



Komunikacja w poradnictwie

KS. DR ARTUR ALEKSIEJUK

Znaczenie słowa

Kilka banalnych, aczkolwiek istotnych szczegółów na temat znaczenia słowa

- ❑ Słuchanie zakłada mówienie.
- ❑ Mówienie, podobnie jak słuchanie, jest sztuką.
- ❑ Słowo ma znaczenie, chociaż ostatnimi czasy traci ono swoją pozycję na korzyść obrazu (współczesne pokolenie jest pokoleniem obrazu).
- ❑ Słowo zmusza do wysiłku intelektualnego, zaś obraz wymaga go w niewielkim stopniu
- ❑ Przekaz słowny jest podstawowym kanałem komunikacji
- ❑ Dla efektywnego i profesjonalnego poradnictwa umiejętność właściwego słuchania jest zagadnieniem podstawowym i zasadniczym.

Komunikacja

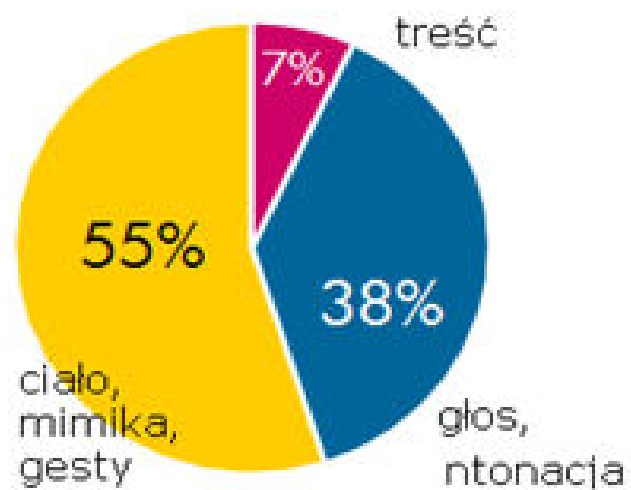
Komunikacja jest procesem ukierunkowanym na przekazywanie informacji i/lub wywoływanie określonych zmian w zachowaniu angażującym co najmniej dwa podmioty

W modelu efektywnego porozumiewania się między ludźmi występują dwie główne czynności: **nadawanie i przyjmowanie informacji**, czyli **mówienie i słuchanie**

Można wyodrębnić następujące podstawowe elementy procesu komunikacji:

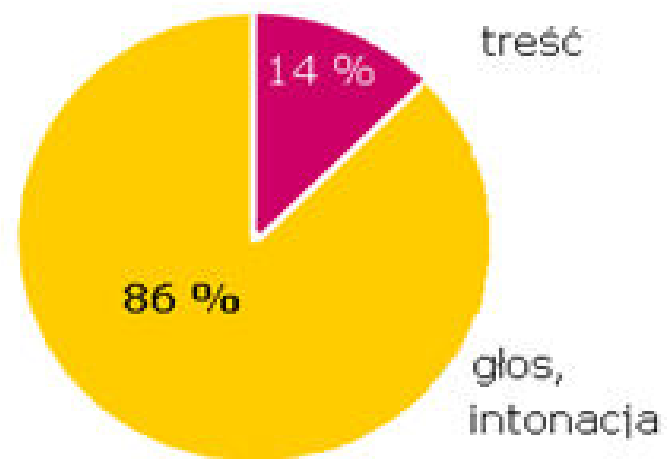
- Nadawca
- Odbiorca
- Informacja (sygnał werbalny, niewerbalny, zachowanie)
- Kanał (środek do przekazywania informacji)
- Szumy komunikacyjne

W komunikacji międzyosobowej każdy jest nadawcą i odbiorcą



komunikacja audiowizualna

Formuła Mehrabiana
55% + 38% + 7%



komunikacja audialna

Poprawna komunikacja to komunikacja w której
intencja zostanie odczytana właściwie, czyli

Interpretacja = intencja

Komunikacja werbalna i niewerbalna

Komunikacja werbalna (wymagania)

- Znajomość języka
- Uwrażliwienie na niejednoznaczne rozumienia niektórych pozornie oczywistych pojęć (np. wierność)
- Precyzja językowa
- Zasób słownictwa
- Dostosowanie słownictwa do poziomu odbiorcy

Komunikacja niewerbalna (funkcje)

- ❑ Wzmacnianie komunikatów werbalnych
- ❑ Ilustrowanie komunikatów werbalnych
- ❑ Zastępowanie komunikatów werbalnych

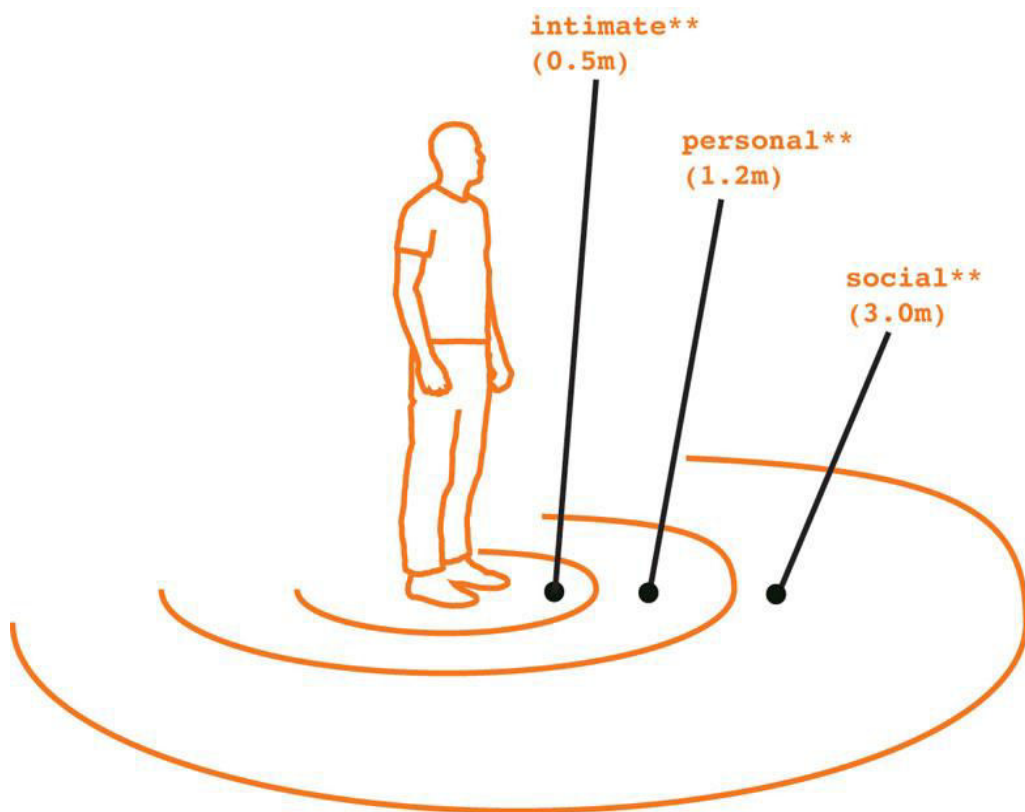
Wymiary komunikacji pozawerbalnej:

- ❑ Mimika - twarz
- ❑ Pantomimika – sposób poruszania się i gestykulacja
- ❑ Relacje przestrzenne (strefy: intymna, prywatna, społeczna)
- ❑ Pozawerbalne aspekty mowy: tembr głosu, intonacja, tempo mówienia i inne

Proksemika

Proksemika zajmuje się przestrzenną odległością między ludźmi, którzy wchodzą ze sobą w interakcje (także w stosunku do siebie), przejawiającym się w kontakcie dotykowym i wzrokowym

Strefy dystansu (wg Edwarda T. Halla Jr.)



- ❑ Sfera intymna (do 0,5 m.)
- ❑ Sfera osobista (między 0,5 m. 1,2 m.)
- ❑ Sfera społeczna (między 1,2 m. a 3,0 m.)
- ❑ Sfera publiczna (powyżej 3,0 m.)

Najważniejszą regułą jest „zachowanie odpowiedniego dystansu” w zależności od tego z kim, gdzie i dlaczego przebywamy

Pytania, które warto zadać

1. Czy zastanawiałeś / zastanawiałaś się kiedykolwiek jak odbierają Twój sposób przekazu inni? Nie tylko co, ale jak mówisz?
2. Na ile spójne są przekazy słowne z tym, co pokazujesz swoim ciałem, głosem, mimiką?
3. Co sądzisz o tym, że tylko 7% przekazu jest związane z tym, co mówisz, a pozostałe 93% to głos oraz mowa ciała? (wg Mehrabiana)

DOKONAJMY AUTODIAGNOZY

Umiejętność:..... (słaba/mocna)

Słuchanie

- ❑ Umiejętne, właściwe słuchanie jest podstawą kontaktu terapeutycznego
- ❑ Podstawą dobrego słuchacza jest **cierpliwość** i **uwaga** jaką poświęca mówiącemu
- ❑ Istotnym ograniczeniem jest tutaj czas, gdyż uwaga i cierpliwość rzadko kiedy mają to samo natężenie w dłuższym czasie
- ❑ Ważnym komponentem dobrego słuchania jest kontakt wzrokowy z mówiącym.
- ❑ Istotne jest wystrzeganie się wykonywania szeregu ruchów ciała (np. drapanie się po głowie, wiercenie w fotelu, odrywanie spojrzenia od mówiącego i przyglądanie się swoim butom lub jakimś przedmiotom będącym w pokoju, bawienie się długopisem itp.)
- ❑ „Mowa ciała” jest sygnałem zainteresowania bądź zniecierpliwienia lub znużeniu słuchacza, który z pewnością zostanie zarejestrowany przez mówiącego i może stać się przeszkodą w utrzymaniu dobrego kontaktu

Poziomy słuchania drugiej osoby:

- ❑ **Ignorowanie**, czyli nie słuchanie tak naprawdę
- ❑ **Udawanie**, że się słucha, czyli słuchanie bez zainteresowania, bo chcesz być uprzejmy / uprzejma
- ❑ **Selektywne słuchanie**, słuchasz tylko pewnych części rozmowy
- ❑ **Uważne słuchanie**, to słuchanie skoncentrowane, uważasz na słowa wypowiedziane przez rozmówcę (nie interpretujesz, po prostu słuchasz)
- ❑ **Aktywne słuchanie** (empatyczne), to słuchanie połączone z chęcią zrozumienia rozmówcy (zamiarów, potrzeb, sytuacji, uczuć) - słuchanie oparte na faktycznym zainteresowaniu rozmówcą.

Dlaczego udajemy, że słuchamy?

- ❑ Stwarzam wrażenie, że jestem zainteresowany/a tym, co słyszę, bo chcę, aby druga osoba mnie lubiła
- ❑ Chcę wychwycić słabości w drugiej osobie, skupiam się na negatywach
- ❑ Chcę uzyskać, wyłapać z rozmowy tylko jedną potrzebną mi informację, ignorując resztę
- ❑ Sam chcę być wysłuchany, więc słucham tylko „jednym uchem” i czekam, aby móc samemu się wypowiedzieć
- ❑ Nie chcę być przez rozmówcę odrzucony
- ❑ Chcę sprawdzić, jak rozmówca zareaguje na moją opinię, czyli chcę go „wyczuć” w ważnej dla mnie sprawie

-
- Nie potrafię odmówić drugiej osobie, czyli być asertywny
 - Myślę, że rozmówca nie ma zbyt wiele ciekawego do powiedzenia
 - Nie interesuje mnie zadanie, opinia i w ogóle rozmówca
 - Manipuluję

Bariery komunikacyjne

Bariery komunikacyjne to leżące w nas samych przeszkody, które nie pozwalają nam słuchać naprawdę, słuchać prawdziwie, słuchać aktywnie

Do najważniejszych barier komunikacyjnych należą:

- ❑ **Porównywanie** - podczas rozmowy próbuję ocenić, kto jest mądrzejszy, bardziej kompetentny, kto ma lepiej
- ❑ **Domyślanie się** – Ja wiem lepiej, co rozmówca chce powiedzieć, rozmówca zaczyna mówić, a ja opowiadam
- ❑ **Przygotowywanie odpowiedzi** - w myślach przygotowuję odpowiedź, już się do niej przygotowuję

-
- ❑ **Filtrowanie** - słucham wybiórczo, szczególnie omijam wypowiedzi krytyczne
 - ❑ **Osądzanie** – od początku negatywnie oceniam osobę, więc raczej nie zainteresuje mnie to, co ma do powiedzenia
 - ❑ **Skojarzenia** - słucham rozmówcy i nagle to, co mówi uruchamia łańcuch skojarzeń w mojej głowie
 - ❑ **Utożsamianie** – cokolwiek powie mój rozmówca, odnoszę się do swojego doświadczenia, przerywam i zaczynam swoją opowieść.
 - ❑ **Udzielanie rad** - zaczynam generować pomysły na rozwiązania, dobre rady, nawet jeśli nie jestem o to proszony / proszona

-
- ❑ **Przekonanie o swojej racji** – robię wszystko w rozmowie, nawet naginam pewne fakty, aby postawić na swoim zdaniu
 - ❑ **„Zmiana toru”** – gdy pewien wątek rozmowy jest niekomfortowy dla mnie, przestawiam rozmowę na „inny tor”
 - ❑ **Zjednywanie** – chcę, aby mnie lubiano, chcę być miły/miła, więc zgadzasz się na wszystko, co mówi rozmówca

Błędy w słuchaniu i komunikacji

- ❑ **Rozkazywanie, nakazywanie, wydawanie poleceń**
 - W tej kategorii błędów mamy do czynienia z autorytetem, pozycją słuchacza.
 - Padają wtedy takie stwierdzenia jak: **„Nie mów tak!”**; **„Powinieneś zdawać sobie z tego sprawę!”**; **„Wróć i powiedz, że jest ci przykro!”**
 - Powyższe polecenia w praktyce zamykają proces komunikacji lub poważnie go ograniczają
 - Są sygnałem dla rozmówcy, że jego dalsze informacje nie mają dla nas znaczenia
 - Dla mówiącego jest to sygnał (niebezpośredni), że w tym samym momencie, kiedy on mówi, wie co i jak należy zrobić.
 - W ten sposób informujemy, że relacja jaka zachodzi między nami nie jest symetryczna

□ Ostrzeganie lub straszenie

- Padają wtedy takie stwierdzenia jak: „Zacznij go lepiej traktować, bo go stracisz”; „Będziesz żałował, jeżeli mnie nie posłuchasz!”; „Tak postępując, będziesz miał kłopoty”; „Nawet sobie nie wyobrażasz, jakie nieszczęście z tego może wyniknąć”
- Jest bardzo możliwe, że z takiego kontaktu osoba odejdzie przepełniona niepokojem, przygnębiona i mniej pewna.

□ Dawanie rad, sugerowanie lub dostarczanie rozwiązań

- Dość częsty błąd początkujących doradców
- Komunikat zaczyna się zazwyczaj od słów: „**To co ja bym zrobił...**”; „**Czemu nie spróbujesz...**”; „**Czy już próbowałaś...**”; „**A może gdybyś...**”; „**Weź i ...**”
- Pojawia się dysproporcja w interakcji pomiędzy mówiącym, a słuchaczem.
- Słuchacz jest ekspertem i znawcą, dostarcza konkretne rozwiązania, które rozmówca powinien wykonać.
- Wzmacnianie w rozmówcy deficytu sprawczości, potęgowanie bezradności
- Błędy tego rodzaju są także komunikatem dla słuchającego, że nie jest on zainteresowany żadnymi dodatkowymi informacjami, gdyż jest zajęty przekazywaniem rozwiązania, a nie słuchaniem

□ Polemizowanie, odwoływanie się do rozumu, pouczanie

- Przy tym typie błędu leży założenie, że klient nie w pełni kieruje się rozsądkiem i logiką, więc naszym natychmiastowym zadaniem jest zwrócenie mu na to uwagi
- Przykłady: **„Wszystko dobrze, ale jednak fakty są inne...”**; **„Tak, ale...”**; **„Przecież na zdrowy rozsądek, to...”**

□ Moralizowanie, przypominanie o obowiązkach

- Przykłady: **„Powinieneś...”**; **„Naprawdę, to należy...”**; **„To jest twój obowiązek jako...”**

□ Osądzanie, krytykowanie, niezgadanie się, obwinianie

- W tej kategorii błędów w słuchaniu w sposób najbardziej bezpośredni jest przekazywana przez słuchacza informacja, że coś jest nieprawidłowego, naganego w tym co słyszy lub nawet (co bardziej groźne), że sam mówiący te słowa jest nie w porządku
- Najczęstszymi przykładami mogą być stwierdzenia takie, jak: **„To jest twoja wina”**; **„Nie masz racji”**; **„Kłamiesz”**; **„Jesteś wyłącznie skupiony na sobie”**

□ Zgadzenie się, chwalenie, potwierdzanie

- Zgadzenie się, chwalenie i potwierdzanie mogą być zachętą do mówienia, wpływać pozytywnie na mówiącego i zachęcać go do dalszych wypowiedzi i podjęcia wysiłku zmiany
- Mogą jednak, w głębszym kontakcie jaki zachodzi pomiędzy doradcą i klientem, być znaczącą przeszkodą
- Dobre słuchanie nie wymaga potwierdzenia czy pochwały „na siłę”
- Błędne sformułowania mają często następującą postać: „**Masz całkowitą rację**”; „**Ja też bym tak właśnie postąpił**”; „**Ty jesteś w porządku**”.

□ Zawstydzanie, ośmieszanie

- Przykłady najczęściej pojawiają się w relacji rodzice - dziecko, także szef-pracownik i są wypowiedzane w obecności innych
- Najczęściej będą to takie stwierdzenia, jak: **„Powinieneś się wstydzić...”**; **„Jak mogłeś tak postąpić...”**; **„Trzeba być kompletnym głupcem, żeby...”**.

□ Interpretowanie, analizowanie

- Ten typ błędów w słuchaniu występuje dość często wśród początkujących doradców
- Przekonanie, iż dysponują już pewną wiedzą psychologiczną uprawniającą do szukania w docierających treściach ukrytego znaczenia może okazać się zwodnicze i brzemiennie w konsekwencjach
- Przykłady błędnych sformułowań: **„Ty naprawdę to wcale tak nie myślisz...”**; **„Czy wiesz, co tak NAPRAWDĘ jest twoim problemem...”**; **„Tylko starasz się wypaść źle w moich oczach, bo przecież...”**.

□ Pocieszanie, okazywanie sympatii, wzmacnianie

- Pocieszenie może być błędem w dobrym słuchaniu, gdyż może to irytować klienta opowiadającego o swoich trudnych przeżyciach, dzielącego się swoim problemem, zmartwieniem
- Okazanie sympatii, pocieszanie może stać się przeszkodą dla spontaniczności wypowiedzi klienta
- W pocieszaniu w trakcie słuchania jest zawarty ukryty komunikat dla doradcy, który w ten sposób daje znać, aby klient nie mówił więcej na dany temat
- Przykłady: **„Nie przejmuj się, nie jest aż tak źle...”**; **„Zobaczysz, wszystko się jeszcze dobrze ułoży...”**; **„Nie martw się, zobaczysz za rok – będziesz się z tego śmiał”**

-
- Sondowanie, przepytywanie (nie mylić z zadawaniem pytań w ogóle)
 - Zadawanie pytań także może ograniczać i zakłócać słuchanie
 - W podstaw stawiania pytań w czasie słuchania oczywiście leży trafne przekonanie doradcy, że dodatkowe pytania pozwolą na lepsze zrozumienie problemu, a tym samym na jego szybkie i efektywne rozwiązanie
 - Jednak tak jak w poprzedniej kategorii błędów, także i tu może dojść do ograniczenia spontanicznego rytmu wypowiedzi
 - Stawiane pytania zmuszają do swoistego zatrzymania się mówiącego, do posłużenia się w większym stopniu umysłem, niż emocjami w swojej wypowiedzi

-
- Czasami pytania mogą być niezwykle zawite, odwołujące się do znacznie wcześniejszych wypowiedzi mówiącego lub też przeintelektualizowane i psychologicznie skomplikowane
 - Przy tego rodzaju błędach możemy wyraźnie zaobserwować przesuwanie się uwagi i znaczenia z klienta na osobę doradcy
 - Istotna jest tutaj umiejętność pracy ciszą
 - Najpopularniejszym i najbardziej nieterapeutycznym pytaniem, które pada przy takich okazjach brzmi: „**Dlaczego?**”

□ Wycofanie, zmiana tematu, żartowanie

- Te błędy są bardzo proste i wyraźnie przekazują od klienta informację, że doradca „nie chcę słuchać dalej”
- Klient dowiaduje się, że jego problem, i to, co mówi, w istocie rzeczy nie jest ważne
- Dość często tego rodzaju błędy spowodowane są lękiem doradcy, który czując zagrożenie wiążące się z tym, co słyszy, próbuje przerwać proces słuchania
- Przykłady wypowiedzi: **„Pogadajmy o tym innym razem”**; **„Jeśli myślisz, że TY masz problem to posłuchaj, co ja ci powiem o sobie...”**; **„Nie martw się, jutro będzie lepiej...”**; **„To, co mówisz, przypomina mi...”**

Warunki dobrego słuchania

- ❑ Przekonanie klienta, że jest ważny dla tego, który go słucha
- ❑ Przekonanie klienta, że doradca darzy go szacunkiem i respektem
- ❑ Słuchanie powinno być odzwierciedlające, tzn., że doradca dokonuje pewnej refleksji intelektualnej, zastanowienia się nad tym, co usłyszał od klienta
- ❑ Doradca stara się zrozumieć to, czego słucha i swe staranie komunikuje klientowi w formie stwierdzenia, a nie pytania
- ❑ Najbardziej doskonałym jest komunikat mający formę przypuszczenia, domniemania odnośnie tego, co słuchacz usłyszał.
- ❑ Doradca zachęca do mówienia

Aktywne słuchanie

- ❑ Sednem aktywnego słuchania jest przede wszystkim prawdziwe zainteresowanie tym co mówi nasz rozmówca
- ❑ Należy skupić swoją uwagę na rozmówcy i spojrzeć na to co się dzieje, co dana osoba mówi, w szerszej perspektywie
- ❑ Konieczna jest otwartość, empatia i „otwarty umysł” na to co słyszymy i możemy zaobserwować
- ❑ Aktywne słuchanie nie występuje w sytuacji kiedy nie jesteśmy zaintrygowani i żywo zainteresowani słowami drugiej osoby

Warunki aktywnego słuchania

- Fizyczna i psychiczna koncentracja na kliencie (właściwy dystans, kontakt wzrokowy)
- Szacunek, partnerstwo
- Nie należy oceniać
- Nie należy uogólniać
- Nie można pozwolić sobie na nadinterpretację
- Należy stworzyć klientowi warunki do wolnej i nieskrępowanej wypowiedzi (nie można sugerować ani manipulować)
- Upewnienie się, czy klient został dobrze zrozumiany (klaryfikacja, parafraza, precyzja)
- Należy mówić „od siebie”, czyli wprost o sobie, wyrażać swoje potrzeby, uczucia i propozycje

Okazywanie uwagi (T-O-P-O-R)

T - jest przypomnieniem, by stanąć **twarzą w twarz z klientem**,

O - przypomina o przyjęciu **otwartej postawy**

P - przypomina, by doradca **pochylił się w stronę klienta**

O - oznacza **kontakt wzrokowy (oko)**

R - stanowi wskazówkę dla doradcy, aby się **rozluźnił**

Techniki aktywnego słuchania

- ❑ Techniki aktywnego słuchania są narzędziami, które pomagają zrozumieć punkt widzenia drugiej strony i wspomagają proces porozumienia pomiędzy rozmówcami
- ❑ Celem użycia tych technik jest budowanie atmosfery zaufania, bezpieczeństwa i otwartości, czyli atmosfery, która sprzyja szczerzej rozmowie

-
- Parafraza
 - Zachęcanie
 - Dowartościowanie
 - Odzwierciedlanie / odzwierciedlanie uczuć
 - Wyjaśnianie/klaryfikacja/precyzowanie/konkretyzowanie
 - Podsumowanie
 - Pytania „otwarte” i „zamknięte”
 - Komunikat „Od siebie”

Parafrazowanie

Parafraza jest powtórzeniem/streszczeniem własnymi słowami wypowiedzi klienta, w celu sprawdzenia zgodności intencji mówiącego z odbiorem doradcy

- Rozwija w nas wrażliwość na klienta
- Utwierdza klienta, że jest rozumiany i słuchany
- Podkreśla zainteresowanie doradcy klientem
- Porządkuje wypowiedzi
- Koncentruje uwagę klienta i doradcy
- Pozwala sprawdzić zgodność odczytu komunikatu z intencją nadawcy
- Pozwala przerwać zbyt długą wypowiedź

Zwroty charakterystyczne dla parafrazy:

- „O ile Cię dobrze zrozumiałem...”
- „Rozumiem, że...”
- „A więc twierdzisz, że ...”
- „A więc sądzisz, że ...”
- „Chcesz powiedzieć, że...”
- „Innymi słowy ...”

Wykraczanie „poza wypowiedź” nie jest już parafrazą!

Korzyści z parafrazowania:

- ❑ Sympatia i szacunek klienta (sygnał, że jest słuchany)
- ❑ Zapobiega złości, łagodzi kryzysy (wycisza emocje, daje czas na myślenie)
- ❑ Zapobiega nieporozumieniom (porządkuje rozumienie doradcy i myślenie klienta)
- ❑ Pomaga zapamiętać informacje
- ❑ Likwiduje lub zmniejsza bariery utrudniające uważne słuchanie

Zachęcanie

Celem zachęcania jest ośmielić, zachęcić klienta, aby włączył się w proces doradczy. W zachęcaniu pomocne są niewerbalne sygnały oraz słowne potwierdzenia komunikujące o tym, że oferujesz mówiącemu swój czas i uwagę

Przykłady:

- ❑ Potakiwanie głową
- ❑ Pochylenie się w kierunku mówiącego
- ❑ Uśmiechanie się
- ❑ Zwroty typu: „aha”, „tak, tak”, itp...
- ❑ „Czy masz ochotę powiedzieć coś więcej?”, „Interesuje mnie to, co mówisz”, itp...

Dowartościowanie

Celem stosowania dowartościowania jest wzmocnienie i docenienie starań, działań, intencji, deklaracji klienta tak, aby podkreślić jego ważność i wartość (np. „*Dziękuję Ci za to, że się ze mną dzielisz tą sytuacją*”)

Dowartościowanie służy:

- Buduje atmosferę zaufania, życzliwości, otwartości i bezpieczeństwa
- Wzmacnia poczucie partnerstwa i współpracy
- Pozwala docenić i podkreślić osiągnięcia, sukcesy, postępy stron
- Wzmacnia stronę słabszą
- Podkreśla postęp w procesie doradztwa

Odzwierciedlenie

- ❑ Upewnia klienta, że jest słuchany przez doradcę
- ❑ Formy: „**Wydaje mi się, że (jakby)...**”; „**Wygląda na to, że...**”; „**Wyobrażam sobie, że...**”, „**Mam takie przypuszczenie (fantazję), że...**”; „**To trochę tak jakbyś nie wiedział(a), co będzie dalej**”
- ❑ Odzwierciedlenie nie powinno być nadużywane i nie każda wypowiedź mówiącego wymaga potwierdzenia
- ❑ Odzwierciedlenie najczęściej powinno dotyczyć jakiegoś całościowego wątku czy tematu poruszanego przez potrzebującego pomocy w czasie sesji porady
- ❑ Jest ono niezwykle użyteczne w odniesieniu do określenia czy nazwania emocji, jakie w danej chwili przeżywa klient

-
- ❑ Odzwierciedlenia pełnią ważną funkcję w procesie słuchania, ponieważ są jednocześnie komunikatem od doradcy o jego zainteresowaniu i aktywnym uczestniczeniu w procesie porady oraz pozwalają na precyzję w określaniu problemu danej osoby czy stanu jej emocji
 - ❑ Umiejętność formułowania i posługiwania się odzwierciedleniami przychodzi z upływem czasu i liczbą odbywanych sesji
 - ❑ Odzwierciedlenie wywołuje u klienta bezpośrednią reakcję, która zostaje natychmiast „wysłana” do doradcy, powiadamiając go jak dane odzwierciedlenie zostało przyjęte
 - ❑ Dlatego, jako natychmiastowa informacja zwrotna, ma ona niezwykle istotne znaczenie dla całego procesu doradztwa i kontaktu w trakcie trwania sesji

-
- ❑ Po pojawieniu się odzwierciedlenia doradca otrzymuje sygnał, czy jego stwierdzenie było trafne i zostało właściwie przyjęte przez mówiącego lub też, czy przeciwnie — było błędne i zaburzyło, a nie ułatwiło proces słuchania
 - ❑ Oczywiście nie istnieją całkowicie pewne sygnały mówiące o trafnym lub błędnym przyjęciu przez mówiącego użytego odzwierciedlenia (np. milczenie wywołane odzwierciedleniem może świadczyć zarówno o tym, że było ono właściwe i akuratne, ale także o tym że było błędne)
 - ❑ Odzwierciedlenie pełni funkcje precyzującą wypowiedzi klienta i jest także sygnałem, że doradca zaangażowany jest w słuchanie, a tym samym czyni ten proces jeszcze bardziej prawidłowym i właściwym

-
- ❑ Szczególnym rodzajem odzwierciedlenia może być metafora lub przysłowie
 - ❑ Używanie metafor czy przysłów jako odzwierciedleń w czasie słuchania opiera się na oczywistym założeniu, że są one w jakimś stopniu znane klientowi oraz zostaną przez niego z łatwością zrozumiane
 - ❑ Często jest tak, że w sposób krótki i lapidarny, świetnie i z wdziękiem oddają one sens i treść tego, co klient stara się opisać i powiedzieć
 - ❑ Korzystanie z nich powinno raczej mieć miejsce w pracy z osobą którą w miarę dobrze poznaliśmy i liczba odbytych z nią sesji jest znaczna
 - ❑ Nieumiejętne korzystanie z metafor i przysłów zamiast pozytywnie wpływać na proces słuchania może go także utrudniać lub zaburzać (kiedy?)

Odzwierciedlenie trafne i nietrafne

Odzwierciedlenie trafne

Zachowanie mówiącego:

- Nie przerywa wypowiedzi
- Potwierdza odzwierciedlenie lub je odrzuca, uściśla i koryguje
- Trafność potwierdza mimika, ekspresja twarzy lub inne zachowanie niewerbalnie lub parawerbalne
- Pochwala doradcy za trafność poczynionej uwagi („brawo”, „dokładnie”, „właśnie tak”)

Odzwierciedlenie nietrafne

Zachowanie mówiącego:

- Przerywa wypowiedź lub zmienia temat
- Przyjmuje postawę wycofującą zaprzecza temu, co powiedział wcześniej
- Niewerbalne zachowania świadczące o wycofaniu
- Długa przerwa, milczenie po usłyszeniu odzwierciedlenia

Odzwierciedlanie uczuć

Odzwierciedlenie uczuć oznacza wyrażenie uczuć i emocji klienta, poprzez przekazanie ich słowami przez doradcę. Celem odzwierciedlenia jest zrozumienie stanu emocjonalnego klienta

Czemu służy odzwierciedlanie?

- Nazywa i ujawnia emocje, uczucia
- Umożliwia klientowi właściwą ocenę swoich uczuć i emocji
- Daje poczucie zrozumienia
- Pomaga zapanować nad emocjami i uczuciami

Wyjaśnianie (klaryfikacja)

Wyjaśnianie (klaryfikacja) to precyzowanie, konkretyzowanie oraz porządkowanie ważnych kwestii, problemów za pomocą odpowiednich pytań. Celem zastosowania tej techniki może być ustalenie najważniejszych tematów w procesie doradczym, diagnoza sytuacji czy diagnoza problemu

- Klaryfikacja często pełni rolę podsumowania**
- Klaryfikacja zaczyna się od słów: „Czy to znaczy, że...”; „Jeśli dobrze cię zrozumiałam to...”**

Czemu służy klaryfikacja:

- ❑ Pozwala zrozumieć problem i jego przyczyny
- ❑ Rozpoznać najważniejsze kwestie
- ❑ Umożliwia zdobycie dodatkowych danych
- ❑ Pozwala sprawdzić czy dobrze zrozumieliśmy intencję klienta
- ❑ Pozwala zweryfikować rozumienie doradcy z intencją klienta
- ❑ Pozwala określić ewentualne rozbieżności
- ❑ Porządkuje przekazane informacje

Podsumowanie

Podsumowanie to zebranie i streszczenie najważniejszych kwestii, informacji, myśli i uczuć, które się pojawiły podczas rozmowy doradczej

Czemu służy podsumowanie?

- Zebranie i prezentacje najważniejszych kwestii sesji doradczej
- Umożliwia wyciąganiu wniosków
- Umożliwia skupienie uwagi na istocie problemu
- Umożliwia ukazanie postępów w procesie doradczym
- Umożliwia korygowanie nieścisłości
- Umożliwia domknięcie określonego etapu /sesji doradczej

Pytania „otwarte” i „zamknięte”

Pytanie otwarte zaczynają się od słów: **JAK, JAKA, JAKIE, CO, KTO, KIEDY, GDZIE.**

Dają one klientowi nieograniczoną dowolność odpowiedzi, a także kontekstu, w jakim opowiada. Takie pytania sprzyjają klimatowi otwartości, zaufania i bezpieczeństwa a ponad wszystko dostarczają więcej informacji o / od klienta

Pytania zamknięte to taki rodzaj pytań, na które można odpowiedzieć jedynie **TAK** lub **NIE**. Często zaczynają się od słowa: **CZY**

Pytania sugerujące to pytania zawierające w sobie oczekiwaną odpowiedź

Komunikat „od siebie” (komunikat typu JA)

- ❑ **Komunikaty „od siebie” (typu JA)** akcentują klienta, jego stan emocji, sytuacji lub zachowań
- ❑ Pozwalają na wyrażanie siebie, ale także w relacji z inną osobą, pozytywne lub negatywne
- ❑ Opisują, co się dzieje ze klientem, gdy...
- ❑ Składają się z dwóch elementów: **opisu wydarzeń i faktów** oraz **opisu reakcji nadawcy**
- ❑ Najczęściej zaczynają się od „**Czuję się...**” lub „**Czuję, że...**”

Powodzenia w komunikacji

