když pracovnice mluví klientka přikyvuje a poté se rozpláče a říká: „Jak to slyším, tak to ani není možné, že je to můj život ... to je hrozné poslouchat ... tak jsem si důchod nepřestavovala ... syn slíbil, že mi bude pomáhat ... teď se bojím ve svém bytě o život ... už dál nemůžu ... takhle dál žít nechci.“

6.1.4 Zrcadlení (reflektování)

Zrcadlení patří mezi velmi obtížné techniky aktivního naslouchání. V běžném mezilidském hovoru jej lidé používají zřídka, cítí se nejistě, ohroženě, mlčí, nevhodně žertují a zlehčují téma nebo raději mění téma hovoru. Poté, kdy pracovník parafrázoval sdělení klienta a klient prožívá aha-efekt, může docházet k více či méně bouřlivým emočním reakcím u klienta. Úkolem pracovníka je zrcadlit emoční projevy klienta. Pracovník verbálně i neverbálně dává klientovi najevo, co vidí, jak jeho sdělení pochopil, ověřuje si, zda jej pochopil správně, pokud ne, klient dostává příležitost sdělení nebo emoční stav upřesnit. (Matoušek, 2003) Otevřené pojmenování emocí

umožňuje klientovi abreakci (léčivé znovuprožití emocí spojených s náročnou životní situací), ventilaci emočního napětí, zakotvení v realitě a rozumový nadhled v atmosféře pochopení a důvěry. Pracovník pojmenováním emocí legalizuje emoce klienta, tj. dává mu svolení emoce veřejně projevovat, nedevaluje jeho projev, naopak oceňuje jeho odvalu. Zrcadlení může znamenat průlom v rozhovoru s klientem, klienta již nezatěžují emoce a je schopen objektivněji nahlédnout na svoji situaci.

- *Vidím, že vás to velmi trápí.*
- *Je vám to líto?*
- *Vnímám, že vás to velmi rozčílilo.*
- *Vás to mrzí, vidíte.*
- *Cítíte se v tom osamělý?*
- *Připadáte mi smutný.*
- *To pro vás bylo asi těžké.*
- *To bylo hrozné, vidíte?*
- *Cítil jste se ohrožený?*
- *Bojíte se toho?*
- *Máte právo být naštvaný!*

Příklad z praxe: Klientka (68 let, oběť domácího násilí) se choulí na židli, vzdychá, posmrkává, utírá si oči, je zřejmé, že se stydí plakat před pracovníci. Pracovnice zrcadlí pocity klientky: „Chápu, paní Vodičková, jak je pro vás těžké a bolestivé mluvit o tom, co se doma děje ... vnímám, jak jste z toho smutná ... že vás to hodně trápí ... nemusíte se za své slzy stydět ...“. Klientka se vděčně podívá na pracovníci a už se nesnaží skrýt slzy a hlasitě se rozpláče.

6.1.5 Shrnutí

Po emočně náročné fázi rozhovoru, kdy klient projevuje silné emoce, dochází nyní k postupnému vyjasňování problematické situace a pracovník poskytuje klientovi komentář k předešlému průběhu rozhovoru, o dosažených pokrocích, případně

o plánech na příští setkání. Efektivitu poradenského procesu podpoří, pokud klient dokáže provést shrnutí sám a uvědomit si posun ve vývoji svého problému. Součástí této techniky je i zadávání úkolů klientovi, např. uskutečnění některé z aktivit, které mohou vést k vyřešení problematické situace. Technika shrnutí (sumarizace) je nejčastěji využívána při sestavování individuálního plánu klienta nebo při úkolově orientovaném přístupu.

- *Dnes jsme probrali témata A, B, C, ta ostatní budeme řešit na dalším setkání.*
- *Domnívám se, že je čas shrnout náš rozhovor, aby bylo zřejmé, na čem dále budeme pracovat.*
- *Pojďme shrnout, co jsme do této chvíle probrali.*
- *Dohodli jsme se tedy, že nejprve budete řešit ...?*
- *Co uděláte jako první, když přijдете dnes domů?*
- *Je to, na čem teď spolupracujeme, opravdu to, co potřebujete?*
- *Jestliže není, jak jinak bychom měli postupovat?*

Příklad z praxe: *Klientka (68 let, oběť domácího násilí) ještě poplakává, ale má už pevnější hlas a dochází k rozhodnutí, že situaci musí řešit, protože se do bytu bojí vrátit. Pracovnice klientku podpoří v tom, že ani jako matka nemusí snášet domácí násilí od syna. Předkládá ji různé možnosti řešení situace, klientka zvažuje, na co má sílu, co zvládne. Pracovnice poté říká: „Paní Vodičková, pojďme tedy shrnout, co jsme do této chvíle všechno probraly, na čem můžeme spolupracovat a co uděláte vy sama. Dohodly jsme se, že vás doprovodím k lékaři, aby vás prohlédl a udělal zápis o zraněních, která vám syn způsobil. Dnes přespíte v našem krizovém centru a zítra společně půjdeme k vám domů a za asistence policie necháme vykázat syna z domu.“*

6.1.6 Ocenění

Přestože rozhovor s klientem mohl být náročný, plný negativní emocí, je potřeba v zájmu dobré budoucí spolupráce s klientem ocenit na závěr vše, co ocenit lze. Pracovník oceněním podporuje klienta k další práci na svém problému a zvyšuje

pravděpodobnost, že klient bude ochoten znovu přijít. Je důležité, aby ocenění bylo reálné, autentické (opravdové) a kongruentní.

- *Jsem ráda, že jste mi to řekla.*
- *Je dobře, že jste nás na to upozornil.*
- *Těší mě, že máte ke mně důvěru.*
- *Cením si vašich názorů.*
- *Jsem rád, že jste našel čas a přišel.*
- *Bylo velmi cenné poznat vaše názory.*
- *Jsem rád, že jsme o tom mluvili.*
- *Náš dnešní rozhovor byl velmi náročný, chápu, že nebylo lehké přijmout tyto informace. Velmi vás obdivuji za to, jak jste to zvládl.*

Příklad z praxe: *Pracovnice uzavírá rozhovor s klientkou (68 let, oběť domácího násilí) slovy: „Paní Vodičková ... velmi vás obdivuji za to, že jste měla odvahu za mnou dnes přijít a říct, co vás trápí ... cením si vaší důvěry ... dnes jste udělala důležitý krok proto, abyste svůj problém začala řešit a ve svém vlastním bytě se opět mohla cítit bezpečně ...“*

6.2 Empatie a emoční inteligence

Empatie jako schopnost člověka je důležitou výbavou a významnou pomůckou každého pracovníka v pomáhajících profesích. Pomáhá pracovníkovi navázat důvěryhodný vztah s klientem, umožňuje mu vstoupit do vnitřního světa klienta, lépe porozumět jeho potřebám, motivům, cílům i způsobům řešení. Empatie je důležitá pro kvalitní poradenský vztah, který může klientovi pomoci překonat překážky a ukázat mu směr jeho cesty.

Podle Gabury a Pružinské (1995) je empatie schopnost pracovníka vcítit se do klientova prožívání, opustit svůj vztahový systém a snažit se pochopit, co se děje v klientovi, co se skrývá za jeho slovy. Nejde však o úplné ztotožnění se s klientovým

prožíváním, protože by se tak pracovník mohl dostat do zjetí silných pocitů a neměl by již kapacitu pro pomoc klientovi.

Pokud pracovník reaguje na klientovy pocity, ať již vyjádřené přímo nebo nepřímo, je důležité, aby na ně reagoval citlivě a se snahou o empatickou péči, tj. o skutečně lidské pochopení a respektování pocitů. Reagování na klientovy pocity má několik funkcí, např. umožňuje klientovi vstoupit do vnitřních zážitků, potvrzuje klientovy pocity, napomáhá vyjadřovat pocity apod. (Timulák, 2006)

S empatií pracuje také nedirektivní na osobu zaměřená psychoterapie, podle autora Carla R. Rogerse nazývána terapie rogersovská. Na tomto přístupu je charakteristické a zároveň nosné a léčivé: autenticita (pravdivost, věrohodnost, ryzost, kongruence), empatie (vcitující porozumění), reflexe a plná akceptace a úcta ke klientovi (vřelost). (Matoušek, 2003)

Empatie pramení ze sebeuvědomění: čím otevřenější jsme k vlastním emocím, tím lépe dokážeme rozeznávat a chápat city ostatních. Empatie patří mezi klíčové vlastnosti emoční inteligence.

Emoční inteligence zahrnuje podle Golemana (2011) 5 složek, které se vzájemně prolínají:

- **Znalost vlastních emocí** – sebeuvědomění si svých vlastních citů, schopnost vnímat sám sebe, být v kontaktu se sebou, tzn. vyznat se v sobě. Pokud si nejsme schopni uvědomit vlastní city, jsme proti nim bezbranní a mohou nás plně ovládnout.
- **Zvládání vlastních emocí** – umění nakládat s city s ohledem na situaci. Je to umění setřást ze sebe dnes pocity úzkosti, sklíčenosti či podrážděnosti. Je to schopnost ovládnout svoji náladu, schopnost ovlivňovat kvalitu svého myšlení, a ani v těžkých chvílích neztrácet naději.
- **Schopnost sám sebe motivovat** – zapojení emoce do našeho snažení, nevzdávat se tváří v tvář obtížím a frustraci, mít schopnost odkládat uspokojení, ale také potlačit zbrkllost. Tato schopnost je často nazývána vnitřní motivací.

- **Vnímavost k emocím jiných lidí** – jedná se o schopnost empatie, která se rozvíjí s rostoucím emočním sebeuvědoměním. Díky empatii poznáváme přání druhých.
- **Umění mezilidských vztahů** – rozvíjení a uplatňování empatie vede k uspokojivým mezilidským vztahům, jedinec je schopen se vcítit do emocí ostatních a přizpůsobit tomu svoje jednání.

Empatie a emoční inteligence tvoří základní lidské kvality. Empatie je schopnost vcítit se do emocí a situace druhého člověka, která se rozvíjí přes uvědomování si vlastních pocitů, jejich ventilování a pojmenování. Jestli má člověk dobré mezilidské vztahy, záleží do značné míry na tom, je-li schopen vcítit se do emocí ostatních a přizpůsobit tomu své jednání. Pokud rozvíjíme empatii, rozvíjíme i emoční inteligenci. Aktivní naslouchání je základ pro komunikaci a pro rozvoj emoční inteligence. Bez empatie nelze aktivně naslouchat.

SHRNUTÍ

V šesté kapitole se čtenář dozvěděl, jak důležitou součástí efektivní komunikace pracovníka s klientem je aktivní naslouchání. Jednotlivé techniky byly popsány a zároveň byly uvedeny praktické příklady jejich využití. Závěr kapitoly pak kladl důraz na empatii a rozvoj emoční inteligence, které jsou nedílnou součástí aktivního naslouchání.

OTÁZKY

- Jaká jsou pravidla aktivního naslouchání a k čemu v rozhovoru s klientem slouží?
- Definujte jednotlivé techniky aktivního naslouchání, tj. povzbuzení, objasňování, parafrázování, zrcadlení, shrnutí, ocenění, vysvětlete jejich význam při rozhovoru s klientem a uveďte konkrétní příklady vět.
- Co je to empatie a jak souvisí s emoční inteligencí?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Analyzujte komunikační proces pracovníka s klientem se zaměřením na používání jednotlivých technik aktivního naslouchání. Jaké techniky jsou v praxi nejčastěji používané, a které méně nebo vůbec?
2. V rámci rozhovoru pracovníka s klientem si všimněte verbálních a neverbálních projevů obou zúčastněných, zaměřte svoji pozornost na projevy empatie pracovníka. Oba úkoly zpracujte písemně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

7 PORADENSKÝ ROZHOVOR

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- definovat jednotlivé fáze poradenského rozhovoru a jejich cíle;
- používat techniky aktivního naslouchání během poradenského rozhovoru;
- propojit znalosti verbální a neverbální komunikace, aktivního naslouchání a vedení poradenského rozhovoru k efektivní komunikaci s klientem.

PRŮVODCE TEXTEM

V sedmé kapitole se čtenář seznámí s jednotlivými fázemi poradenského rozhovoru. Čtenář se dozví, jak vhodně používat techniky aktivního naslouchání v jednotlivých fázích rozhovoru, co je to aktivní informování klienta a proč neopomenout fázi reflexe.

KLÍČOVÉ POJMY

poradenský rozhovor, příprava, otevření jednání, aktivní informování, dojednávání, vyjasňování, ukončení rozhovoru, reflexe

7.1 Poradenský rozhovor a jeho fáze

Rozhovor je dorozumívání, rozmlouvání dvou nebo více osob, jde o sdělování a sdílení pocitů, názorů, zkušeností nebo nadějí. Jde o to, aby se komunikující lidé pochopili, přijali, podepřeli nebo si navzájem poskytli zpětnou vazbu. Komunikace se odehrává v rovině slov, ale zároveň probíhá na neverbální úrovni. Projev klienta vnímá pracovník vždy jako celek. (Novosad, 2000)

Pro kvalitní průběh rozhovoru s klienty je nutné vědět, jaký rozhovor chceme s klientem vést. I při rozhovoru, kdy si jen tak s klientem popovídáme, je potřeba mít dopředu připravené téma nebo témata rozhovoru. Zároveň je potřeba znát účel a cíl rozhovoru.

Klvetová a Dlabalová (2008) rozeznávají rozhovory dle účelu a cíle:

- **edukační (vzdělávací):** pracovník informuje klienta o poskytovaných službách, o víkendovém programu, o ošetřování rány, o pomůckách apod.;
- **anamnestický** (za účelem získání anamnézy): pracovník získává informace potřebné ke stanovení problémů, které budou dále řešeny;
- **naslouchající:** klient se potřebuje vyprávět, pracovník aktivně naslouchá;
- **podporující:** pracovník podporuje, povzbuzuje a pomáhá klientovi, který si nevěří, že něco zvládne;
- **motivující:** pracovník motivuje klienta k plnění individuálních cílů stanovených v sociálním poradenství, k dodržování léčebného nebo ošetrovatelského režimu apod.

Základní metodou sociální práce s klienty je **poradenský rozhovor**. Sociální poradenství je založeno na komunikaci, jejíž kvalita ovlivňuje hned v zárodku efekt poradenského procesu. (Novosad, 2000) Umění vést poradenský rozhovor je nezbytnou dovedností pomáhajícího pracovníka, která zahrnuje sebezpoznání pracovníka, vyspělé komunikační dovednosti, asertivitu, aktivní naslouchání, rozvinutou schopnost vcítění se do druhé osoby (empatie) a především znalost specifík cílové skupiny klientů.

Podle Matouška (2003) má rozhovor **úvodní, jadernou a závěrečnou fázi**. Úvodní fáze je zaměřena na navázání kontaktu, rozptýlení obav klienta, položení základu pro vzájemnou důvěru, vzájemné naladění komunikujících osob. V úvodní fázi se získávají základní údaje o klientovi. Jádrem rozhovoru je zjišťování očekávání a zakázky klienta, tzn. jasná formulace a upřesnění zakázky, odstranění nereálných nadějí, zaměření na cíl. Závěr rozhovoru patří rozloučení, uvolnění napětí, kroky k vyladění pro další spolupráci.

Fáze dialogu pracovníka s klientem se podle Úlehly (2005) cyklicky opakují a navazují na sebe, znovu a znovu se prolínají.

Fáze rozhovoru podle Úlehly (2005):

- **příprava** – vše co se děje před příchodem klienta, úkolem pracovníka v této fázi je vědět, co je zač a čím pomáhá;
- **otevření** – společná práce s klientem, pracovník vytváří bezpečí pro klienta;
- **dojednávání** – cílem je, aby pracovníkovi i klientovi bylo jasné, co pracovník může nabídnout a co si klient přeje;
- **průběh rozhovoru** – jde o dosažení společného cíle vyřešením problému;
- **ukončení** – ověření úspěchu a zhodnocení společné práce;
- **příprava** – další vzdělávání pracovníka, seberozvoj, supervize a příprava pracovníka na práci s klientem.

V odborné literatuře se lze setkat s různými názvy pro jednotlivé fáze poradenského rozhovoru, cíle jednotlivých fází se většinou shodují.

V dalším textu budou představeny jednotlivé fáze poradenského rozhovoru podle tohoto členění:

1. fáze – Příprava na jednání
2. fáze – Otevření jednání
3. fáze – Dojednávání a vyjasňování
4. fáze – Ukončení jednání
5. fáze – Reflexe

7.1.1 Příprava na jednání

V této fázi má pracovník prostor k přípravě místnosti pro rozhovor s klientem (větrání, občerstvení, úklid apod.), k přečtení spisu klienta (pokud jde o opakovanou návštěvu), k přípravě pracovních a informačních materiálů pro klienta, vymezení časového úseku pro klienta, k přípravě sebe sama (zklidnění, osobní potřeby apod.).

Rozhovory nejčastěji probíhají ve vyhrazené místnosti v rámci budovy organizace, která poskytuje sociální služby. Ale rozhovor s klientem může probíhat

i ve společenské místnosti, na pokoji klienta, venku na zahradě, na lavičce v parku, na ulici apod. Prioritou ve výběru prostředí je, že se klient cítí na místě dobře, bezpečně a na pracovníkovi je, aby zajistil, že při rozhovoru nebudou rušeni. Při rozhovorech v terénu, na ulici, na lavičce v parku, je zajištění soukromí k rozhovoru výrazně náročnější, často i nereálné. Přesto se pracovník musí pokusit o vytvoření zóny bezpečí a klidu pro klienta i pro sebe.

Cílem této fáze je, aby se pracovník připravil na rozhovor s klientem, vyčistil komunikační kanál, zajistil dostatek času na rozhovor, připravil si otázky, zvážil, na co se chce zeptat a přepnul mobilní telefon na diskrétní režim.

7.1.2 Otevření jednání

Prvním cílem této fáze rozhovoru pracovníka s klientem je vytvoření bezpečné a důvěryhodné atmosféry a navázání vztahu. Pokud klient nemá k pracovníkovi důvěru, nic mu nesvěří nebo se uchýlí při popisu své situace k simulaci nebo disimulaci. Bez důvěry nelze vytvořit kvalitní vztah. K tomu je potřeba vědomí toho, co pracovník může klientovi nabídnout a co od pracovníka klient očekává. (Klevetová, Dlabalová, 2008)

Na počátku rozhovoru je nutné vytvořit prostor pro sdělení klientových potřeb společenským zahájením rozhovoru. Pracovník používá přiměřený pozdrav a oslovení klienta. Pozor na neprofesionální, neetické a osobnostně devalvující oslovení, včetně nevyžádaného tykání. S klientem se vždy domluvíme, jak si přeje být oslovován. Nabídneme klientovi místo k sezení, pracovník si sedá tak, aby oči klienta i pracovníka byly ve stejné výši a klient dobře viděl obličej pracovníka. Dále je důležité klientovi sdělit, kolik máme času na rozhovor. K otevření jednání jsou vhodné otevřené otázky:

- *Jaká byla cesta?*
- *Jak se vám daří?*
- *Jak se dnes cítíte?*
- *Co je u vás nového?*

Druhým cílem fáze otevření jednání je na základě zjištění potřeb klienta vyjasnit si jednoduše, oč tady běží a jak to bude probíhat. Pracovník by měl popsat svou úlohu, kompetence, jak může být klientovi nápomocen nebo co už není v jeho kompetenci. Podle Timuláka (2006) by měl mít pracovník skutečnou snahu být nápomocen klientovi, to znamená, že prvořadým zájmem pracovníka by mělo být pomoci klientovi, a ne že jej na klientovi něco zajímá, že se chce o něm něco dozvědět apod.

Podle Matouška (2003) je nesmírně důležité nechat klienta, aby se nejprve pokusil sám najít řešení situace. Vlastní návrhy klienta podpořené pracovníkem posilují naději, že se jich klient bude držet.

Ve fázi otevření jednání pracovník využívá techniky aktivního naslouchání **povzbuzení**, která vede k vyjádření upřímného zájmu pracovníka o klienta, předmět hovoru, podněcuje klienta k dalšímu hovoru. Pokud pracovník nevyplňuje anamnestický dotazník nebo neověřuje si jiná data o klientovi, je vhodné používat otevřené otázky.

- *Oceňuji vaši odvalu za mnou přijít a svěřit se s tím, co vás trápí. Řekněte mi více o vaší situaci.*
- *Jsem ráda, že jste dnes přišel. Vážím si vašeho rozhodnutí. Jak vám mohu pomoci?*
- *Vím, že je to těžké mluvit o svém problému. Povězte mi více o tom, co se aktuálně děje a společně zkusíme najít nějaké řešení.*
- *Co pro vás mohu udělat?*

Důležitou součástí otevření jednání je **neverbální komunikace**. Pozorné vnímání a vyhodnocování neverbálních signálů a sdělení je pro pracovníka velmi přínosné a může dokreslit mnoho nejasných detailů o příběhu a stavu klienta. Pracovníkovi se otevírá další cesta ke klientovi, další možnost porozumět, o co jde.

Vhodné/nevhodné neverbální signály pracovníka:

- **přiměřený oční kontakt** vyjadřuje ochotu angažovat se v komunikaci, účast, zájem, upřímnost; naopak nedostatek očního kontaktu svědčí o nezájmu, neupřímnosti, lži; stejně jako přemíra očních kontaktů vyjadřuje nezdvořilost, netaktnost, zlost;

- nerušivý, **uklidňující odstín hlasu** podporuje důvěru; nevhodný je hlasitý silný tón svědčící o agresivitě, tendenci ovládat, uplatňovat sílu; tichý tón může vzbuzovat nezáměr, odmítnutí, rezignaci;
- přiměřený a **empatický výraz** obličeje rozvíjí komunikaci; klienta brzdí zamračenost, nejistota, zděšení, neadekvátní reakce, např. úsměv při tragickém sdělení, nelibost, únava;
- **přirozené pohyby rukou** dokreslují emoční obsah sdělení, je to projev energie, otevřenosti a vstřícnosti; negativně působí ruce jako pouhá dekorace mluvy, v obranném postoji, vyjadřující nepřátelství, vztek, úzkost, neklid, netrpělivost, nepříjemné očekávání;
- **otevřená pozice těla** signalizující bezpečí, otevřenost, spolupráci; nevhodná je konfrontace při čelním sezení, narušení blízkosti a otevřenosti přes stůl, vyjádření nadřazenosti;
- nerušivý, příjemný, **sympatický celkový zjev a oblečení**; nevhodná je úzkostlivá dokonalost, ležérnost, přezdobenost, neupravenost, zanedbanost, provokativní, urážlivý zjev.

7.1.3 Dojednávání a vyjasňování

Pracovník v této fázi pokračuje v technikách aktivního naslouchání – **objasnění, parafrázování, zrcadlení**. Technikou objasnění pracovník získává informace, hledá nové souvislosti, klade otevřené otázky, případně uzavřené, zjišťovací, usměrňující apod. Technika parafrázování dává klientovi zpětnou vazbu o tom, že mu pracovník naslouchá a rozumí. Pracovník si ověřuje, zda jeho slova správně chápe. Pracovník říká klientovi vlastními slovy, co si myslí, že klient právě řekl, dává tím klientovi možnost, aby se přesněji vyjádřil. Pracovník vhodným použitím parafrázování snižuje napětí v komunikaci. Technikou zrcadlení dává pracovník klientovi najevo, že chápe, jak se cítí, uznává, že jeho pocity jsou oprávněné, není potřeba je skrývat ani se za ně omlouvat či dokonce stydět (Plaňava, 2005). Tím, že pracovník pojmenuje, co druhý asi cítí, dává mu tím možnost jej poopravit. Pojmenování pocitů obvykle přináší klientovi úlevu.

V rámci fáze dojednávání a vyjasňování musí pracovník myslet na tzv. **aktivní informování**. Aktivní informování předpokládá víru pracovníka ve schopnost klienta rozhodovat, co je pro něj dobré. Zplnomocňuje klienta k tomu, aby sám popsal svůj svět, svá přání a osobní cíle. Kladené otázky jsou postaveny tak, aby to byl sám klient, kdo zredukuje šíři svých osobních přání s ohledem na nabízené služby zařízení. Přibližuje pracovníkovi svět klienta, jeho vidění věcí a událostí, jeho potřeby a přání.

- *Co potřebujete, aby se vám lépe žilo?*
- *S čím potřebujete nejvíce pomoci?*
- *Kdo nebo co vám pomáhá?*
- *Na koho se ve svém okolí můžete spolehnout?*
- *Co vás zaujalo na nabízených službách naší organizace?*
- *Jak se vám dařilo celou svou situaci zvládat až doposud?*
- *O jakých jiných možnostech řešení jste již uvažoval?*
- *Co jste už vyzkoušel, aby se vaše situace změnila? S jakým výsledkem?*
- *Jaká řešení situace jsou pro vás přijatelná?*
- *Co ještě vás napadá, jak by se situace dala řešit?*
- *O jakém řešení jste přemýšlel, ale bál jste se to vyzkoušet?*

V rámci aktivního informování dodržuje pracovník tyto zásady:

- důsledně s klientem rozlišuje prostředky a cíle;
- dodržuje návaznost na předchozí témata;
- předává informace po troškách a vždy znovu ověřuje, jak jim klient rozumí;
- opakuje informace, zvláště při dlouhodobém jednání s klientem;
- předává informace ve formě a podobě klientovi přístupné;
- formuluje nabídku služby a v postupných krocích společně s klientem plánuje, jak konkrétně bude služba probíhat, co konkrétního má splnit, podle čeho se pozná, že funguje dobře, co dělat, když se ukáže, že nefunguje podle očekávání apod.

7.1.4 Ukončení jednání

Pracovník využívá techniky aktivního naslouchání – **shrnutí** a **ocenění**. Pracovník při shrnutí zopakuje klidným hlasem důležité myšlenky, fakta a pocity z průběhu rozhovoru s klientem. Pracovník nebo lépe klient popíše dosažený pokrok a společně pak zakončí jednu část jednání a přejdou k další (opouští nepodstatná témata). Shrnutí vede i k nastínění budoucnosti, zda se poradenský proces tímto ukončí nebo dojde k opakovanému jednání s klientem. Pokud shrnutí provádí klient, má pracovník možnost si ověřit, čemu klient rozuměl, co pro něj bylo důležité, co si pamatuje, nad čím bude uvažovat. Klient může také dostat domácí úkol, tzn. to, nad čím bude do příštího setkání s pracovníkem přemýšlet nebo co konkrétního udělá. Důležitou součástí fáze ukončení je ocenění klienta, např. za aktivní účast na jednání, ochotu řešit svůj problém, nový pohled na situaci, pozitivní přístup apod. Ocenění musí být věrohodné.

Technice ocenění je blízký i princip vyjádření autentických pozitivních emocí pracovníkem v podpůrném rozhovoru (Hájek, 2006). Pokud pracovník vyjadřuje radost, podporu, ocenění, příjemné překvapení z chování klienta, posiluje tím klientovo sebevědomí, upevňuje vhodné způsoby jednání a podporuje klientovo zvládnání problematických situací.

Pokud se vztah pracovníka a klienta z jakýchkoli důvodů naruší a není v možnostech pracovníka to aktuálně změnit (např. pracovník se cítí klientem ohrožen, pracovník je zaujatý vůči klientovi, má předsudky, problém klienta se emočně dotýká pracovníka a ten nedokáže být nestranný apod.), pak by měl pracovník neprodleně jednání s klientem ukončit, a to v jakékoliv fázi rozhovoru. Pracovník má právo říct: „stop“, „potřebuji pauzu, potřebuji o vašich slovech chvíli přemýšlet“ apod. Následně je nutné klientovi sdělit, že pracovník nemůže klientovi s daným problémem pomoci, že to není v jeho kompetenci nebo nemá pro daný problém dostatek zkušeností či zdrojů. A nabídne klientovi možnost spolupracovat s jiným pracovníkem v organizaci nebo doporučí služby jiné organizace specializované na problém klienta. O svém postupu i důvodech ukončení spolupráce učiní pracovník zápis do spisu klienta. Pro porozumění situaci je vhodné konzultovat případ s dalšími pracovníky, případně si vyžádat supervizi.

7.1.5 Reflexe

Po ukončení jednání s klientem je čas na pracovníkův zápis do spisu i vlastní poznámky. V této fázi je důležité, aby pracovník provedl **reflexi** celého poradenského procesu a poučil se z ní. Pro odborný růst je důležité věnovat reflexi dostatek času, případně k reflexi použít zpětné vazby od kolegů či supervize. Podstatné je, co se dařilo, kudy vedly úspěšné cesty, jak se podařilo překonat úskalí, které postupy byly efektivní, ale také jaké strategie se ukázaly jako brzdící. To vše je důležitou cestou k profesionalizaci pomáhajícího pracovníka.

Do fáze reflexe patří i **intervizní setkání** s kolegy, při kterém dochází ke sdílení průběhu poradenského procesu, pojmenování překážek, **sebereflexe** vlastní práce, hledání dalších možností, jak pracovat s klientem apod. Odbornou formou reflexe je **externí supervize** organizace a jejích pracovníků.

7.2 Doporučení pro vedení poradenského rozhovoru

Pro efektivní vedení poradenského procesu je nutné dodržovat tyto zásady:

- Při komunikaci s klientem s jakýmkoli druhem zdravotního postižení je nutné zvolit takovou strategii, která odpovídá jeho handicapu vzhledem k osobnosti, druhu a závažnosti konkrétních vad nebo poruch, a především jeho vlastním komunikačním schopnostem a preferovaným formám dorozumívání. Největší respekt si zaslouží komunikace s lidmi postiženými duševními poruchami, demencí apod. (Pokorná, 2010)
- Pro úspěšnou efektivní komunikaci s klientem je potřeba dostatek času. Při komunikaci s klientem s narušenými kognitivními funkcemi je nutné respektovat princip zpomalení. (Kalvach, Onderková, 2006)
- Pracovník reflektuje své předsudky a stereotypy vůči klientům, učí se rozumět svým postojům, myšlenkám, sám sobě.
- Při komunikaci s klientem je vhodné vždy zaujmout postavení nebo posezení tváří v tvář tak, aby klient dobře viděl pracovníkův obličej a případně mohl odezírat (Pokorná, 2010).

- Na začátku komunikace se pracovník klientovi vždy představí a uvede svoji funkci v organizaci.
- Pracovník po svém představení zjistí, jak si klient přeje být osloven. Pokud má klient doprovod, je nutné komunikovat vždy přímo s klientem, ne s jeho doprovodem. Komunikace probíhá vždy jen s jednou osobou.
- Pracovník naslouchá tomu, co klient skutečně říká. Nehodnotí, nekritizuje, nekárá.
- Pracovník by měl být připraven na neadekvátní reakce klienta (např. agresi, impulzivitu, emoční labilitu aj.). Negativní reakce klienta na pracovníka je nutné nebrat si osobně, často se klient zlobí na situaci, ne na pracovníka.
- Pracovník vyjadřuje bez agrese své kladné i záporné postoje. (Kleťová, Dlabalová, 2008)
- Pracovník má právo říct, že nerozumí sdělení klienta, může požádat i opakovaně o vysvětlení.
- Pokud si pracovník není jistý svojí odpovědí na otázku klienta nebo neví-li, jak reagovat během hovoru, lépe je chvíli mlčky přemýšlet, případně sdělit klientovi, že si potřebuje odpověď krátce promyslet nebo získat více informací, poradit se s kolegy apod. (Pokorná, 2010).
- Pracovník umožňuje klientovi hovořit o jeho pocitech a potřebách a zajišťuje podle možností jejich splnění (Kelarová, Matějková, 2009).
- K ověření pochopení sdělení klientem pracovník používá kvalitní zpětnou vazbu a techniky aktivního naslouchání. Pro lepší orientaci v komunikaci rozhovor strukturuje podle fází.
- Pracovník dle mentální kapacity klienta vždy zapojuje do rozhodovacího procesu ohledně stanovení plánu jednotlivých kroků ke stanovenému cíli.
- Důležité informace z rozhovoru s klientem pracovník zapisuje a případně na konci rozhovoru ve formě stručného a přehledného zápisu s kontaktem na svoji osobu může zápis předat klientovi.

- Jednou vyřčená slova již nelze vzít zpět, proto si pracovník vždy nejprve rozmyslí, co chce říct, anebo je vhodnější mlčet. Klient ocení rozvážnost pracovníka více než zbrkllost a rychlé soudy.

SHRNUTÍ

Sedmá kapitola se zaměřila na jednotlivé fáze poradenského rozhovoru. Čtenář se dozvěděl, jaké techniky aktivního naslouchání je vhodné použít v jednotlivých fázích rozhovoru. Čtenář se v této kapitole dozvěděl, co je to aktivní informování klienta a proč neopomenout fázi reflexe.

OTÁZKY

- Co probíhá ve fázi přípravy na rozhovor?
- Jaké techniky aktivního naslouchání patří do jednotlivých fází rozhovoru?
- Jak pracovník neverbálně podporuje klienta během rozhovoru?
- Definujte zásady aktivního informování.
- K čemu slouží reflexe poradenského rozhovoru?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. Připravte se na rozhovor s konkrétním klientem. Promyslete si jednotlivé kroky komunikačního procesu a pokuste se předem minimalizovat komunikační šumy a překážky. Rozhovor realizujte a proveďte záznam. Následně analyzujte rozhovor, jeho jednotlivé fáze, využití technik aktivního naslouchání a typů otázek, používání neverbální komunikace, empatie a správnosti verbální komunikace. Zamyslete se také nad respektováním specifik a komunikačních zvláštností klienta. Jaké strategie se osvědčily? Jaké zásady komunikace byly porušeny? Co bylo příčinou? Jaké byly následky? Jak můžete tyto nedostatky odstranit? Oba úkoly zpracujte písemně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

8 PŘÍSTUPY U SVÍZELNÝCH TYPŮ KLIENTŮ

CÍLE

Po prostudování této kapitoly by čtenář měl být schopen:

- popsat verbální a neverbální projevy jednotlivých svízelných typů klientů;
- zvolit vhodnou komunikační strategii pro daný typ klienta;
- optimalizovat podmínky komunikačního procesu jednotlivých klientů a předcházet konfliktům.

PRŮVODCE TEXTEM

V úvodu osmé kapitoly je krátký popis reakce na zátěž a přehled obranných mechanismů, které čtenáři umožňují lépe pochopit komunikační strategie svízelných typů klientů. Dále pak tato kapitola seznamuje čtenáře s komunikací s náročnými typy klientů, tzn. agresivními, úzkostnými, depresivními, uzavřenými apod., jejichž specifické komunikační projevy mohou být spouštěči konfliktních situací. Projevy každého typu jsou nejprve popsány a poté následují zásady a doporučení, jak s jednotlivými typy klientů komunikovat. Je nutné mít na paměti, že tzv. „čisté“ typy jsou spíše vzácností. Každý klient je jedinečný a v této kapitole uvedená typologie pouze poukazuje na možné typické znaky a vlastnosti uvedených typů klientů, které by však neměly být klientům přiřazovány paušálně. Stejně tak nadměrná sebereflexe a násilná autokorekce pracovníka při komunikaci s „zaškatulkovaným“ typem klientem může přispět ke vzniku konfliktu.

KLÍČOVÉ POJMY

zátěžová situace, obranné mechanismy, svízelné typy klientů, agresivní typ, depresivní typ, úzkostný typ, úzkostně – agresivní typ, neurotický typ, narcistní typ, pedantérní typ, nepřístupný typ, histrionský typ, agresivita, pasivita, asertivita, asertivní práva, asertivní techniky

8.1 Reakce na zátěž a obranné mechanismy

Každý člověk má jinou míru odolnosti vůči zátěži a k pochopení neobvyklých reakcí klienta je potřeba, aby si pracovník uvědomil, jak jedinec obecně reaguje na zátěžovou situaci. Zátěžová situace je taková situace, která u daného jedince vyvolá stav nadměrného zatížení nebo ohrožení, spojeného s úbytkem uspokojení, ohrožující jeho celkovou tělesnou i duševní pohodu (Vágnerová, 2007)

Reakce na zátěž probíhá v těchto krocích a souvislostech:

1. hodnocení situace ohroženým jedincem a interpretace významu a míry ohrožení,
2. emoční reakce – prožitek zátěže,
3. udržení kontroly nad situací a víra ve zvládnutí, zátěž jako výzva,
4. podnět k hledání efektivních způsobů řešení zátěže nebo rezignace,
5. flexibilita jedince oprostít se od nepříjemného zážitku nebo ulpívání na neefektivním způsobu řešení,
6. schopnost udržet sociální kontakt a přijmout pomoc,
7. schopnost komunikace o problému. (Vágnerová, 2008)

Mechanismy vyrovnávání se se zátěží jsou označovány jako **obrané mechanismy**, které lze rozdělit na vědomí a nevědomé, respektive neuvědomované. Oba způsoby se doplňují a navzájem prolínají. K vědomým způsobům patří útok a únik, mají za cíl udržet a znovu získat psychickou pohodu a rovnováhu. **Útok** vyjadřuje tendenci se zátěžovou situací bojovat, kdy je agrese zaměřena na zdroj ohrožení, náhradní objekt (např. pracovníka, rodinné příslušníky apod.) nebo vůči sobě. **Únik** vyjadřuje tendenci utéct ze situace, kdy může jít o skutečný útěk, přenesení zodpovědnosti za řešení na jiného člověka nebo rezignaci. Vědomou volbou při zvládnutí zátěžové situace je **coping**. Jedinec se zaměřuje na dosažení možné pozitivní změny a tolerance, respektive smíření s tím, co změnit nelze. (Vágnerová, 2008)

K obranným reakcím, které nejsou plně uvědomované, vycházejí z osobnostního nastavení jedince, jeho zkušeností i momentálního stavu patří např. **popření, potlačení a vytěsnění, sublimace, substituce, negace, projekce, racionalizace,**

kompenzace, identifikace, fantazie, regrese aj. Obranné reakce mohou být užitečné, umožňují jedinci získat čas i energii potřebnou k nalezení efektivnějšího řešení v dané situaci. Riziko však spočívá v tom, že ani po delším čase není jedinec schopen řešení najít a obranné mechanismy jeho osobnost zahltní. (Vágnerová, 2007) Z hlediska vedení rozhovorů mohou všechny výše uvedené obranné mechanismy vnést do komunikace s klientem bariéry a být příčinou konfliktů.

Příklad z praxe: *Klientka (75 let, dg. diabetes 2.typu) po amputaci levé dolní končetiny projevuje již několik dní známky šoku. Do operace to byla velmi aktivní klientka, která se s chutí účastnila různých aktivit v pobytovém zařízení, ráda komunikovala s okolím a zajímala se o dění doma i ve světě. Po operaci s pracovníky ani jinými klienty nekomunikuje, odvrací oči, dává najevo nezájem o kontakt, jen pro sebe si potichu mumlá: „To není možné! Proč právě já?“ Za několik dalších dní již klientka nemluví vůbec, upadá do apatie, apaticky nechává se ošetřovat, nespolupracuje, projevuje nechuť k jakékoliv aktivitě. Přes veškeré úsilí pracovníků i rodinných příslušníků se nepodařilo klientce pomoci překonat tuto fázi a efektivním způsobem řešit situaci. O několik týdnů později klientka umírá.*

8.2 Svízelné typy klientů

Podle Novosada (2000) se v poradenské praxi může pracovník setkat i s klienty bez somatického, smyslového či jiného postižení, a přesto je velmi obtížné s nimi komunikovat. Jedná se o jedince, jejichž charakterové vlastnosti, a tedy i jejich chování je akcentováno díky zátěžové situaci a působí při komunikaci jako překážka nebo spouštěč konfliktů. Autory odborných publikací jsou tyto lidé děleni do různých skupin a nazýváni svízelnými typy osob, obtížně zvladatelnými, problematickými nebo rizikovými klienty.

Gabura, Pružinská (1995) popisují specifika práce s tzv. **rizikovými klienty**, které dělí na: nedobrovolné klienty, klienty v odporu, mlčenlivé klienty, depresivní klienty, suicidální klienty, manipulativní klienty a agresivní klienty. Např. při poradenské práci se **suicidálním klientem** je důležité, aby pracovník zjistil, o jaký typ suicidality jde. Může to být bilanční přemýšlení o smrti, reakce na náročnou životní situaci, signál „potřebuji pomoci“ nebo manifestace s cílem upozornit na sebe. Klienta, který hovoří o

sebevraždě, je nutné nechat vypovídat, poskytnout mu nepřerušovanou pozornost. Úkolem pracovníka je pokusit se klienta pochopit, akceptovat jeho pocity, neutěšovat jej plytkými optimistickými řečmi a neodsuzovat ani z etických nebo náboženských důvodů. Pracovník by měl motivovat klienta k návštěvě psychiatra. Pracovník může klienta motivovat ke spolupráci, léčbě, bojovat s jeho depresí, připravit strukturovaný program, ale v žádném případě nepřebírá za klienta zodpovědnost za to, co udělá.

Matoušek (2003) popisuje vhodný přístup pro zvládnutí obtížené poradenské situace, kterou může být **plačící klient**. Pracovník se nesmí nechat vyvést z míry, musí zachovat profesionalitu, nepodléhat dojetí, brát pláč jako samozřejmou součást poradenského procesu. Je vhodné počkat, až pláč přejde, nebo se pokusit pokračovat v hovoru a zrcadlit pláč klienta slovy: *Co vám přišlo tak líto?* U některých lidí je pláč běžnou záležitostí a neznamena nic vážného, v jiných případech může být pláč pokusem o manipulaci. Slzy jsou používány jako účinný nátlak ve snaze prosadit svoje především u histrionských povah nebo osob s hysteroidními rysy.

Timulák (2006) se zaměřuje na práci se specifickými projevy v procesu psychoterapie, např. na práci se zmateností, s pláčem, se zaplavujícími emocemi, depresivními projevy, sebevražednými projevy, manipulačními projevy, agresivními projevy, akcentovanými projevy apod.

Velmi užitečná kniha pro pomáhající pracovníky je Sociální práce v praxi. Autoři Matoušek, Koláčková, Kodymová a kol. (2005) v knize velmi podrobně popisují specifika sociální práce s různými cílovými skupinami, např. se zneužívanými dětmi, s rodinami v rozvodu, zdravotně znevýhodněnými, mentálně postiženými, duševně nemocnými, starými lidmi, umírajícími v hospici, uživateli drog, rizikovou mládeží, bezdomovci, uprchlíky apod.

Pro účely tohoto studijního textu je dále v textu použito dělení svízelných typů podle Novosada (2000) na typ: agresivní, bezohledně – agresivní, depresivní, úzkostný, úzkostně agresivní, neurotický, narcistní, pedantní, nepřístupný a histrionský. Každý typ je nejprve charakterizován z hlediska povahových specifíků, charakteristických znaků a projevů chování, tzn. jejich verbální a neverbální komunikace, vnějšího pozorovatelného chování a jednání vůči pracovníkovi i strategie zvládnutí problémové situace. Následují zásady komunikace s daným typem.

8.3 Agresivní typ klienta

Podle Hartla a Hartlové (2000) je agrese útočné nebo výbojné jednání. Může jít o projev nepřátelství vůči určitému objektu, úmyslný útok na překážku, osobu či předmět, který stojí v cestě uspokojení potřeby.

Agrese bývá projevem nízké tolerance k psychické zátěži a bolesti. V případě některých klientů může jít o reakci na neschopnost kognitivně vyhodnotit aktuální dění, vzniká pocit ohrožení a potřeba se bránit. Nejčastějším spouštěčem agrese bývá strach, např. strach z budoucnosti, ze změny, z bolesti, ze samoty, ze ztráty vlastní důstojnosti apod. Kromě strachu mohou být dalšími spouštěči agresivního chování křivda a nespravedlnost, zklamání, zbytečná zátěž, bezmoc, ponížení a zesměšnění, psychopatické rysy jedince, návykové látky, existenční stres apod. (Kelnarová, Matějková, 2009)

Projevy agresivního chování:

- verbální agrese, např. vulgarismy, nadávky, obviňování, kritika atd.,
- fyzické napadání, např. štípání, škrábání, kousání, házení věcmi atd.,
- poškozování věcí, např. rozbíjení zdravotnického zařízení, ničení oblečení atd.,
- sebepoškozování, např. řezání, polykání nestrávitelných věcí, nadměrná konzumace léků nebo odmítání léků atd.,
- neverbální projevy, např. grimasy, křik, úšklebky, chození po místnosti, kopání do nábytku, bouchání do stolu, intenzivní gestikulace, nepravidelný dech, porušování osobní zóny aj.

Komunikace s agresivním typem klientem je založená na zájmu pomáhajícího pracovníka o klienta. Úspěch při komunikaci s agresivním typem klientem je založen na pochopení, že jeho neadekvátní reakce vyplývá ze strachu z jeho ohrožení.

Příklad z praxe: Klient (73 let, dg. demence, omezená hybnost, agresivní typ) sedí na posteli v pokoji, je rozrušený, křičí a shazuje věci z nočního stolku na zem. Jeho spolubydlící se ho marně snaží uklidnit, po chvíli přivolává personál. Klient je znám svými agresivními výlevy. Pracovník klidným hlasem oslovuje klienta a ptá se, co se stalo. Klient se zlobí, že se mu ztratily hodinky, že mu je určitě někdo ukradl.

Obviňuje svého spolubydliče, uklízečku, pracovníky zařízení. Pracovník pokyvuje hlavou a ptá se klienta, jak hodinky vypadají. Klient se trochu uklidní a začne hodinky popisovat. Pracovník naslouchá. Klient vypráví o hodinkách, kde a kdy si je koupil, to mu připomene cestování, tak vzpomíná, kde všude byl. Nakonec požádá pracovníka, aby mu ze skříně podal krabičku, ve které má různé upomínky z cesty. Pracovník klientovi podává krabičku, ve které kromě suvenýrů jsou i „ukradené“ hodinky. Klient se raduje, že hodinky vidí, během povídání zapomněl, že je hledal.

8.3.1 Zásady komunikace s agresivním typem klienta

Na pracovníka jsou při komunikaci s agresivním typem klientem kladeny tyto nároky:

- klidné a profesionální jednání,
- klidný, vlídný a níže položený hlas,
- udržovat oční kontakt,
- klidný a vlídný výraz,
- pomalé pohyby,
- jasné, stručné a srozumitelné sdělení,
- vhodný haptický kontakt,
- zajistit přítomnost dalšího pracovníka (Kelnarová, Matějková, 2009).

Linhartová (2007) doporučuje pomáhajícím pracovníkům v některých případech zvolit „zrcadlovou reakci“, tzn. že pracovník se chová stejně jako klient. Tato strategie je však na zváženu, při špatném odhadu situace může rychle vést ke stupňování agrese ze strany klienta.

Zásady komunikace s agresivním typem klientem:

- Naslouchejte klientovi, nechte ho mluvit, neskákejte mu do řeči.
- Pokuste se zjistit důvod jeho agresivního jednání. Pokud klient nemluví, zeptejte se ho: *Co vás trápí? Co se vám přihodilo? Jak vám mohu pomoci?*
- Udržujte bezpečnou vzdálenost od klienta tak, aby vám nemohl ublížit. Pozor na házené předměty, hrnky, berle apod.

- Omluvte se klientovi, pokud je příčinou jeho hněvu chyba na straně personálu.
- V případě, že se klient neuklidní, zavolejte na pomoc lékaře nebo policii. (Kelnarová, Matějková, 2009)

8.3.2 Zásady komunikace s bezohledně – agresivním typem klienta

Bezohledně agresivní typ klienta se vyznačuje robustní postavou, neměnným, nechápavým a nepřátelským vzezřením. Jeho myšlení je pomalé, nepohotové, podezřivé a vztahovačné. Projevuje se hlučně, nekultivovaně, mluví nespisovně, nelogicky, užívá vulgární výrazy. Jedná zkratkovitě výbušně, netolerantně, razantně prosazuje svoje zájmy. Má nepřátelské postoje vůči obecně uznávaným hodnotám, ideálům, autoritám, konvencím a zvyklostem. Klient se chová celkově hlučně, překřikuje druhé osoby, zastrašuje submisivní a slušnější jedince. (Bláha, Staňková, 2004)

Jedná-li se bezohledně agresivní typ klienta je vhodné použít tyto zvládací strategie:

- Udržujte pohled vodorovně z očí do očí.
- Hovořte plynule, pomalu, jistým a nevzrušeným hlasem, neosobně, bez afektu.
- Stůjte uvolněně, gestikulujte pomalu, plynule. Nejednejte zmatečně nebo zakřiknutě.
- Jednejte vážně a důstojně, bez přehnané kultury projevu a nadřazené noblesy.
- Stůjte za svými stanovisky, projevte však pochopení a uznání.
- Apelujte na čestnost a férovost. Neved'te jednání do slepé uličky, nabídněte možnosti důstojného ústupu. (Honzák, 1999)

8.4 Depresivní typ klienta

Honzák (1999) definuje depresi jako chorobný smutek. Jedná se o duševní stav s pocity smutku, skleslosti, vyhaslosti, vnitřního napětí, nerozhodnosti a ztrátou zájmu o věci i lidi kolem sebe. U depresivních typů klientů se objevuje porucha spánku, únava, nechutenství, pokles sebevědomí, sebeobviňování, zpomalená řeč i hlas.

Depresivní jedinec často hovoří o odchodu ze života, myslí na sebevraždu, nemá zájem dále žít. U klientů může být depresivní stav vyvolán náhlou ztrátou partnera nebo dalších blízkých osob, dlouhodobou zátěží, nemocí apod.

Depresivní stav se může prohlubovat netrpělivostí pracovníka v komunikaci s klientem. Netrpělivost často plyne z nedostatku času, který pracovník na depresivního klienta má. Časový stres vede pracovníka ke zvyšování tlaku na klienta, aby se rychle rozhodoval a vykonal nějakou činnost apod. Kognitivní procesy u depresivního typu klienta jsou však zpomalené a časový stres ještě více blokuje schopnost rozhodování i samotné jednání. Deprese způsobuje, že klient jen stěží zvládá denní činnosti. Deprese klienta se dále může v komunikaci prohlubovat, když jej pracovník „nutí“ přemýšlet o budoucnosti (*Tak si představte, co budete dělat za rok, za dva.*) nebo naopak, když pracovník „bere“ klientovi naději (*To víte, ve vašem věku to tak chodí, lepší už to nebude.*). K dalším přitěžujícím okolnostem patří projevy nedůvěry vůči klientovi a bagatelizace jeho obtíží. (Kelnarová, Matějková, 2009) Nevhodné je také klienta zatěžovat zcela novými aktivitami, které kladou vysoké nároky na adaptaci a tím klienta přetěžují. Zároveň by neměl být klient ponechán sám sobě, přestože odmítá péči i zájem pracovníků. (Venglářová, 2007)

Příklad z praxe: *Klientka (52 let, zrakové postižení, depresivní typ) dochází 1x týdně do klubu pro klienty se zrakovým postižením, sedí stranou od ostatních, je plačtivá. Již 10 let je vdova. Syn s rodinou žije v zahraničí, příliš se nestýkají. Klientka se odmítá účastnit aktivit, vyhovuje jí poslouchat potichu hudbu z rádia. Jedna z novějších pracovnic zařízení, která klientku ještě dobře neznala, se snažila klientku přemluvit k účasti na aktivizačním cvičení. Klientka odmítla, po dalším naléhání se rozplakala a nebyla k utišení. Nyní již pracovnice klientku nepřemlouvají, uvaří ji kávu, posadí se vedle ní a často spolu jen tak sedí a poslouchají hudbu. Občas klientka vzpomíná na svého manžela nebo syna. Po čase se nálada klientky začala zlepšovat, občas měla i zájem povídat si s dalšími klienty. Dle jejího sdělení začala užívat na doporučení psychiatra antidepresiva, pochvalovala si, že je méně unavená, v noci lépe spí a víc ji chutná.*

8.4.1 Zásady komunikace s depresivním typem klienta

- I přes odmítání péče zajistěte u klienta naplňování základních potřeb, jako je hygiena, stravování a úměrné střídání aktivity a odpočinku (Venglářová, 2007).
- Projevte empatii, komunikujte a chovejte se evalvačně.
- Pozorně naslouchejte.
- Dejte klientovi dostatečný prostor k přemýšlení a komunikaci.
- Pozor na vztahovačnost klientů, važte každé slovo.
- Nevymlouvejte klientovi jeho smutek, věřte mu jeho trýzeň.
- Projevte snahu o společné řešení problému.
- Buďte otevření a vnímaví k jednání a chování klienta. V případě sebevražedných sklonů uzavřete antisuicidální smlouvu.
- Neodsuzujte klienta a jeho chování.
- Doporučte klientovi pracoviště, kde se deprese léčí.
- V případě zájmu klienta využijte muzikoterapii, aromaterapii, jógu, zájmové činnosti, psychoterapii a arteterapii. (Kelnarová, Matějková, 2009)

8.5 Úzkostný typ klienta

Úzkost je podle Hartla a Hartlové (2000) „strach z ničeho“. Jedná se o nepříjemný stav provázený podobnými psychickými i somatickými znaky jako strach, s tím rozdílem, že příčina úzkosti není známá.

Úzkost se projevuje schouleným držením těla, těkavým pohledem, klopením zraků, nejistými gesty. Výraz obličeje odráží zábrany, váhání, nerozhodnost. V řeči dělá úzkostný typ klienta nejisté pomlky, často opakuje dotazy, vyslovuje obavy a naléhavé žádosti o ujištění. Snadno podléhá vnitřní panice, bojí se učinit rozhodnutí, trpí pochybnostmi a výčitkami, obviňuje sám sebe. Úzkostný typ klienta si nevěří, kapituluje, volí únikové cesty, odstupuje od složitých jednání. Stydí se za své chování, nevrací se tam, kde selhal. Bere si na pomoc jiné osoby, odvolává se na autority. (Honzák, 1999)

Úzkostný typ klienta neustále vyhledává kontakt s personálem, vyžaduje zvýšenou pozornost pracovníků i svých blízkých. Klient stále hovoří o svém zdravotním stavu a obtížích, neustále se ujišťuje, že odborníci mají vše pod kontrolou, zároveň stále opakuje tvrzení typu: *Mně už nikdo nepomůže. Nikdo o mě nemá zájem. Všichni budou rádi, až umřu.* Klient žije ve svém světě nedůvěry a beznaděje. Přestože se mu dostane opakovaně odpovědi na jeho otázky, znovu a znovu se ptá, vyhledává další odborníky, ověřuje si informace v odborné literatuře i na internetu. Svým chováním je úzkostný typ klient velmi náročný pro své okolí. (Kelnarová, Matějková, 2009)

Úzkost klienta prohlubuje nechuť a nezájem pracovníků o komunikaci s tímto klientem, časté je používání devalvačních komunikačních strategií vůči klientovi nebo pracovník vystupuje dominantně a staví tím klienta do role malého dítěte. Stejně tak může pracovník zvětšit úzkost klienta, pokud ho zatěžuje velkým množstvím detailů o jeho situaci nebo stavu, používáním odborné terminologie nebo žargonu a slangu.

Příklad z praxe: *Klient (55 let, těžká nedoslýchavost, úzkostný typ) vyžaduje opakované vyšetření hlavy, protože má pocit, že mu v hlavě roste nádor. V lékařských knihách si vyhledal informace a při vyšetření poukazuje na vzácné onemocnění, která se mohou projevat bolestí hlavy. Přestože všechny výsledky jsou negativní, klient je přesvědčen, že lékaři něco opomenuli a trvá na dalších vyšetřeních. V důsledku nedoslýchavosti a své úzkosti se klient často opakovaně vyptává zdravotnického personálu na výsledky svého vyšetření a má snahu konzultovat své hypotetické diagnózy s ošetřujícím lékařem. Zdravotnický personál už často ztrácel trpělivost a klienta odbýval slovy, že dalších vyšetření už není potřeba, že je klient v pořádku. Poté, co byla jeho žádost o další vyšetření magnetickou rezonancí opakovaně zamítnuta, se klient do sebe uzavřel. Na otázku sociální pracovníka, jak se mu aktuálně daří, odmítl klient více komunikovat se slovy, že stejně brzo umře. Pracovník se dále trpělivě dotazoval na průběh posledního vyšetření a na výsledky. Společně s klientem pročetli všechny zprávy, klient se rozmluvil o svých obavách z budoucnosti, ze zesilujících bolestí hlavy. Domluvili se, jak dál může klient postupovat. Klient byl spokojený, že se o něj někdo zajímá, a především sdílí jeho strach z budoucnosti a špatné prognózy.*

8.5.1 Zásady komunikace s úzkostným typem klienta

- S klientem hovořte klidně a trpělivě.
- Vaše mimika a gestika je pozorně sledována klientem, používejte neverbální komunikaci uvážlivě.
- Mějte dostatek času na rozhovor s úzkostným typem seniorem.
- Ke komunikaci zvolte klidné prostředí, úzkostný jedinec často vyžaduje soukromí k rozhovoru.
- Informace podávejte jasně a srozumitelně. Volte pomalejší tempo řeči.
- Odpovídejte na všechny dotazy klienta, dle potřeby zopakujte sdělení.
- Přípravě klienta na lékařské vyšetření nebo zákrok věnujte zvýšenou pozornost.
- Podporujte klienta při jeho rozhodování.
- Podporujte klienta v kontaktech s jeho rodinou, blízkými nebo dalšími lidmi v okolí. (Kelnarová, Matějková, 2009)
- Vyvarujte se nátlaku na rozhodnutí otázek typu „buď anebo“.
- Uvažujte za klienta nahlas, kladte jím nevyslovené otázky a vyslovte za něho pochyby. Odpovídejte pak na ně.
- Nedělejte přímá rozhodnutí za klienta, ale přispějme rekapitulací otázek, obecným shrnutím závěrů, alternativ, zkušeností u jiných apod. (Honzák, 1999)

8.5.2 Zásady komunikace s úzkostně - agresivním typem klienta

Úzkostně agresivní typ klienta sedí nebo stojí křečovitě vzpřímeně, má pevný úchop předmětů, bojovně odměřený pohled, sevřeně svraštělé rty. Klient je věcně nesdílný, v řečovém projevu strohý, v hlase zaznívá stísněnost a nervozita. Úzkostně agresivní typ klienta má pocit újmy, křivdy a ústrků, kategoricky odmítá projevy pomoci a péče. Projevuje odhodlanost sebeobětování, cynismus při domnělých prohrách. V komunikaci často užívá jízlivé poznámky a zraňující výroky, vedené na city a morálku druhých. Klientovy křečovité výpady jsou provázené pláčem na krajíčku, útočí za každou cenu. (Bláha, Staňková, 2004)

V komunikaci s úzkostně agresivním typem seniora je vhodné používat tyto zvládací strategie:

- Vysílejte očním kontaktem ochotu k jednání, dodržujte horizontální polohu pohledu z očí do očí.
- Dívejte se zájem do obličeje klienta, když hovoří. Pokud hovoříte, střídejte pohled do očí s odklonem pohledu stranou.
- Hovořte klidně, věcně, srozumitelně. Podejte vstřícně vyčerpávající informace.
- Pokud vám klient skočí do řeči, vyčkejte a pak pokračujte ve svém sdělení. Nezvyšujte hlas a tempo řeči.
- Co nejméně užívejte odpovědi: „ne“ a nahraďte je odpovědí: „ano ... a ...“.
- Dejte najevo, že jakékoliv rozhodnutí klienta je pro ni důstojné a pro vás do značné míry akceptovatelné. (Honzák, 1999)

8.8 Neurotický typ klienta

Neurotické projevy u klientů vznikají často díky rozporům mezi jejich potřebami a možnostmi je uskutečnit. Příznaky jsou psychické i somatické, kdy tělesné příznaky mají často psychický původ. V komunikaci má neurotický typ klienta tendenci se svěřovat se svými problémy (dušnost, hypertenze, tachykardie aj.), je citlivý na hodnocení své osoby, stěžuje si na neschopnost lékařů mu pomoci. (Kelnarová, Matějková, 2009)

Neurotické projevy se mohou zvýraznit, pokud pracovník zlehčuje psychické problémy klienta, projevuje nedůvěru v to, že klient má i somatické problémy, podezírá klienta, že je simulant. Neurotický typ klienta nečeká rady od pracovníka (*Odejděte od manžela, když vás tak trápí.*), neumí ze dne na den změnit svůj životní styl (*Chodte každý den na procházku a bude vám líp.*). Při komunikaci s neurotickým typem klienta často nefunguje ani apel na „rozum“ (*Podívejte, vaše výsledky vyšetření jsou negativní, musí vám být dobře!*) nebo sdělování svých osobních problémů pracovníka (*Mě taky všechno bolí.*). (Kelnarová, Matějková, 2009)

Příklad z praxe: Klientka (74 let, neurotický typ) si po výměně kyčelního kloubu neustále stěžuje na bolesti v celém těle. Přestože od operace uplynulo již několik měsíců a z lékařského hlediska je vše v pořádku, klientka odmítá zatěžovat nový kloub. Klientka má obavu, že dojde k nějakému poškození, stále užívá léky na bolest, chodí shrbeně o berlích a svému okolí avizuje nemohoucnost. Odmítá představu, že je v pořádku, poukazuje na problémy jiných operovaných lidí, očekává zhoršení svého stavu. Pracovníci klientce její představy nevyvracejí, dopřávají klientce dostatek času, aby verbalizovala své obavy a dle možností odvádějí pozornost klientky od jejího zdravotního stavu k jiným činnostem (např. k jejímu dříve oblíbenému šití a pletení nebo povídání o vnoučatech).

8.6.1 Zásady komunikace s neurotickým typem klienta

- Zvolte ke komunikaci s klientem klidné prostředí v soukromí.
- Zajistěte dostatek času pro rozhovor s klientem.
- S klientem hovořte klidně, jasně a srozumitelně.
- Vyjadřujte klid a trpělivost i v neverbální komunikaci.
- Projevte empatii a zájem o problémy klienta.
- Dejte klientovi možnost hovořit o svých problémech. Povzbudte jej při komunikaci a vzájemné interakci.
- Neskákejte klientovi do řeči.
- Nabídněte klientovi pomoc a možnost navštívit odborníky.
- Buďte přiměřeně optimističtí a povzbuzující. (Kelnarová, Matějková, 2009)

8.7 Narcistní typ klienta

Hartl a Hartlová (2000) definují narcismus jako přemrštěné zaměření jedince na vlastní osobu, na obdiv k sobě samému, s egocentrickým laděním.

Smyslem života narcistních typů klientů je stálé sebezpotvrzování o jejich dokonalosti, jejich představy o své výjimečnosti. Klienti mají sníženou empatii, těžko přijímají kritiku,

chovají se nadřazeně, vyžadují nadstandardní péči, jsou věčně nespokojení, stále si na něco stěžují. Věnují velkou pozornost svému zevnějšku, rádi se poslouchají, uvádějí styky s vlivnými lidmi, dožadují se péče od primářů a největších specialistů. V komunikaci, aby dosáhli narcistně agresivní typy klientů svého, se uchylují k výhrůžkám a verbální agresi, manipulaci a k vyvolávání pocitu bezmoci a frustrace u pracovníků. Konflikty s těmito klienty vznikají, když se pracovníci snaží apelovat na jejich zdravý rozum a změnit jejich chování nebo s nimi bojují o moc. Stejně nebezpečné z hlediska vzniku konfliktu může být podbízivé chování pracovníka, které narcistnímu typu klienta nabízí prostor k manipulaci s takovým pracovníkem. (Kelnarová, Matějková, 2009)

Příklad z praxe: *Klientka (54 let, nezaměstnaná, dg. zdravotní postižení, narcistní typ) se dožaduje rozhovoru s ředitelem zařízení, tvrdí, že má nárok na nadstandardní péči, které se jí podle jejích slov nyní nedostává. Průběžně si stěžuje na špatnou práci všech pracovníků, poukazuje na nedostatky v úklidu, péči o klienty i organizaci zařízení. Klientka je stále přepečlivě upravená, výrazně nalíčená a pěkně až křiklavě oblečená. Mezi pracovníky upřednostňuje klientka ty, kteří jsou ochotni ji vyslechnout, pochválit její vzhled a řídit se jejími pokyny. Pro všechny pracovníky je péče o tuto klientku velmi náročná, dle možností se snaží vyhovět jejím požadavkům, aby předešli konfliktům (např. směr vytírání podlahy, výběr tisku pro klienty, podávání stravy apod.). 1x měsíčně se klientkou sejde ředitel zařízení a vyslechne si všechny její stížnosti. Dále se osvědčilo požádat klientku, aby své stížnosti napsala na papír a zároveň napsala i doporučení, jak věci dělat jinak. Vzhledem k její předešlé pracovní kariéře vrchní zdravotní sestry jsou mnohé její doporučení pro zařízení velmi užitečné.*

8.7.1 Zásady komunikace s narcistním typem klienta

- Jednejte s klientem s úctou, důstojně, na úrovni. Dbejte na evaluaci při komunikaci.
- Udržujte při komunikaci vzdálenost od klienta asi 1,3 metru (Honzák, 1999).
- Vyhledávejte pohledy z očí do očí.
- Jednejte s klientem jako s partnerem, navodte ovzduší spolupráce.

- Podávejte vždy plné informace, vyvarujte se poučování a mentorování.
- Dejte klientovi najevo, že je středem zájmu.
- Neodbyvejte klienta, pokud se mu nemůžete hned věnovat, dejte najevo, že o něm víte, signalizujte, že byl všimnut a vyžádejte strpení.
- Vznikne-li konflikt s narcistním klientem, nabídněte mu krátkou profesionální omluvu. (Kelnarová, Matějková, 2009)

8.8 Pedantérní typ klienta

Pedantérní typ klienta je charakteristický pevným držením těla, uvážlivým projevem, zodpovědným výrazem obličeje, přímým pohledem, disciplinovaným uspořádáním gest, ukázněným vystupováním, střízlivým oblečením a pečlivou úpravou zevnějšku. Tento typ klienta je pořádkumilovný, dodržuje předpisy, směrnice a nařízení. Používá přísně logické myšlení, má rozškátlkový svět podle svých šablon a neměnné zásady. Vůči optimistickým a otevřeným lidem je klient popudlivý a odtažitý, pro věcně a střízlivě jednající osoby má pochopení. Pokud je narušen jeho vnitřní řád, reaguje podrážděně, zlobně a nedůtklivě. Uspořádané a zákonitě probíhající děje ho uklidňují. (Honzák, 1999)

Příklad z praxe: Klient (80 let, zdravotní postižení, pedantérní typ) velmi podrážděně reaguje na mladou pracovníci zařízení, která si na chodbách zpívá, nahlas se směje a ráda si povídá s klienty. Klient odmítá její přítomnost v pokoji, stěžoval si i u vedoucího zařízení na její nepřiměřené chování, kterým ruší jeho klid a studium odborné literatury. Klient je bývalý právník. Po domluvě pracovního týmu byl klientovi přidělen pracovník – muž, který je klidný, málomluvný a má pro osobnostní nastavení klienta pochopení. Klient je s jeho přístupem nadmíru spokojen.

8.8.1 Zásady komunikace s pedantérním typem klienta

- Jednejte uspořádaně, klidně, věcně a střízlivě. Vyvarujte se překotnosti a zmatečného jednání.
- Nezahlcujte klienta informacemi. Na dotazy odpovídejte logicky a stručně.

- Projevte pochopení, signalizujte názorovou příbuznost a respekt k zásadám a tradicím.
- Vyvarujte se striktně oponentních stanovisek, bagatelizaci hodnot, negací tradic.
- Při sporu apelujte na zkušenost, projevte úctu k osobě klienta a respekt jeho svobodnému právu se rozhodovat, dovolávejte se zákonitostí vývoje, chronologie postupů a kauzality. (Honzák, 1999)

8.9 Nepřístupný typ klienta

Klient je charakteristický celkovou pomalostí, zdrženlivými reakcemi a pohyby, pomalou chůzí. Ve tváři mívá neměnný výraz, nevyhledává setkání pohledů. Vůči okolí se jeví skepticky rozmrzelý a ironicky přehlížející. Klient nevyhledává fyzickou přítomnost druhých lidí. Často oblečením a gesty demonstruje odlišnost a distancování od skupiny. Neprojevuje se otevřeně, místo otevřených názorů a přímých doporučení se projevuje skepsí, nedůvěrou a negací názorů druhých. Nepřístupný typ klienta ironizuje druhé i sám sebe, hovoří pomalu, dává si načas, vyjadřuje se v narážkách, nadsázkách, paradoxech a příměrech. Svým verbálním projevem se stává pro ostatní nesrozumitelný. Na srdečnost, vřelost a vstřícnost druhých reaguje odměřeností, ironií, zraňující upřímností a sebeznehodnocující vulgaritou. (Honzák, 1999)

Příklad z praxe: Klient (32 let, omezená hybnost po CMP, nepřístupný typ) se odmítá účastnit aktivit v rámci aktivizačního programu, stranou kritizuje pracovníky i program. Při dotazu na to, co by chtěl změnit nebo dělat jiného, tak mlčí. Při individuálním rozhovoru klient mlčí a s úšklebkem se dívá na pracovníka. Pracovník klientovi stručně a věcně vysvětlí nabídku zařízení a cíle služby, předloží klientovi program na celý měsíc, stručně popíše náplň jednotlivých aktivit a bez emotivních projevů klientovy doporučí projít si předloženou nabídku a dle svého zájmu ji využít. Klient po celou dobu rozhovoru mlčí. Pracovník v klidu chvíli vyčkává, pak poděkuje klientovi za čas a odchází. Klient po krátkém čase přichází sám do zařízení a má zájem využít některé nabízené aktivity. Pracovník ocení jeho zájem.

8.9.1 Zásady komunikace s nepřístupným typem klienta

- Nepřístupujte ke klientovi jako první, nechte klienta určit komunikační vzdálenost.
- Jednejte neosobně, klidně a důstojně.
- Podávejte dostatečné množství informací, hovořte stručně a věcně, neopakujte se.
- Neudržujte hovor za každou cenu, nenechte se vyvést z míry mlčením klienta.
- Vyvarujte se emotivních projevů, nereagujte na to, co nebylo otevřeně řečeno.
- Užívejte nedokončených vět, pomlky, nadhozených a nezodpovězených otázek. Hrajte o čas. (Honzák, 1999)

8.10 Histrionský typ klienta

Tento typ se vyznačuje oproti nepřístupnému typu rychlou chůzí, prudkými gesty, živou mimikou vyjadřující emoce. Klient je režisérem i hercem v jedné osobě, teatrálními projevy na sebe poutá pozornost druhých. Rád vztahuje do „hry“ ostatní. V chování klienta je možné sledovat celou škálu „emočních poloh“, od expresivně vyjádřeného zoufalství po manipulativně teatrální roztomilost. V komunikaci je klient méně srozumitelný díky projevům, který postrádá logiku a řeč se stává emocionálním výlevem. Klient má tendenci v komunikaci křičet, slovně napadat okolí, rozbíjet předměty, trhat na sobě oblečení a projevovat další demonstrativní agresi i autoagresi. (Honzák, 1999)

Příklad z praxe: *Klientka (40 let, dg. mentální retardace, histrionský typ) před odchodem na výstavu do galerie začala křičet: „Nikam nepůjdu! Ach bože, co kdyby mě někdo uviděl v těchto nemožných šatech! Nemám nic slušného na sebe. Všechno mi vzali. V tom můžu jít leda na zahradu!“ Klientka ze sebe začala strhávat šaty a házet je po chodbě. Další klienti se shromáždili kolem ní a uklidňovali ji. Čím více klientku uklidňovali, tím více propukala v pláč a křik. Teprve po příchodu vedoucího zařízení, který klidným, ale věcným tónem nabídl klientce židli a kapesník a ostatní klienty odeslal pryč, byla klientka ochotná odejít na svůj pokoj a převléct se.*

Vedoucí zařízení klientku ujistil, že má dostatek času se převléct a připravit na návštěvu galerie.

8.10.1 Zásady komunikace s histrionským typem klienta

- Snižte možnost pohybu a gestikulaci uvedením do těsnějšího prostoru, jednejte s klientem v sedě.
- Odvedte jednání mimo pozornost dalších osob.
- Buďte vstřícní a chápající, vracejte ale stále jednání k předmětu věci. Odbočování od tématu neakceptujte.
- Hovořte věcně, stručně, jednoznačně. Volte obraty a tvrzení, která vylučují možnost polemiky a smlouvání.
- Regulujte jednání tak, aby šlo k co nejrychlejšímu konci.
- Buďte rozhodní, pevní, rázní, autoritativní. Vyvarujte se však despektu a agresivity. (Honzák, 1999)

8.11 Asertivita jako přístup ke svízelným typům klientů

Asertivita je způsob mezilidské komunikace, která napomáhá v komunikaci snižovat napětí, předcházet konfliktům a probíhající konflikty efektivně řešit. Bishop (2000) uvádí tzn. problémové jedince: „vztekloun“, „vytrvalec“, „padavka“, „váš šéf“, „kritik“. V mnoha ohledech se tyto jedinci podobají svízelným typům klientů, kteří byli popsáni v předchozím textu. Ke zvládnutí komunikace nejen s těmito problémovými jedinci si pomáhajícímu pracovníkovi potřebuje osvojit asertivní techniky jednání.

Asertivita je zdravé, přiměřené sebeprosazení. Asertivní jednání není ani pasivní ani agresivní. Jedinec trvá na svých vlastních právech způsobem, který nepoškozuje práva druhých a nesnižuje jejich důstojnost. Vyjadřuje vlastní pocity, potřeby, názory a přesvědčení jasně, přímo, čestně a přijatelným způsobem. Asertivita je především kontrola sebe sama a poctivost vůči sobě samotnému. Ve svém důsledku je asertivita víc než pouze způsob jednání – je to způsob myšlení, způsob pohledu na svět. (Pottsovi, 2014)

Typy asertivity:

1. Prostá, základní – jednoduché, jasné prosazování svých názorů, myšlenek, citů.
2. Empatická, prostá – vyjadřování vnímání citů, názorů druhých (vžití se do situace druhých, naslouchání).
3. Eskalující, stupňující se – zvyšování důrazu na to, aby druhý změnil svoje chování.
4. Konfrontační – k řešení problémů mezi slovy a činný druhého člověka – nekritizování, jen žádost o doplňující informace.
5. Expresivní – přímé vyjadřování pocitů.
6. Perzistentní – neustupování z našeho požadavku, trvat na svém (technika gramofonové desky).
7. Protektivní – udržování si sebeúcty, vnímání kritiky jako informaci, která by mohla být i prospěšná pro zdokonalení se.
8. S prvky sebeotevření se – nemluvit jen o druhém, ale i jak bych se zachoval v jeho situaci já.
9. Negativní – na kritiku se dívat zdravě, popř. uznat svoji chybu, na kritiku se dívat pozitivně.
10. Selektivně ignorující. (Novák, Capponi, 2012)

8.11.1 Agresivita, pasivita, asertivita

Pro lepší pochopení a porozumění asertivnímu jednání je důležité umět odlišit jej od agresivity a pasivity.

Agresivní jednání znamená, že člověk trvá na svých právech, ale dělá to takovým způsobem, který poškozuje práva druhých. Ignoruje nebo odmítá potřeby, názory, pocity a přesvědčení druhých. Vyjadřuje vlastní potřeby a názory nevhodným způsobem, bez ohledu na ostatní. Agresivní jednání vyvolává u druhých lidí buď protiútok nebo pasivitu. Pro mezilidskou komunikaci není ani jedno žádoucí. Agresivní jedinec se prosazuje za každou cenu, využívá manipulace, má nepředvídatelné

chování, v komunikaci s druhými lidmi soupeří. Využívá jazyk „ty“ - znehodnocuje partnera v komunikaci, používá výhrůžky, vulgarismy, zvyšuje hlas, propichuje druhé pohledem. Při komunikaci si dává ruce v pás, má nepřiměřeně silný stisk ruky, porušuje osobní prostor druhých. Krátkodobě je agresivní chování ziskové, postupně se agresivní jedinec stává mezi lidmi neoblíbený a lidé se mu začínou vyhýbat. (Novák, Capponi, 2012)

Agresivní výroky: *Mám pravdu! Když si myslíš něco jiného, mýlíš se! Na tvých pocitech nezáleží. Ty jsi hlupák!*

Pasivní jednání chutná hořce. Člověk netrvá na svých právech nebo se chová takovým způsobem, že je ostatní mohou přehlédnout. Pasivně se člověk chová, když proti své vůli podlehne manipulaci, ustupuje, nedokáže prosadit svůj názor, nejde za svým, ale pak toho lituje, pociťuje ztrátu vlastní hodnoty. Pasivní jedinec je neschopný se prosadit, obává se následků, potlačuje své city a názory, není ochoten převzít zodpovědnost a rozhodovat se. Používá v komunikaci zobecňující výroky, kdy nemluví za svoji osobu, ale používá často slovo „člověk“. Mluví potichu, dívá se do země, stranou, hrbí se, uhýbá pohledem, tělem, má slabý stisk ruky. Pasivní jedinec bývá terčem zesměšňování, šikany, lidé se mu vyhýbají. (Novák, Capponi, 2012)

Pasivní výroky: *Máš pravdu, nezáleží na tom, co cítím, co si myslím. Jsem hlupák, ničemu nerozumím. Udělám všechno, co řekneš.*

Asertivní jednání je přímé vyjadřování a realizace osobních potřeb, schopnost přijmout názor v pozitivní i negativní podobě, schopnost odmítnout nepřiměřené požadavky, dovednost chránit vlastní práva. Asertivní jedinec se samostatně rozhoduje a nese odpovědnost, v konfliktech je ochoten jít do kompromisu. Používá jazyk „já“, vyjadřuje svůj názor, zdravě se prosazuje. Respektuje osobní prostor, má vzpřímené a uvolněné držení těla. Pro ostatní lidi je předvídatelný, z čehož pramení důvěra ostatních lidí v asertivního jedince. (Novák, Capponi, 2012)

Asertivní výroky: *Já si myslím, cítím, ..., co ty na to? Já mám takový názor ... zajímá mě, jak to vidíš ty.*

8.11.2 Asertivní práva

Asertivní práva má každý z nás a jejich cílem je zabránit manipulativnímu chování druhých lidí vůči nám. Jsou to však naše práva a ne povinnosti. Záleží tedy na každém z nás, zda se v dané situaci rozhodneme jednat asertivně nebo ne. Morálním předpokladem asertivního jednání je plnění vlastních povinností a respektování skutečnosti, že druzí lidé mají stejná práva jako my. Asertivita vyžaduje, aby se člověk rozhodoval sám za sebe a za svoje rozhodnutí nesl plnou zodpovědnost. Asertivní práva vycházejí ze zásady, že nikdo s námi nemůže úspěšně manipulovat, pokud mu to sami nedovolíme.

Deset základních asertivních práv:

1. Máme právo sami posuzovat své chování, myšlenky a emoce a nést za něj i za jejich důsledky sám odpovědnost (každý má právo být vlastním rozhodčím ve vlastních životních rozhodnutích).
2. Máme právo nenabízet žádné výmluvy či omluvy ospravedlňující naše chování.
3. Máme právo sami posoudit, zda a nakolik jsme odpovědní za problémy druhých lidí (ten kdo chce nést zodpovědnost za „problémy celého světa“, nakonec nepomůže nikomu).
4. Máme právo změnit svůj názor (pokud se změnou názoru se dostaneme blíže k pravdě, ale i proto, že se nám nějaká věc jednoduše přestala líbit).
5. Máme právo dělat chyby a být za ně odpovědní (kdo nic nedělá, nic nezkazí, ale také nevytvoří).
6. Máme právo říct „já nevím“.
7. Máme právo být nezávislí na dobré vůli ostatních (nejde se zavděčit všem).
8. Máme právo dělat nelogická rozhodnutí.
9. Máme právo říct „já ti nerozumím“ (není naší povinností číst druhým přání přímo z očí a nevyřčené představy plnit na potkání).
10. Máme právo říct „je mi to jedno“ (máme právo nebýt perfektní podle definice někoho jiného). (Pottsovi, 2014)

8.11.3 Asertivní techniky

Podle Vybírala (2005) je asertivita terapeutickou technikou pro naši komunikaci, celou sadou dílčích technik. Podstatou je její věcný a neústupný komunikační styl, ale také tzv. podpůrný vztah k partnerovi v komunikaci a vědomé vyhýbání se komunikačním podrazům, např. uraženému mlčení.

Vybíral (2005) popisuje šest základních technik (doporučení), které byly zformulovány v samých počátcích rozvoje asertivity:

- Vyjadřujte své pocity: To se mi nelíbí.
- Vaše mimika má odrážet, co cítíte.
- Návik nesouhlasu. Nebojte se říct: Ne.
- Technika užívání slova „já“.
- Technika přijímání pochvaly.
- Nebojte se improvizovat a jednat spontánně.

V praxi nejčastěji používané techniky, které vedou k domluvě, ke kompromisu nebo k prosazení svého oprávněného požadavku (Novák, Capponi, 2012):

- využití pozitivní a negativní zpětné vazby,
- asertivní vyjádření ne či ano,
- pokažená gramofonová deska,
- otevřené dveře,
- sebeotevření,
- volné informace,
- negativní aserce,
- negativní dotazování,
- selektivní ignorování,
- přijatelný kompromis.

Pokažená gramofonová deska: tato technika se dá použít všude tam, kde chceme prosadit svůj požadavek. Musí však jít o něco, na co máme nezadatelné právo, nejlépe pokud jsou naše práva definována formálně zákonem či jiným předpisem. Principem techniky poškrábané gramodesky je to, že jasně a jednoznačně definujeme a sdělujeme svůj požadavek. Ať si protistrana říká, co chce, my stále opakujeme svůj požadavek, tak jako jehla přeskakuje na poškrábané gramofonové desce. Nedáme se odvést od našeho problému, nebráníme se, nezdůvodňujeme, že nejsme tak nemožní a špatní a problém jsme nezavinili. Souhlasíme však se vším, co je buď obecnou pravdou, nebo alespoň pravděpodobné. Ať protistrana tvrdí jakékoliv faktické nehoráznosti, říkáme „máte pravdu, mohlo by to tak být“. Jediné, na čem trváme je náš požadavek. Souhlasíme se vším, co je v dané chvíli podružné, a jen v takové maličkosti, jakou je náš požadavek vedeme stále svou. Při prosazování požadavku se však chováme důsledně asertivně. To znamená, že jednáme jako někdo, kdo ví, že právo je na jeho straně, považujeme protistranu za slušného a znalého člověka. Taková osoba nemá jinou motivaci než co nejrychleji unést věci do pořádku. Dáváme jasně najevo, že jsme přišli domluvit jen takovou samozřejmou maličkost. Jsme klidní, uvolnění, protože proč se bát či bubnovat do boje, když o nic vlastně nejde. Výsledkem je předem daný faktickým stavem věci. Po celou „hru“ nesmíme mít strach. Pak totiž k mimoslovním doprovodu sklouzneme k pasivitě, nebo agresivitě. Pokud je náš partner sociálně zdatný, začne reagovat na to, co sdělujeme tělem a ne slovy. Zde je začátek konce našich nadějí. Když dosáhneme svého, tak dotyčnému neřekneme „ale trvalo vám to.“, nýbrž slušně poděkujeme. (Novák, Capponi, 2012)

Umění odmítnout, říct „ne“ bez pocitu viny: pokud neumíme říkat ne, lidé nás brzy dotlačí tam, kde nás budou chtít mít. Budeme dělat věci, které nechceme, a nedělat věci, které chceme. Necháme si vnutit něco co nepotřebujeme, jen abychom se někoho nedotkli. Technika odmítání je zrcadlovým obrazem techniky prosazování oprávněných požadavků. Opět jasně konstatujeme své „ne, děkuji nechci“. Nevysvětlujeme důvody, neomlouváme, nechováme se nejistě a úzkostně. Nenapadáme žádajícího, že si dovoluje něco takového vůbec chtít. V klidu opakujeme své „ne“. Můžeme dát najevo, že chápeme stanovisko druhé strany a uznáváme je, ale pro nás je nepřijatelné. Říkáme „ne“, nichž by z nás čišelo, že máme pocit viny. Nesmíme vypadat jako vztekající se negativistické tříleté dítě. Říkáme-li „ne“, můžeme

si vybrat mezi prostou asertivitou, tj. stojíme si na svém bez jakéhokoliv vysvětlování, nebo empatickou asertivitou. V té můžeme dát najevo, že chápeme partnera a otevřít se natolik, že sdělíme své důvody, proč to či ono nechceme. (Novák, Capponi, 2012)

Umění požádat druhého o laskavost: východiskem je názor, že člověk nemá čekat, až mu jeho přání ostatní přečtou z očí. Má umět poprosit, nemít pocit, že si tím zbytečně zadává. Informace musí odpovídat prosbě, ne rozkazu nebo výčitce. Mezi řádky prosby můžeme formulovat přesvědčení, že náš protějšek je slušný člověk, který rád pomáhá, a tudíž nemá nejmenší důvod nám nevyhovět. Je-li nám vyhověno, pak poděkujeme a dáme najevo radost. Pokud nám vyhověno není, bereme to sportovně a máme radost z toho, že jsme to alespoň zkusili. S variantou odmítnutí počítáme předem. Odmítnutí není důvod, proč se cítit uražený, naštvaný a zklamaný. Ještě horší je přemítat, jak se co nejlépe pomstíme. Platí stejné základní zásady jako u prosazování oprávněných požadavků. Svoje přání definujeme jasně a srozumitelně. Zejména je důležité netvářit se jako poslední z posledních, který vůbec nemá ani naději, natož nárok, aby jeho prosbě bylo vyhověno. Pokud budeme očekávat, že partner nevyhoví, zvyšujeme pravděpodobnost toho, že se stane. To proto, že se do našeho projevu vloudí úzkost a nejistota. (Novák, Capponi, 2012)

Přijatelný kompromis = asertivní mistrovství: dosažení v konsensu v tom, že obě strany získají „své“ hodnoty, je jedním z hlavních cílů nácviku asertivity. Zvláště v kontaktu s lidmi, kteří nám nejsou lhostejní je lépe se domluvit k oboustranné spokojenosti než prosadit svou. Ve většině situací mají svou pravdu obě strany. Člověk by měl umět druhému také naslouchat, respektovat jeho oprávněné požadavky. Někdy náš protějšek vymyslí třetí a pro obě strany výhodnější verzi řešení problému. Pokud nejde o zásadní věc, nebo pokud v průběhu rozhovoru akceptujeme část pravdy našeho protějšku, můžeme přistoupit na nabídku (nebo sami nabídnout) kompromisu. Snažíme se vyřešit problém, ne druhého porazit, prosadit svou za každou cenu. Člověk však ani při nejlepší vůli nemůže dobře vycházet se všemi. Vždy je však vhodné zkusit to po dobrém. Mnozí lidé rozehrávají komunikaci agresivně. Často to jsou úzkostní jedinci, bojící se sociálního kontaktu, někdy s malou sebedůvěrou. Když se k nim chováme přátelsky, dáváme najevo svůj klid a jistotu, většinou se rychle zklidní a dobře spolupracují. (Novák, Capponi, 2012)

Jak na kritiku: kritika je považována za nejúčinnější manipulátor. Manipulovat s druhým se dá nejsnáze, když v nich vyvoláme pocit viny. To se uplatňuje například v tom, že slušnému člověku dělá problémy odmítnout prosbu či nabídku. Ještě horší je, když nás druzí kritizují. Pokud nám nejsou lhostejní, cítíme se ohroženi nejen pošramocněním svého obrazu, ale také nebezpečím ztráty pro nás důležitých hodnot např. budeme vyhozeni z práce atd. Kritiku prožíváme subjektivně jako napadení. Zejména tehdy, když kritik nepoukazuje na nějaké naše omyly nebo chyby proto, že chce věci napravit, ale proto, že se sám cítí bídne. Má sice podvědomou, ale intenzivní chuť předat druhému kousek negativního emočního náboje, který sám v sobě těžko snese. Když nejsme nejlépe naladěni, uleví se nám agresivním činem. Někdo ze vzteku rozbíjí předměty, jiný kritizuje druhé. Cítíme-li se napadení a ohrožení, bráníme se. Nejčastější spontánní reakce na kritiku je obrana agresí, tj. odpovídáme stejně razantní kritikou partnera. Druhou rovněž častou metodou je, že se začneme různě vymlouvat, zdůvodňovat, hledat objektivní překážky. To je obrana pasivní, sdělující „že jsem červ, ale dělám, co můžu, nezašlapávejte mě“. Asertivní přístup v první řadě rozlišuje, zda jde o kritiku oprávněnou, či nikoliv. (Novák, Capponi, 2012)

Jak reagovat na oprávněnou kritiku – negativní aserce: asertivně jednacím člověkem kritika odzbrojuje tím, že s oprávněnou kritikou souhlasí, věc nerozpítává a orientuje se na to, jak věc napravit. Chybovat je totiž lidské a chyba není nic víc a nic míň než chyba. Asertivní reakce tedy vypadá asi takto:

1. Souhlasíme s kritikou.
2. Stručně se omluvíme.
3. Navrhujeme a co nejdříve realizujeme nápravu. To předpokládá, že co nejrychleji uzavřeme diskusi problému našeho prohřešku a dáme se do práce na nápravě.
4. Nehroutíme se, protože víme, že nejsme dokonalí a trochu nedokonalosti velkoryse tolerujeme i druhé straně. Chápeme, že se někdy může člověk i pro banalitu rozzlobit. Předem mu odpustíme výroky, kterých se vůči nám dopustí. Na tyto výroky na naši adresu nereagujeme a důsledně se držíme svého, tj. jak řešit problém, o který opravdu jde. (Novák, Capponi, 2012)

Jak reagovat na neoprávněnou kritiku: na světě neexistuje nikdo, koho bychom nemohli za něco zkritizovat. Příjemnějším proto, že na nějakou věc máme jiný názor než on. Na neoprávněnou kritiku je nejlépe reagovat technikou „otevřených dveří“. Název **technika otevřených dveří** je symbolickým vyjádřením situace, kdy se kritik rozběhne, ale silou vyrazil zamčené dveře. Když k nim přiběhne, proletí jimi, neboť jsou proti jeho očekávání otevřené. Prvním krokem je snaha oddělit ve sdělení kritika to, co je faktem a to, co je jeho subjektivním, často morálním hodnocením dané skutečnosti. Poté souhlasíme s každou pravdou či jen pravděpodobností nebo dokonce tím, co by vůbec bylo na světě možné. Na hodnocení a různé náznaky o naší zkaženosti zásadně nereagujeme. Důsledně se držíme pravdivého popisu našeho chování a tím vyjadřujeme zásadní souhlas. Zásadně se nebráníme ani útokem (agresivně), ani únikem (pasivně). Dále se dotazujeme a zjišťujeme, co je vlastně na našem chování tak špatného, někdy se nám tak podaří partnera vybídnout k tomu, aby nám řekl, co opravdu chce. Důležité je zůstat stále v klidu. Ať bude kritik říkat sebevětší nehoráznosti, musíme se soustředit jen na to, co má v sobě zrnko pravdy a s tím souhlasit. To by mělo kritika dříve nebo později umlčet. Používá-li kritik vulgarismy a urážky, můžeme využít techniku **selektivní ignorování**, kdy nereagujeme na nic, co pro nás nemá informační hodnotu. (Novák, Capponi, 2012)

Dotazování na negativa – **negativní dotazování**: jedná se vlastně o rozvinutí techniky otevřených dveří. Dotazováním na negativa se můžeme o sobě ledacos dozvědět a najít pravý důvod partnerovi kritiky. Kritizovaný využije situace a pokusí se o rozhovor, který hrozí destruktivní hádkou, zvrátit v konstruktivní povídání. Cílem je kritikovi naopak ústa otevřít. Často totiž kritik kritizuje jen proto, že chce něco na našich vztazích změnit. Dělá to ovšem ve vleku negativních emocí. Pokud na dotyčném záležitosti, pokoušíme se touto technikou dostat z něho negativní náboj a přimět ho k věcnému a konstruktivnímu dialogu. Učíme ho tím vlastně asertivitě. (Novák, Capponi, 2012)

8.12 Doporučení pro předcházení konfliktu

Pro snížení rizika vzniku konfliktu v komunikaci s náročným typem klienta je vhodné, aby pracovník dodržoval principy efektivní komunikace:

- Držet se přítomnosti: jde o komunikaci o tom, co je „zde a teď“, o věcech, se kterými můžeme něco udělat v přítomnosti.
- Držet se problému – vyhnout se hodnocení osoby: tzn. vyhýbat se shazování a ironii, srovnávání a vydírání. Stačí konstatovat, v čem je problém a co je třeba udělat.
- Zprostředkovat smysluplnost: podávat především informace, sdělovat pocity a potřeby, omezit příkazy a pokyny, včetně řečnických otázek.
- Dávat prostor: nabízet spoluúčast na řešení nebo možnost volby, vyhýbat se vyhrožování, manipulaci k pocitům viny.
- Zaměřit se na pozitiva: pozitivní motivace je silnější než kritizování a hledání chyb.
- Vztít v úvahu emoce: dát nejdříve najevo snahu o porozumění, jak se druzí lidé cítí, jak se sám jedinec, vyhýbat se srovnávání, zlehčování.
- Při sdělování požadavků šetřit slovy: vyhnout se kázání, litaniím, používat jasné výroky.
- Hlídat si tón hlasu: když nemůže být tón hlasu přívětivý a milý, měl by být alespoň věcný, ne s tónem nadřazenosti a despektu. (Kopřiva, 2006)

SHRNUTÍ

V osmé kapitole se čtenář dozvěděl, jak souvisí reakce jedince na zátěž a jeho obranné mechanismy s jeho komunikační strategií. V kapitole jsou popsány jednotlivé svízelné typy klientů, jak komunikuje, co pravděpodobně prožívá a jaké zásady by měl pomáhající pracovník dodržovat, aby předešel konfliktu. Závěr kapitoly je věnován asertivním technikám, které také mohou přispět ke zvládnutí náročných komunikačních situací nejen se svízelnými typy klientů.

OTÁZKY

- V čem spočívá obtížnost poradenské práce se svízelnými typy klientů?
- Jak se zátěžová situace odráží na komunikaci a chování jedince?
- Definujte jednotlivé svízelné typy a popište vhodné přístupy k jednotlivým typům.
- Definujte pojmy pasivita, agresivita a asertivní chování.
- Jak souvisí asertivní práva s komunikací pracovník – klient?
- Jaké asertivní techniky mohou zmírnit napětí v komunikaci a předcházet konfliktu?

KORESPONDENČNÍ ÚKOLY

1. S jakými dalšími typy náročných klientů se ve své praxi setkáváte? Lze použít některou ze strategií uvedenou v této kapitole? Zpracujte společně s týmem „manuál“ komunikace s typy klientů, které řadíte mezi náročné.
2. Analyzujte konkrétní rozhovor se klientem, který patří k některému z uvedených náročných typů. Uvědomte si a pojmenujte své vlastní pocity, které komunikace s tímto klientem ve vás vyvolává. Pojmenujte případné překážky v komunikaci na všech úrovních a sestavte optimální komunikační strategii s tímto klientem. Oba úkoly zpracujte písmeně a zašlete vyučujícímu ke kontrole.

ZÁVĚREM

Gratuluji studenti, dočetli jste studijní oporu *Sociální komunikace pro pomáhající pracovníky*.

Závěrem je potřeba zdůraznit význam komunikace v profesi pomáhajícího pracovníka. Pomáhající pracovník se denně setkává s klienty, k interakcím dochází i s kolegy z pracovního týmu a dalšími spolupracujícími osobami. Komunikace je tedy stěžejní činností, kterou pomáhající pracovník ve své profesi vykonává. Nepředává však jen informace, ale především navazuje s klientem vztah a dále ho rozvíjí. Komunikace se tedy stává druhem pomoci. Předpokladem pro vznik a rozvoj pozitivního vztahu pracovníka a klienta je vzájemný respekt a úcta. K tomu potřebuje pomáhající pracovník hluboké znalosti a dovednosti z oblasti komunikace, které si osvojuje nejen ve škole, ale především v praxi.

Pokud jste se poctivě zabývali kontrolními otázkami a vypracovávali zadané korespondenční úkoly, věřím, že jste si osvojili nejen teorii, ale i potřebnou praxi. Ze své zkušenosti mohu říct, že zásadní a nejdůležitější strategií nácviku smysluplné a efektivní komunikace s klienty je trpělivé naslouchání.

Přeji vám, abyste se neochuzovali úspěšností a neklidem o obohacující sdělení klientů, respektovali jejich důstojnost a byli tolerantní a ohleduplní k jejich osobnostním specifikám i komunikačním zvláštnostem.

Přeji všem hodně studijních, osobních i pracovních úspěchů.

Autorka

POUŽITÁ LITERATURA A LITERATURA K SAMOSTUDIU

BISHOP, S. *Jste asertivní?* Praha: Computer Press, 2000.

BLÁHA, K., STAŇKOVÁ, M. *Komunikace v praxi. České ošetrovatelství 13, Sestra a právo.* Brno: Národní centrum ošetrovatelství a nelékařských oborů, 2004.

BOBEK, M., PENIŠKA, P. *Práce s lidmi. Učebnice poradenství, koučování, terapie a socioterapie pro pomáhající profese. S úvodem do filozofie práce s lidmi, současné vědy a psychologie.* Brno: NC Publishing, 2008.

DE SHAZER, S., DOLANOVÁ, Y. A KOL. *Zázračná otázka. Krátká terapie zaměřená na řešení.* Praha: Portál, 2014.

DE VITO, J. *Základy mezilidské komunikace.* Praha: Grada, 2001.

GABURA, J., PRUŽINSKÁ, J. *Poradenský proces.* Praha: Sociologické nakladatelství Slon, 1995.

GOLEMAN, D. *Emoční inteligence.* Praha: Columbus, 2011.

HÁJEK, K. *Práce s emocemi pro pomáhající profese.* Praha, Portál 2006.

HARTL, P., HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník.* Praha: Portál, 2000.

HONZÁK, R. *Komunikační pasti v medicíně – Praktický manuál komunikace lékaře a pacienta.* Praha: Galén, 1999.

KALVACH, Z., ONDERKOVÁ, A. *Stáří – Pojetí geriatrického pacienta jeho problémů v ošetrovatelské praxi.* Praha: Galén, 2006.

KELNAROVÁ, J., MATĚJKOVÁ, E. *Psychologie a komunikace pro zdravotní asistenty – 4.ročník.* Praha: Grada, 2009.

KOBĚRSKÁ, P. A KOL. *Společnou cestou. Jak mohou pečovatelé komunikovat s lidmi s demencí.* Praha: Portál, 2004.

KLEVETOVÁ, D., DLABALOVÁ, I. *Motivační prvky při práci se seniory.* Praha: Grada, 2008.

- KOLEKTIV AUTORŮ *Studijní materiál semináře „Od konfliktu k toleranci“ v rámci projektu „Příprava koncepce celorepublikové kampaně proti rasismu v České republice“*. Brno: Brněnský institut rozvoje občanské společnosti TRIALOG, 2000.
- KOPŘIVA, K. *Lidský vztah jako součást profese*. Praha: Portál, 2006.
- KŘIVOHLAVÝ, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme: kapitoly z psychologie sociální komunikace*. Praha: Svoboda, 1988.
- LINHARTOVÁ, V. *Praktická komunikace v medicíně*. Praha: Grada, 2007.
- MATOUŠEK, O. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál, 2003.
- MATOUŠEK, O., KOLÁČKOVÁ, J., KODYMOVÁ, P. A KOL. *Sociální práce v praxi: specifika různých cílových skupin a práce s nimi*. Praha: Portál, 2005.
- MAREŠ, J., KŘIVOHLAVÝ, J. *Komunikace ve škole*. Brno: Masarykova univerzita, 1995.
- MILLER, S.D., BERGOVÁ, I.K. *Zázračná metoda: radikálně nový přístup k problémovému pití alkoholu*. Praha: Portál, 2014.
- NAKONEČNÝ, M. *Sociální psychologie*. Praha: Academia, 1999.
- NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Praha: Grada, 2005.
- NOVÁK, T., CAPPONI, V. *Asertivně do života*. Praha: Grada, 2012.
- NOVOSAD, L. *Základy speciálního poradenství*. Praha: Portál, 2000.
- PARMA, P. *Umění koučovat*. Praha: Alfa, 2006.
- PLAŇAVA, I. *Průvodce mezilidskou komunikací. Přístupy – dovednosti – poruchy*. Praha: Grada, 2005.
- POKORNÁ, A. *Komunikace se seniory*. Praha: Grada, 2010.
- POTTSOVI, C. & S. *Asertivita - umění být silný v každé situaci*. Praha: Grada, 2014.
- ROBB, M., BARRETT, S., KOMAROMY, C. *Communication, relationships and care: a reader*. London: Routledge, 2004.
- ŘEZNÍČEK, I. *Metody sociální práce*. Slon, Praha, 1994.

SCHMIDBAUER, W. *Syndrom pomocníka. Podněty pro duševní hygienu v pomáhajících profesích*. Praha: Portál, 2008.

SLOWÍK, J. *Komunikace s lidmi s postižením*. Praha: Portál, 2010.

SVATOŠ, T. *Sociální a pedagogická komunikace: Teoretická minima a praktické náměty v učitelském studiu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko přírodovědecká fakulta, Ústav pedagogických a psychologických věd, 2005.

TEGZE, O. *Neverbální komunikace*. Praha: Computer Press, 2003.

TIMULÁK, L. *Základy vedení psychoterapeutického hovoru: integrativní rámec*. Praha: Portál, 2006.

ÚLEHLA, I. *Umění pomáhat*. Praha: Sociologické nakladatelství Slon, 2005.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie II. - Dospělost a stáří*. Praha: Karolinum, 2000.

VÁGNEROVÁ, M. *Základy psychologie*. Praha: Karolinum, 2007.

VÁGNEROVÁ, M. *Psychopatologie pro pomáhající profese*. Praha: Portál, 2008.

VENGLÁŘOVÁ, M. *Problematické situace v péči o seniory. Příručka pro zdravotnické a sociální pracovníky*. Praha: Grada, 2007.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2005.

WOODCOCK, R. J. *Specialist Communication Skills for Social Workers*. United Kingdom: Palgrave Maxmilian, 2016.