

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

Forår 2008

Temanummer om Forandringsudsagn

Læs i dette temanummer om klientudsagn og forandringsudsagn. Du kan også læse om vores spændende kurser i Den Motiverende Samtale og om en konference i Den Motiverende Samtale i Schweiz

Nyhedsbrevet indledes med temaet forandringsudsagn – god læselyst.

Indledning

Betragt disse to sætninger:

- Jeg vil gerne kvitte smøgerne
- Rygning er bare en del af min identitet

Hvis disse sætninger kommer fra en rygers mund kan vi sige, at det første udsagn taler for en *forandring*, hvorimod det andet udsagn taler for *status quo*. Det første udsagn kalder man i Den Motiverende Samtale for et *forandringsudsagn*, det andet et *status quo udsagn*.

Dette nyhedsbrev omhandler klientudsagn, altså det klienter siger under en samtale. Du vil i dette nyhedsbrev få indsigt i hvordan vi kan inddele klientudsagn og du vil få viden om hvad forandringsudsagn er for en størrelse og hvorfor det er vigtigt at have fokus på forandringsudsagn i motivations- og forandringsarbejdet.

Et af de punkter hvor Den Motiverende Samtale adskiller sig fra andre samtalemetoder, er i sit særlige fokus på det, der, i Den Motiverende

Samtale, kaldes forandringsudsagn (eng.: change talk). Forandringsudsagn er de af klientens egne udsagn, der taler for forandring, jf. første udsagn ovenfor. En del af den forskning der i dag sker inden for Den Motiverende Samtale er rettet mod en øget forståelse for en kategorisering af klientudsagn og fokuserer specifikt på sammenhængen mellem de udsagn en klient giver under en samtale og de forandringer klienten efterfølgende skaber. Og her har man gennem forsøg påvist en klar forbindelse mellem forandringsudsagn og forandringer.

Den Motiverende Samtale og forandringsudsagn

I Den Motiverende Samtale arbejder man ud fra den forudsætning, at der er en direkte forbindelse mellem rådgiverens adfærd, klientens forandringsudsagn og de reelle forandringer klienten skaber efterfølgende.

At der er en forbindelse mellem det klienten siger under en samtale og de efterfølgende handlinger, kommer ikke som den store overraskelse. Se f.eks. nærmere på disse to sætninger udtalt af en ryger:

- Jeg kunne godt tænke mig at holde op med at ryge
- Jeg holder virkelig meget af min morgensmøg

Hvilken af disse to sætninger tror vi der vil komme mest forandring ud af? Den første naturligvis. Denne sætning udtrykker jo et *ønske om forandring*, hvorimod den anden udtrykker et *ønske om status quo*. Som nævnt ovenfor er den første sætning et forandringsudsagn hvor-

imod den anden sætning er et status quo udsagn.

Se nu nærmere på disse sætninger:

- Jeg tror godt at jeg kunne holde op med at ryge hvis jeg besluttede mig for det
- Jeg ved rygning er utrolig skadeligt for mit helbred
- Jeg bliver simpelthen nødt til at stoppe – for mit helbreds skyld

Hvordan skal vi karakterisere disse udsagn? Ja de er jo alle tre udsagn der taler for en forandring og kan derfor kategoriseres som forandringsudsagn: det første udsagn udtrykker en tro på egne *evner* i forhold til at kvitte smøgerne, det andet udsagn udtrykker en *grund* til at holde op med at ryge, det tredje udsagn er udtryk for en erkendelse af nødvendigheden eller *behovet* af et rygestop. Forandringsudsagn er altså udtryk der fortæller noget om klientens

- *Ønsker*
- *Evner*
- *Grunde*
- *Behov*

for at skabe en bestemt forandring.

Klientens udsagn

I Den Motiverende Samtale inddeler man klientens udsagn i to grupper:

- Forandringsudsagn
- Status quo udsagn

Forskning inden for Den Motiverende Samtale har vist, at jo flere forandringsudsagn klienten giver udtryk for i løbet af samtalen, jo mere sandsynligt vil det være at klienten

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

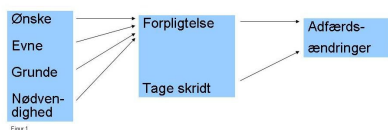
Forår 2008

Temanummer om Forandringsudsagn

skaber reelle forandringer efterfølgende. Omvendt vil en samtale med mange status quo udsagn indikere lav sandsynlighed for forandringer. Og det lyder jo meget fornuftigt, at det er mest sandsynligt at rygeren der i samtalen taler for rygestop og giver udtryk for sit ønske eller nævner flere gode grunde til at stoppe, har større sandsynlighed for at blive røgfri end den ryger, der taler for at fortsætte med at ryge.

I Den Motiverende Samtale inddeler man forandringsudsagnene i 2 hovedgrupper (se fig. 1): I første hovedgruppe finder man klientudsagn der udtrykker:

- *Ønske* om forandringer
- *Evne* til at skabe forandring
- *Grunde* til forandring
- *Behov* for forandring



Disse kaldes før-forpligtelses former for forandringsudsagn. De fører i retningen af forandring, men de udløser ikke i sig selv forandring. At sige at man har et ønske om at gøre noget er ikke det samme som at sige at man gør det. Betragt disse to sætninger:

- Jeg kunne godt tænke mig at blive røgfri
- Jeg kvitter smøgerne nu!

Der er klar forskel i disse to sætningers styrke - styrken fortæller os noget om sandsynligheden for efter-

følgende forandring. Den første sætning forpligter ikke personen i samme grad som den anden sætning forpligter.

I den anden hovedgruppe finder man klientudsagn der udtrykker

- *Forpligtelse*
- *Allerede at tage skridt*

Under forpligtelsesudsagnene falder udtryk som f.eks.: 'Jeg kvitter smøgerne på fredag!', 'Jeg tager medicinen i morgen' og 'Jeg lover at sige sandheden og kun sandheden'. Disse udtryk svarer lidt til at sige 'ja' i kirken – man forpligter sig på nogle konkrete og specifikke handlinger når man udtrykker disse sætninger. Udtryk der falder ind under det allerede at tage skridt, kan være udtryk som: 'Forleden startede jeg på at skære ned på smøgerne', 'Jeg tog min medicin i morges', 'Jeg løb en tur forleden'. Disse sætninger fortæller os, at klienten allerede har taget nogle, måske små, skridt i retning af forandring.

Forskellen på disse to hovedgrupper er forskellen i *styrken* af udtrykkene: sandsynligheden for reelle forandringer er størst for den klient der udtrykker forpligtelses forandringsudsagn. Det er mere sandsynligt at den person der forpligter sig på at kvitte smøgerne eller allerede er i gang med at skære ned på smøgerne, vil skabe forandring og blive røgfri end en ryger der i en samtale 'blot' giver udtryk for et ønske om eller gode grunde til et rygestop.

Måden hvorpå disse forandringsudsagn passer ind i hinanden er oftest den, at bevidstgørelsen og forandringsprocessen starter med de så-

kaldte 'før-forpligtelses' typer af forandringsudsagn. Oftest taler klienter i en samtale jo først om hvad de vil (ønsker), hvorfor de vil skabe en forandring (grunde), hvordan de kan gøre det (evner) og hvor vigtig forandringen er (behov). Jo flere af disse udsagn klienten frembringer i samtalen jo mere sandsynligt er det, at der bliver fyret op under motivationen til forandring og klienten vil forhåbentlig bevæge sig fra før-forpligtelses forandringsudsagn til forpligtelses forandringsudsagn. Stille og roligt opbygges og styrkes forpligtelsen og klienten begynder at tage små skridt i retning af forandring.

I et forsøg fra 2003 fandt man en forbindelse mellem styrken af forandringsudsagn og klienternes efterfølgende forbrug af hash: jo stærkere forandringsudsagnene i samtalen var, jo mere kunne man forudsige et lavere forbrug af hash hos klienten i opfølgingsperioden. I et andet forsøg fra 2004 fandt man ligeledes samme forbindelse mellem klient-samtaler med høj grad af forpligtelsesudsagn og formindsket hashforbrug hos klienten efter 3 måneder. Jo flere forpligtelsesudsagn jo mindre forbrug! Det er det at forpligte sig og det allerede at tage skridt der forudsiger varig forandring.

Klientudsagn og Stages of Change

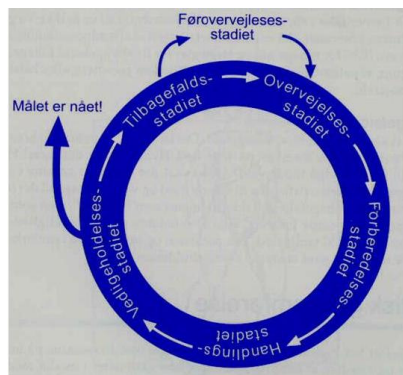
Sammenholder vi inddelingen af klientudsagn i de førnævnte grupper, før-forpligtelses udsagn og forpligtelsesudsagn, med Prochaska og DiClemente's model om forandringens stadier (se fig. 2) vil vi se, at før-forpligtelsesudsagn typisk vil komme fra en klientsamtale, hvor klienten befinder sig i de tidligere stadier (fra overvejelsesstadiet til

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

Forår 2008

Temannummer om Forandringsudsagn

forberedelsesstadiet), hvor forpligtelsesudsagnene typisk vil komme fra en klientsamtale hvor klienten befinder sig i de senere stadier (fra forberedelsesstadiet til handlingsstadiet)



Figur 2

De tidligere nævnte status quo udsagn vil vi ofte støde på ved en samtale hvor klienten befinder sig i før-overvejelserstadiet.

Klientudsagn og motivation

Vi kan også sammenholde inddelingen af forandringsudsagn med Miller og Rollnick's model om motivation og hvor klar man er til forandring (se fig. 3) Den måde Miller og Rollnick arbejder med motivation på, kan man forstå ud fra fig. 3. Miller og Rollnick bruger det engelske udtryk om at være *ready, willing and able* i forhold til hvor klar eller motiveret man er til at springe ud i en given forandring, eksempelvis et rygestop. For at man er klar til at starte et rygestop, skal man for det første se at det er vigtigt at holde op med at ryge. Dette er 'hvorfor' spørgsmålet og her handler det om klientens værdier; eksempelvis helbred eller økonomi. Dernæst skal man, for at være klar til en forandring, også have en tro på at man

kan gennemføre forandringen; evt. et rygestop – ellers kan det jo være omsonst overhovedet at bruge tid og energi på at kvitte smøgerne. Dette er i høj grad 'hvordan' spørgsmålet og handler om synliggørelse af ressourcer og kunne se realistiske strategier for at gennemføre rygestopet. Så der er med andre ord to led i motivationsarbejdet: dels afklaring af vigtighed og dels udarbejdelse af en realistisk strategi for forandring således, at man har en tro på at forandringen er mulig. Hvis ikke det andet arbejde er med i motivationsarbejdet og man kun har hjulpet klienten til at se hvor vigtig en forandring er, men ikke også har hjulpet vedkommende til at se at det er muligt, vil vedkommende ofte foretage en efterrationalisering og sige 'jamen så var det ikke så vigtigt alligevel'. Dette er en naturlig psykologisk reaktion på at skulle leve med den frygt eller frustration det kan være at ønske noget man ikke kan få. Vi kender det fra vores udtryk: 'De er sure sagde ræven om rønnebærrene'. Endelig er der i forhold til motivation hele spørgsmålet om timing og om man overhovedet er klar til at kvitte smøgerne: måske ligger ægtefællen på hospitalet i øjeblikket, så det passer ikke lige ind at forsøge sig

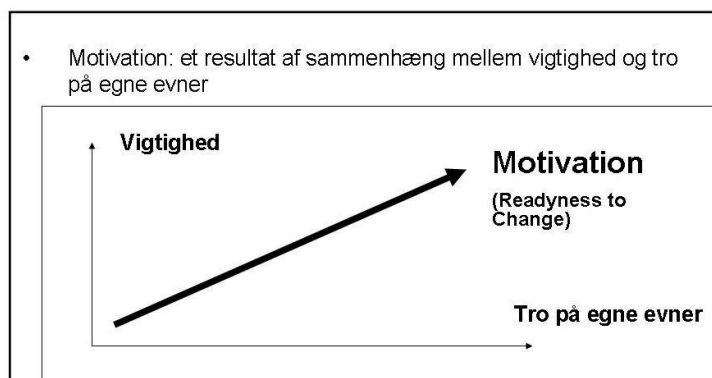
med et rygestop selv om man måske har erkendt vigtigheden og man er sikker på at det kan lade sig gøre under normale omstændigheder.

I relation til forandringsudsagnene ovenfor, kan man forvente at få flere af disse jo vigtigere klienten oplever forandringen. I arbejdet med vigtighed og afklaring af værdier vil klienten udtrykke forandringsudsagn som ønsker, grunde eller behov for forandring. Det er ikke sikkert at den klient der giver udtryk for disse udsagn er klar til at forpligte sig og springe ud i forandringen og udtrykke de stærkere forpligtelsesforandringsudsagn: Betragt sætningen:

- Jeg ønsker virkelig at kvitte smøgerne, men jeg tror ikke jeg kan

Klienten der udtrykker denne sætning har erkendt at en forandring er vigtig, men har ingen tro på at forandringen kan lade sig gøre. Personen er *ambivalent*.

Typisk vil de stærke forpligtelsesudsagn komme fra en klient der er ret afklaret omkring sin ambivalens. Forandringsudsagn fra hovedgruppe 1 kan sagtens komme fra en klient der er ambivalent. Betragt igen



Figur 3

- Motivation: et resultat af sammenhæng mellem vigtighed og tro på egne evner

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

Forår 2008

Temanummer om Forandringsudsagn

sætningen:

- Jeg ønsker virkelig at kvitte smøgerne, men jeg tror ikke jeg kan

Klienten taler både for forandringen og mod forandringen på en og samme tid. Giver det mening? I aller højeste grad.

Klientudsagn og ambivalens

I Den Motiverende Samtale forstår man ikke ambivalens som et udtryk for irrationalitet eller som noget unormalt. Tværtimod ser man ambivalens som en normal ting ved det at være menneske. Vi er ambivalente omkring mange ting og også ofte vigtige ting: vi ser fordele og ulemper ved vores job, vi ser fordele og ulemper ved vores bopæl, ja måske endda vores partner ser vi fordele og ulemper ved. Der er som bekendt fordele og ulemper ved stort set alt hvad vi mennesker foretager os og det at være 100 pct. afklaret om noget, er nok snarere undtagelsen end det er reglen.

Ordet 'Ambivalens' kommer af de to græske ord 'ambi' og 'valens'. 'Ambi' betyder to eller dobbelt, 'valent' betyder gyldighed eller grund. Så ambivalens betyder altså at man har to lige gyldige grunde til at gøre noget. Vi kender det fra rygeren, der både ønsker at stoppe med at ryge, men også holder meget af at ryge. Vi kender det fra alkoholikeren der både kan lide rusen, men samtidig er ked af de konsekvenser forbruget har i forhold til omgivelserne. Og vi kender det fra os selv, når vi ligger hjemme på divaneseeren foran tv'et, og tænker at vi burde tage ud og løbe en tur i stedet for at ligge foran kassen. Men vi bliver liggende...

Ambivalens er altså det, samtidigt at være motiveret i to uforenelige retninger. Ambivalens er derfor ikke et udtryk for at man ikke er motiveret; tværtimod er der dobbelt op på motivationen – man kan lidt kækt sige, at der er *happy hour* på motivation.

Som sådan er ambivalens ikke noget man nødvendigvis skal forsøge at undgå. Men ambivalens kan fastholde en person i en uholdbar situation i længere tid og som sådan, går afklaring af ambivalens forud for ethvert forandringsarbejde hvor en person er ambivalent.

Lad os kigge på den ambivalente ryger: rygeren synes det er dejligt at ryge, men har samtidig nogle bekymringer, der går på helbredet og risikoen for at udvikle kræft. Her handler det i motivationsarbejdet om at hjælpe personen til at blive afklaret omkring sit forhold til rygning. Dette afklaringsarbejde består i afklaring af værdier og ønsker og består i at hjælpe personen til at se, at der evt. er en uoverensstemmelse (diskrepans) mellem handlinger og holdninger: jeg ryger, men jeg ønsker sundhed hvilket på lang sigt er i konflikt med mine holdninger og værdier om et langt og sundt liv. Her vil man gennem Den Motiverende Samtales redskaber (åbne spørgsmål, anerkendende udsagn, reflekterende lytning og opsummering) hjælpe personen til at blive klarere på sig selv og egne værdier, og gennem samtalen hjælpe klienten til at frembringe forandringsudsagn og derved styrke klientens motivation. Jo mere afklaret ambivalensen bliver, jo stærkere forandringsudsagn vil der fremkomme i samtalen.

Hvilken indflydelse har rådgiveren på samtalen

For nogle år siden lavede man et forsøg hvor rådgiveren i en klient-samtale hvert 12. minut skiftede mellem en konfronterende tilgang og en empatisk/forstående tilgang. Resultatet var tydeligt: den konfronterende tilgang fulgtes af modstand fra klienten, hvorimod den empatiske tilgang oftest fulgtes af forandringsudsagn. Så rådgiveren har naturligvis en stor indflydelse på hvad der kommer ud af samtalen og rådgiverens adfærd kan i stor grad modvirke eller fremme forandringsudsagn.

Den rådgiveradfærd som Den Motiverende Samtale bygger på og som fremmer forandringsudsagn er en adfærd der bygger på de klientcentrede principper. Disse principper indebærer specifikt at tage udgangspunkt i klientens situation, perspektiv og ønsker, at understrege klientens autonomi i forhold til forandring, at bevare optimisme og en tro på klientens evner, altid at bede om tilladelse inden man giver sin ekspertviden, at stille åbne spørgsmål og at lytte reflekterende. Fordi forandringsudsagn sjældent fremkommer når klienten er i opposition til rådgiveren, bør man reducere modstanden ved, at undgå konfrontationer, advarsler, trusler og bedrevidende råd.

Den Motiverende Samtale er dybest set en måde at være sammen med et andet menneske på. Den Motiverende Samtale beskriver en metode til et samvær med et andet menneske. Dette samvær bygger på respekt og samarbejde i stedet for konfrontation og bedrevidenhed. Samværet bygger på at stille

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

Forår 2008

Temanummer om Forandringsudsagn

spørgsmål og lytte, snarere end at give svar og løsninger. Og det bygger helt grundlæggende på, at der skal to mennesker til ikke at samarbejde. Vi har ofte tendens til at sige om en person der udviser modstand i en samtale, at denne person ikke samarbejder. Men der er en anden måde at se situationen på: man kan også anlægge det synspunkt at der er en rådgiver der ikke møder klienten der hvor klienten er og netop derfor udviser klienten modstand. Det er ikke kun klienten der ikke samarbejder: det er i høj grad også rådgiveren. Se på følgende situation: en fader rejser sig pludseligt for at tage tøjet af sit 3-årige barn så barnet kan komme i seng. Faderen tager fat i barnet og begynder uden varsel at tage barnets trøje af. Barnet gør modstand og stritter i mod. Faderen siger: 'nej lille-Peter nu samarbejder du ikke'. Pointen er, at det gør faderen heller ikke! Der er ikke kun én person der ikke samarbejder. Man kan ikke samarbejde alene; det ligger jo i selve ordet.

Rådgivere møder ofte klienter der har modstand mod samtalen. Det er tilfældet hvor klienter er tvunget til en rådgivningssamtale. Rådgiveren har ingen indflydelse på hvordan klienten har det når han/hun træder ind ad døren – og her kan klienten udvise utrolig meget modstand i form af diskussion, ligegyldighed, passivitet eller benægtelse. Det rådgiveren har indflydelse på er hvorvidt klienten fortsætter med at have modstand. Og her er udfordringen for rådgiveren at møde klienten der hvor klienten er og arbejde klientcenteret ved at respektere klientens følelser og oplevelser – ellers vil samtalen blive en brydekamp mellem to modstandere og ikke en dans mellem to dansepart-

ner, hvor rådgiveren respektfuldt fører klienten (se fig. 4) Jo mere rådgiveren er i stand til at gå med modstanden, og jo mere empatisk og forstående rådgiveren er, jo mere sandsynligt er det, at klienten undervejs i samtalen vil fremsætte forandringsudsagn.



Figur 4



Evidens

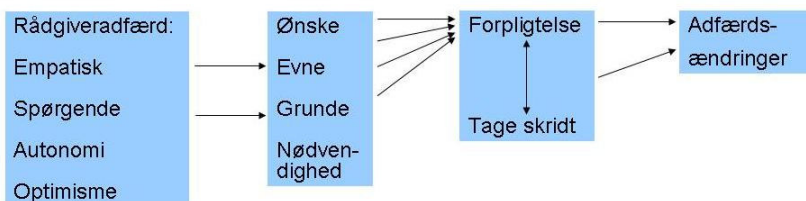
Selv om det er intuitivt at der er en sammenhæng mellem rådgiver adfærd og efterfølgende klientudsagn, findes der ikke meget empirisk evidens der understøtter denne tese. Vi har allerede nævnt et par forsøg og vil nævne et par forsøg mere.

I 2003 blev der udført et forsøg hvor man sporede sammenhængen mellem rådgiveradfærd og mængden af forandringsudsagn fra klienten. Her fandt man en klar sammenhæng mellem sandsynligheden for forandring og en rådgiveradfærd, hvor man understregede klientens autonomi, hvor man spurgte om lov inden man gav sin ekspertviden, og hvor man gav udtryk for sin optimisme i forhold til forandring. I 2005 udførte man et lignende forsøg hvor man ligeledes fandt en

sammenhæng mellem rådgiveradfærd der er konsistent med Den Motiverende Samtale og en umiddelbar forøgelse af sandsynligheden for at klienten ville tale om ønsket for forandring, grundende for forandring, behovet for forandring og troen på forandring. I forsøget afkodede man 38 klientsamtaler for rådgiveradfærd der var konsistent eller ikke konsistent med Den Motiverende Samtale og man afkodede samtalerne i forhold til forandringsudsagn og status quo udsagn. Her fandt man at rådgiveradfærd konsistent med Den Motiverende Samtale afstedkom 183 forandringsudsagn hvorimod rådgiveradfærd der var inkonsistent med Den Motiverende Samtale (konfronterende) kun afstedkom 33 forandringsudsagn. Forsøget viser at den rådgiveradfærd der giver færrest forandringsudsagn er: at give råd uden tilladelse, at konfrontere klienten, at forsøge at styre klienten i en bestemt retning, at advare klienten om hvad der vil ske hvis ikke han/hun ikke laver en forandring. (se fig. 5)

Afslutning

Forskningen viser at der er en forbindelse mellem rådgiveradfærd, forandringsudsagn og klientens forandringer. Derfor påhviler der rådgiveren et stort ansvar. Hvorvidt en klient går fra en samtale motiveret eller ikke motiveret for en given forandring, er i en vis grad afhængig af rådgiveren og dennes adfærd. For



Figur 5

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale

Forår 2008

Temannummer om Forandringsudsagn

rådgiveren handler det om at arbejde klientcentreret, at stille spørgsmål og lytte og være sammen med klienten på en respektfuld måde der bygger på samarbejde.

Selvfølgelig kan man ikke forandre alle. Naturligvis er der personer der ikke er motiveret for en forandring uanset hvad man som rådgiver gør i samtalen. En af pointerne med Prochaska og DiClimetes model om forandringens stadier er jo netop også at vise, hvorfor nogle mennesker ikke forandrer sig: her er svaret ganske simpelt det, at de ikke er motiveret. Modellen kan også bruges til det der er pointen i Den Motiverende Samtale: at møde personen der hvor vedkommende er og matche sine samtalestrategier til hvor klar vedkommende er til en given forandring. Er personen i de tidlige stadier i Stages of Change bør vi som rådgivere gøre noget andet, end hvis personen er i de senere stadier. Som rådgivere må vi til stadighed spørge os selv, hvor klar klienten er til forandring. Og et af de tydelige tegn vi har til at afkode dette er selvfølgelig det klienten siger. Vi har inddelt klientudsagn i hvorvidt udsagnene taler for eller i mod forandring: er udsagnet et forandringsudsagn eller er det et status quo udsagn. Dernæst har vi her inddelt forandringsudsagnene i to hovedgrupper: før-forpligtelses forandringsudsagn (ønsker, evner, grunde og behov) og forpligtelses forandringsudsagn (forpligtelse og at tage skridt). Det klienten siger fortæller os om vi skal arbejde med 'hvorfor' spørgsmålet som f.eks. at afklare klientens ambivalens, om vi skal arbejde med værdier eller om klienten er klar til at tale om 'hvordan' spørgsmålet, der handler om troen på egne evner og udviklingen

af en realistisk strategi og handlingsplan.

Hvis vi som rådgivere lytter og er opmærksomme på det klienten siger, kan vi fremme forandringsudsagn og dermed være med til at opbygge klientens motivation til forandring. Og her kræver det at der er to personer der samarbejder – for man samarbejder aldrig alene.

Forårets kurser

SundhedsCoaching

Igen i dette forår tilbyder vi vores kursus i SundhedsCoaching. Kurset afholdes over 8 dage og er delt op i 4 moduler af 2 dage med en måneds træning mellem hvert modul. Kurset omhandler testede metoder og værktøjer til at arbejde med motivation og til at føre svære samtaler om livsstilsændringer. Teoretisk arbejder vi med Den Motiverende Samtale, Løsningsfokuseret Tilgang og Anerkendende Samtale. Fokuspointet er at arbejde klientcentreret i forhold til at motivere mennesker til forandringer. Kurset er rettet mod alle praktikere der arbejder med motivering af mennesker. Der arbejdes både teoretisk og praktisk med emnerne. Kurset starter med første modul 27-28. marts – der er stadig ledige pladser. Læs mere om kurset på vores hjemmeside.

Den Motiverende Samtale

Derudover tilbyder vi fra 28-30. april vores 3 dages kursus i Den Motiverende Samtale. På kurset lærer du som deltager at arbejde med en klientcentreret tilgang. På kurset lærer du: hvad er motivation, hvordan forstår vi forandring, at afklare ambivalens, at afklare klientens

værdier, opbygge troen på egne evner, at gå med modstanden, at give information og udvikling af en realistisk handleplan. Kurset bygger på høj grad af deltageraktivitet da der både er teoretiske og praktiske øvelser.

Konference i Den Motiverende Samtale

Fra 9-11. juni afholdes i Schweiz en konference om Den Motiverende Samtale. Alle de store navne inden for metoden er samlet: blandt andet kommer forfatterne bag *Den Motiverende Samtale* Miller & Rollnick. Miller taler på konferencen om Den Motiverende Samtale – fortid og fremtidsperspektiver, og Rollnick taler om Den Motiverende Samtale inden for sundheds- og socialektoren. Derudover kommer Moyers og taler om temaet for dette nyhedsbrev: 'hvad får Den Motiverende Samtale til at virke? At udforske klientens sprog som en aktiv mekanisme i Den Motiverende Samtale'.

Læs mere om konferencen her: www.icmi2008.com – konferencen er åben for alle interesserede.

Afrunding

Du kan altid finde masser af spændende artikler og viden om Den Motiverende Samtale på hjemmesiden www.DenMotiverendeSamtale.dk. Har du spørgsmål eller lignende om Den Motiverende Samtale eller indholdet af vores kurser, er du velkommen til at kontakte os på tlf. 4138 0089 eller på mail: gro@implement.dk

Med venlig hilsen
Gregers Rosdahl