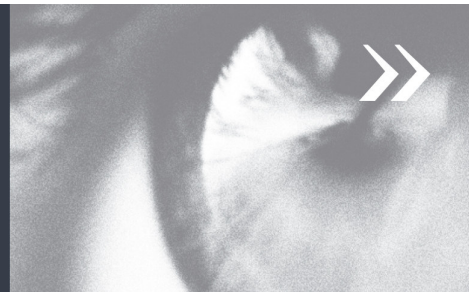


Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



Læs i dette temanummer om motivation som noget, der opstår i relationen mellem klient og rådgiver. Du kan også læse om efterårets spændende kurser i Den Motiverende Samtale og vores SundhedsCoach Uddannelse.

At kommunikere motiverende

Om relationen mellem klient og rådgiver

Sigtet med denne artikel er at redegøre for, hvorledes Den Motiverende Samtale anskuer klientens motivation som et fænomen, der, i en vis udstrækning er afhængig af rådgiverens kommunikationsstil.

Introduktion til Den Motiverende Samtale

Den Motiverende Samtale blev oprindeligt udviklet sidst i 80'erne og først i 90'erne. Samtalemotoden blev udviklet af de to psykologer Miller og Rollnick, der begge arbejdede med adfærdsændringer hos alkoholikere.

Begge erfarede i deres arbejde med alkoholikere, at det er helt afgørende, når man beskæftiger sig med adfærdsændringer, at man tager udgangspunkt i klientens situation og perspektiv og respekterer klientens autonomi. De erfarede, at udgangspunktet for en samtale om adfærdsændringer bedst tages afsæt i klientens eget syn på adfærden, og de forandringer klienten rent faktisk er motiveret for.

Derfor handler det helt grundlæggende som rådgiver om at holde sine egne holdninger til klientens adfærd i baggrunden og respektfuldt arbejde med klientens holdninger og perspektiver. Den Motiverende Samtale arbejder ud fra det synspunkt, at motivationen til adfærdsændringer i bund og grund kun kan komme fra klienten selv. I sidste ende kan man ikke tvinge mennesker til bestemte typer handlinger eller ad-

færdsændringer. Man kan blot prøve at påvirke dem. Nogle af disse påvirkninger er dårlige og varer ikke ved (overtalelse eller tvang), mens andre er gode og varer ved (de der er i overensstemmelse med personens egne værdier og ønsker). Pointen bag Den Motiverende Samtale er den, at hvis man arbejder som rådgiver med at hjælpe andre mennesker til varige forandringer, gør man bedst dette ved at hjælpe disse mennesker til selv at finde deres egne gode grunde til forandringerne.

Den Motiverende Samtale er rettet mod metoder til at fremme klientens egne gode grunde til forandringer.

I forlængelse af dette retter Den Motiverende Samtale sig i mod en beskrivelse af, hvordan relationen mellem rådgiver og klient kan være medvirkende årsag til at fremme motivationen hos klienten. Det forhold, at motivationen i bund og grund kun kan komme fra klienten selv, er det Miller og Rollnick omtaler som *indre motivation*. Mobilisering af indre motivation vil sige, at man som rådgiver hjælper mennesker til selv at finde og formulere deres egne gode grunde til forandringer.

Helt afgørende for Den Motiverende Samtale er spørgsmålet: 'hvor kommer argumenterne for forandring fra?' Kommer argumenterne fra rådgiverens mund eller kommer de fra klientens mund? Den Motiverende Samtale understreger vigtigheden af, at argumenterne for forandring kommer fra den rigtige mund: nemlig klientens.

Udgangspunktet for Den Motiverende Samtale er derfor ikke tvang eller konfrontation, men er derimod forståelse, respekt og empati for klientens syn og klientens ønsker, værdier, perspektiver og mål. Det, at man arbejder ud fra et grundlæggende syn om empati og respekt for klienten, er det Den Motiverende Samtale omtaler som det *klientcentrerede* element i samtalen.

Klientcentreret og styrende

Den Motiverende Samtale udspringer af en ånd om forståelse, respekt og empati for klienten og dennes synspunkter og værdier. Ud af denne ånd er vokset en række teknikker og samtalestrategier, som er Den Motiverende Samtales konkrete værktøjer, og som samtalen styres ud fra. Disse værktøjer styrer og strukturerer samtalen og sikrer, at ånden i Den Motiverende Samtale respekteres.

I den forstand er Den Motiverende Samtale styrende på formniveau.

I det *klientcentrerede* ligger, at man søger at tage udgangspunkt i klientens perspektiv og situation for derved at få klienten til at blive en *aktiv* medspiller og deltager i samtalen. Klienten bliver en aktiv deltager, når klienten får mulighed for selv at formulere sine egne argumenter for forandring, og selv får mulighed for at formulere forskellige løsningsforslag.

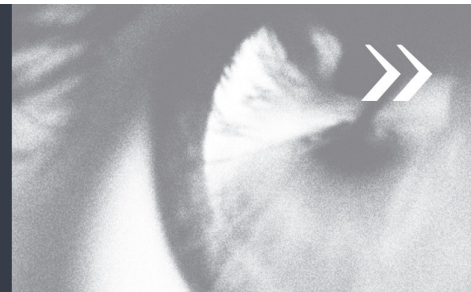
Resultatet af dette er, at der skabes en stor grad af involvering i samtalen og en stor grad af ejerskab hos klienten over for løsningerne. Dermed styrkes motivationen for forandringer hos klienten. På mange måder er det jo paradoksalt, at man ofte oplever i samtaler om adfærdsændringer, at klienten bliver sat i en passiv rolle, hvor han/hun modtager en masse information eller råd og vejledning fra den aktive rådgiver. Rådgivningen kan f.eks. lyde: 'rygning er skadeligt og koster dig i gennemsnit 10 år af dit liv, så derfor bør du kvitte smøgerne'. Det er paradoksalt i den forstand, at klienten bliver holdt passiv i samtalen som modtager af information, og samtidig forventes det, at klienten efterfølgende aktivt selv skal gøre noget for at ændre sit liv.

Den Motiverende Samtale søger at undgå dette paradoks mellem selve samtalsituationen, og det der skal ske efterfølgende –

Klienten skal holdes som den aktive part i samtalen.

IMPLEMENT
ProjektAkademi

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



Dette gør man ved bevidst at arbejde klientcentreret og inddrage klienten i samtalen.

Denne aktivering af klienten sker, som før nævnt, ved at tage udgangspunkt i klientens egne værdier og ressourcer. Det handler jo om klientens eget liv, så det er helt oplagt, at klienten inddrages i samtalen og inddrages i de forandringer, der evt. skal ske i hans/hendes liv.

Den Motiverende Samtale har sin force og styrke i, at der i teknikken er designet en meget klar overordnet ramme og struktur, man som rådgiver kan sætte samtalen ind i og strukturere og styre samtalen efter. Udover denne klare ramme er der også en styrende struktur på det man kunne kalde det samtale-tekniske niveau. På dette niveau er der bevidst et styrende fokus på *reflekterende lytning og opsummering*. Her arbejder man bevidst med at gentage klientens egne gode grunde til at skabe forandringer, fordi der er en forbindelse mellem at høre sig selv tale om fordele ved forandring og motivationen til at skabe reelle forandringer.

Den overordnede ramme for samtalen er designet til at aktivere og involvere klienten mest muligt i samtalen. Rammen indeholder de to elementer: *udforskning af ambivalens og udvikling af diskrepans*. Disse elementer er så at sige det landkort, man styrer efter, når man bruger Den Motiverende Samtale. Sammen med klienten søger man at afklare klientens ambivalens gennem udforskning af fordele og ulemper ved den givne adfærd. Sammen med klienten udarbejder man et såkaldt beslutningsregnskab, hvor man nøje går i detaljer og udforsker fordele og ulemper ved den nuværende adfærd, og fordele og ulemper ved en eventuel ændring af adfærden. Man arbejder sammen med klienten på at klarlægge, om der eventuelt er en diskrepans (uoverensstemmelse) mellem klientens *nuværende* adfærd og klientens *ønskede* adfærd; mellem handlinger og holdninger.

Konkret kunne dette arbejde bestå i, at udforske fordele og ulemper ved en livsstil, der indbefatter inaktivitet og usund kost. Sammen med klienten (der

eksempelvis kunne være en 38-årig familie mor) udforsker man hendes perspektiv på sin livsstil og udforsker de oplevede fordele og ulemper ved livsstilen.

Fordele for klienten kunne være:

- At det er ukompliceret at lave mad
 - At alle i familien kan lide den lidt usunde kost
 - At det er svært at få tid til at træne
- Dette er som bekendt reelle udfordringer mange mennesker står i.

Det er vigtigt, at man som rådgiver ikke bare affejer udfordringerne og siger til klienten: 'du skal bare gøre sådan og sådan...' Hvis en løsning af problemet virkelig var så simpelt, ville du formentlig slet ikke have denne samtale med klienten.

Det er derfor vigtigt, at man som rådgiver forstår og anerkender, at de problemer og udfordringer, der dukker op i en samtale om livsstilsændringer, opleves som reelle og alvorlige for klienten. Derfor er næste skridt at gå videre ind i disse udfordringer og se på, hvad de nærmere handler om, og hvilke værdier og vigtige hensyn de er opstået fra. Det er vigtigt, at man i arbejdet med klientens udfordringer, ikke ser klientens udfordringer som såkaldte 'dårlige undskyldninger'. 'Dårlige undskyldninger', der bliver brugt af en klient, er ikke dårlige undskyldninger, men skal derimod forstås og anskues som en god og meningsfuld handlingsgrund for klienten. I situationen giver den mening for klienten – ellers ville klienten ikke bruge den som grundlag for sin handling.

'Dårlige undskyldninger' skal forstås som legitime og meningsfulde grunde.

Generelt handler mennesker meningsfuldt. Vi er rationelle væsener og har altid en god grund til vores handlinger - set ud fra vores eget perspektiv. En såkaldt 'dårlig undskyldning' skal derfor forstås som en meningsfuld grund til en given adfærd. Hvis man som rådgiver anskuer de meningsfulde grunde, en klient har til en given adfærd, som såkaldte 'dårlige undskyldninger' skyldes det, at man ikke har forstået klientens

opfattelse og oplevelse af sin situation. I denne situation handler det for rådgiveren om, at se på klientens situation med klientens øjne.

I samtalen med vores kvindelige klient her handler de meningsfulde grunde for at leve den livsstil hun gør om, at madlavning gerne må være let og ukompliceret, at maden gerne skulle samle familien og ikke være genstand for konflikter, at træning skal kunne passes ind i en travl hverdag. Da der altid er fornuft og rationalitet bag vores handlinger, handler det for rådgiveren om at finde ind til denne fornuft og rationalitet og finde ud af, hvilke gode grunde klienten har til sin adfærd, og hvilke vigtige hensyn denne adfærd varetager. Hvis ikke der tages hensyn til de vigtige hensyn de 'dårlige undskyldninger' varetager, kan der ikke skabes varige forandringer. En ændring, hvor disse ikke er medtænkt, er uholdbar i længden.

Tilbage til vores eksempel: ulemperne ved den pågældende livsstil kunne handle om, at klienten ser

- At den usunde livsstil fører til overvægt
- At hun ofte føler sig uoplagt
- At børnene lærer dårlige vaner og bliver overvægtige
- Osv. osv.

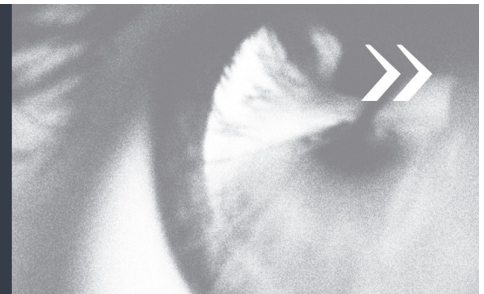
Disse emner ville man gå nærmere ind i og udforske, hvad det betyder for klienten, at hun føler sig overvægtig? Hvilken betydning det har for hende, at hun er uoplagt? Hvilken betydning det har for hende, at børnene lærer dårlige vaner og bliver overvægtige? Igen er det vigtigt, at man arbejder klientcentreret og udforsker *klientens eget perspektiv* på disse ting.

Det handler altså ikke om, at rådgiveren videregiver *sin* information om fordele og ulemper ved den givne adfærd. I stedet handler det om, at rådgiveren udforsker klientens perspektiv og oplevelser omkring fordele og ulemper i forhold til den givne adfærd.

Denne udforskning består i nysgerrigt og respektfuldt at samtale med klienten. Og den vigtigste evne i denne proces er at kunne lytte og spørge.

IMPLEMENT
ProjektAkademi

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



Man styrer altså ikke *klienten* hen mod en bestemt beslutning eller adfærd men søger at styre *samtalen* på en sådan måde, at man hjælper klienten til at tænke over sine handlinger i forhold til sine holdninger, værdier og ønsker, således at man hjælper klienten til at blive afklaret og eventuelt klogere på sig selv.

Det styrende element i Den Motiverende Samtale handler således om formen og retningen i samtalen og ikke om et konkret indhold eller et bestemt resultat for samtalen – fx at klienten skal ændre adfærd.

Spørgsmål frem for svar

I tråd med det klientcentrerede er det derfor ikke rådgiverens opgave at give svarene på, hvad klienten bør gøre. Derimod er det rådgiverens opgave at stille berigende spørgsmål, der muliggør, at klienten selv kan give svarene på, hvad han/hun bør gøre. Dette er for mange rådgivere en ny og uvant relation. Normalt er man jo som rådgiver ekspert indenfor et område, hvor man videregiver information til den mere eller mindre uoplyste klient.

Når man anvender Den Motiverende Samtale, indtager man som rådgiver nærmest en modsat rolle.

I Den Motiverende Samtale er det, lidt populært sagt, klienten der er eksper-ten, og rådgiveren der er den spørgen-de.

Det er vigtigt, at man som rådgiver gør sig bevidst om, hvad ens *genstandsområde* er, og hvad det er, man rent faktisk er ekspert indenfor. Man er som rådgiver aldrig ekspert i, hvad klienten *bør* gøre eller er motiveret til at gøre. Det er klienten, der er eksper-ten i, hvad han bør gøre, og hvad han er motiveret til. Rådgiveren er ikke ekspert på det *normative* område, men er ekspert på det *deskriptive* område. Som rådgivere er vi eksperter på objektive forhold som fx de langsigtede konsekvenser af rygning. Eller risikofaktorerne ved diabetes. Rådgiveren er også ofte ekspert i, hvad

andre i samme situation som klienten har haft held med at gøre i forhold til at ændre adfærd. Rådgiverens ekspertise kan i denne forbindelse inddrages i samtalen og bruges til inspiration for klienten i forhold til at tænke nye løsningsmuligheder.

I Den Motiverende Samtale stiller rådgiveren langt flere spørgsmål, end han/hun giver svar. Den spørgende rådgiver stiller spørgsmål som: 'hvordan har du det med din rygning' frem for på forhånd at dømme, at klienten bør ændre sin livsstil. Den spørgende rådgiver spørger: 'hvordan har du det med, at du har diabetes? Hvad får det dig til at tænke?' frem for at fortælle klienten, at han bør eller skal ændre livsstil.

Parathed til forandring = Vigtighed og Tro på egne evner

Ved hjælp af spørgsmål og afklaringen af ambivalensen finder man i samarbejde ud af, om klienten overhovedet synes en forandring er vigtig, eller om klienten måske mangler tro på, at han/hun er i stand til at ændre sin livsstil.

Rollnick lavede i 1997 et forsøg, hvor han spurgte en række rygere, hvor *parate* de følte de var i forhold til at stoppe med at ryge. Han bad dem om at vurdere deres parathed til forandring på en skala fra 1 til 10. Rollnick opdagede her, at to personer kunne befinde sig samme sted på denne parathedsskala og dermed være lige parate til at stoppe med at ryge, *men af vidt forskellige grunde.*

To personer kan være lige parate til at ændre adfærd men have vidt forskellige behov i forhold til at styrke deres parathed.

Nogle af rygerne i forsøget befandt sig på et 7-tal på skalaen, og mente de var rimelig parate til at stoppe, fordi de syntes, det var ret vigtigt for dem at stoppe. Men de var ikke 100 pct. klar til at forsøge sig med en adfærdsændring, da de på den anden side ikke havde en

særlig stor tro på, at de rent faktisk kunne gennemføre et rygestop. Andre af forsøgets rygere befandt sig også på et 7-tal på skalaen, men af andre årsager: de anså det ikke som særligt vigtigt at ændre adfærd nu og her. Omvendt var de ret sikre på, at de rent faktisk kunne ændre adfærden, hvis de virkelig besluttede sig for at kvitte smøgerne. Disse to grupper var altså lige parate til at stoppe med at ryge. Men de havde forskellige grunde til deres parathed og havde derfor forskellige behov. Det, der hæmmede den ene gruppe i forhold til at være 100 pct. parate til at kvitte smøgerne, var manglen på *troen på egne evner*. Det, der hæmmede den anden gruppe, var manglen på oplevet *vigtighed*.

Parathed og motivation til forandring forstås derfor i Den Motiverende Samtale som en størrelse, der er afhængig og påvirkelig af to faktorer: vigtighed og troen på egne evner.

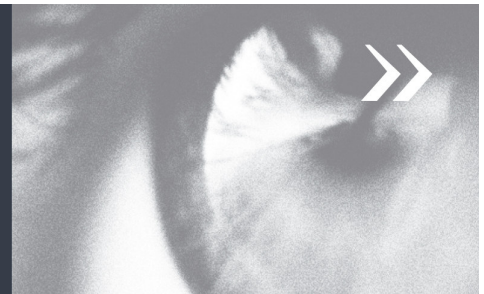
I forhold til at styrke klientens parathed til forandring er det derfor vigtigt, at man som rådgiver ved, hvor klienten har sine behov. Som rådgiver må man orientere sig i forhold til, om man skal arbejde med vigtighed og afklaring af værdier, eller om man skal arbejde med at styrke klientens tro på egne evner. Her skal den motiverende rådgiver være fleksibel og kunne arbejde klientcentreret: det nytter ikke noget at tale mulige strategier for rygestop med en ryger, der ikke har set vigtigheden af at stoppe med at ryge.

Elementerne i en forandringsproces

Det er jo heldigvis således, at mennesker forandrer sig. Langt de fleste af de mennesker, der holder op med at ryge eller kommer ud af problemer med alkohol og stoffer, gør det faktisk uden om det offentlige system og uden formaliseret behandling. Og langt de fleste af de mennesker, der taber sig, gør det jo også uden om behandlingssystemet. Forskning inden for motivationsfaktorer i forhold til adfærdsændringer viser, at

IMPLEMENT
ProjektAkademi

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



der er flere faktorer, der er fælles for de personer, der lykkes med at forandre adfærd:

- *Støttende struktur.* De fleste af de der ændrer adfærd fortæller, at de har fået støtte af den ene eller anden art af venner, kollegaer eller familie. Mange rygere hjælpes ad, når de skal stoppe med at ryge og forsøger at kvitte smøgerne sammen med andre rygere.
- *Tro på egne evner.* De fleste fortæller også, at der er en klar forbindelse mellem egen tro på egne evner og resultatet af indsatsen. Hvis ikke man selv tror på, at man vil lykkes med forandringen og fx blive røgfri, virker det som en selvopfyldende profeti, og man gennemfører ikke sin forandring.
- *Andres tro.* Forbindelsen mellem tro og succes begrænser sig ikke kun til klientens egen opfattelse: hvis man som rådgiver har den overbevisning, at klienten vil kunne gennemføre en given forandring, vil der være større sandsynlighed for, at klienten selv tror på, at det kan lade sig gøre. Mange af de personer der lykkes med at ændre adfærd fortæller også, at det er vigtigt at venner, familie og kollegaer udtrykker deres tro på, at man kan gennemføre forandringen.

I forhold til det sidste punkt er pointen den, at den måde, vi taler til klienten på, er helt afgørende for klientens succes.

Sandsynligheden for, at der sker forandring efter en samtale mellem rådgiver og klient, er stærkt påvirket af den interpersonelle interaktion mellem rådgiver og klient.

Forholdet mellem tro og succes

Forholdet mellem tro og succes er påvist i en lang række forsøg:

- *Placebo effekten:* placebo er i dag dét medicin testes i forhold til fordi selve forestillingen om, at man nu får det bedre pga. medicinering, i sig selv fører til en positiv effekt. Man tester derfor altid ny medicin i forhold til placebo.
- *Rosenthal effekten:* dette er en af de mest kendte og testede forbindelser mellem tro og resultater. De såkaldte

Rosenthal studier lavede man i amerikanske skoler, hvor man påviste, at der er en klar forbindelse mellem en undervisers tro på elevernes formåen, og elevernes faktiske formåen. Et af mange forsøg gik ud på, at man satte en ny lærer ind i en klasse og oplyste denne lærer om, hvem der var de gode elever og hvem der var de dårlige elever. Rent faktisk var inddelingen af disse grupper tilfældig og havde intet hold i virkeligheden. Men faktisk skete der det at efter et år, var den gruppe, læreren troede var de gode elever, gået markant frem i forhold til året før, mens den gruppe, læreren troede var de dårlige elever, var gået markant tilbage.

Samme forbindelse er fundet mellem rådgivere og klienter, hvor man på forhånd har oplyst en rådgiver om, hvilke klienter man mente havde stor sandsynlighed for forandring. Denne gruppe af klienter var mod rådgiverens vidende tilfældigt udvalgt, men på trods af dette viste det sig, at de havde en større succesrate, end de klienter rådgiveren fik oplyst var de 'tunge' klienter.

- *Hawthorne effekten:* Hawthorne studierne fandt sted tidligt i 1900-tallet, og her påviste man, at den positive opmærksomhed, man gav en gruppe på en arbejdsplads, i sig selv forbedrede gruppens motivation og effektivitet. Med andre ord er den indstilling både klient og rådgiver har overfor sandsynligheden for, at forandringen lykkes af stor vigtighed.

Motivation opstår i samspil

Ordet 'motivere' stammer fra det latinske *movere*, som betyder *at sætte i bevægelse* eller *at virke på*. Den Motiverende Samtale har som sit absolutte fokus spørgsmålet om: hvordan hjælper man klienten til at bevæge sig i den retning han/hun ønsker? Hvordan kan man arbejde med klienten, så klientens motivation styrkes? Hvordan faciliterer man udvikling?

I Den Motiverende Samtale pointeres det, at måden, man kommunikerer med klienten på, kan gøre det mere eller

mindre sandsynligt, at klienten ændrer sin adfærd.

Anlægger man en konfronterende rådgivningsstil: 'hvorfor har du ikke kvittet smøgerne endnu?' eller 'du bør stoppe med at drikke alkohol nu!' vil man ofte møde modstand hos klienten, og motivationen til forandring hos klienten mindskes. Anlægger man derimod en mere empatisk og forstående rådgivningsstil, øger man sandsynligheden for, at motivation til forandring opbygges.

Motivation er således noget, der kan opbygges eller mindskes i *samspil* mellem klient og rådgiver. Det er denne forståelse af *motivation som en relationel størrelse* mellem klient og rådgiver Den Motiverende Samtale er udviklet til at håndtere.

Vores normale opfattelse af motivation er den, at motivation er noget der er isoleret hos klienten. Den Motiverende Samtale tilbyder en anden forståelse af motivation, hvor man forstår motivation som noget, der er mellem klient og rådgiver. Og dette giver naturligvis en anden forståelse af, hvad rådgiverens rolle er, og hvad klientens rolle er.

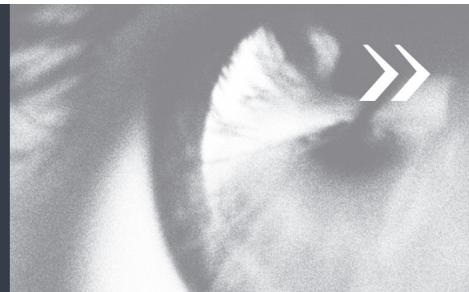
Den Motiverende Samtale arbejder ud fra den pointe, at *konteksten* for samtalen er vigtig.

Det interpersonelle mellem klient og rådgiver er af afgørende betydning i forhold til at fremme motivation hos klienten. Motivation anses i Den Motiverende Samtale som en størrelse, der kan styrkes eller mindskes som følge af, hvordan rådgiveren kommunikerer med patienten. Undersøgelser og forsøg viser netop, at en konfronterende rådgivningsstil giver større frafald til opfølgingsmøder end en empatisk og klientcentreret rådgivningsstil. Forsøg viser, at der kan ses en klar sammenhæng mellem rådgiverens konfronterende udsagn i en samtale og alkoholiserede klienters alkoholindtag helt op til et år efter en samtale, hvor man benytter sig af en konfronterende samtalestil.

Jeg hører ofte rådgivere sige, om en klient, der ikke ønsker at ændre adfærd,

IMPLEMENT
ProjektAkademi

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



at klienten ikke er samarbejdsvillig! Det er i mine øjne en mærkelig påstand, da der som bekendt skal to personer til ikke at samarbejde. Som rådgiver bærer man et medansvar for samarbejdet i samtalen, og man har et ansvar for, hvorvidt klienten går fra samtalen motiveret eller ikke motiveret til at ændre adfærd.

Relationen er den mindste enhed

I den traditionelle psykologi forstås personlighedsbegrebet på en sådan måde, at man går ud fra

- 1) at personligheden består af nogle meget *stabile træk* og
- 2) at vi består af noget *grundlæggende*, som udgør vores personlighed.

Personligheden forstås som

- 3) den sammenhængende helhed der binder personens forskellige træk sammen i en *konsistent størrelse*.

Derudover mener man

- 4) at kunne se en klar *sammenhæng mellem adfærd og personlighed*. Personligheden ses som den størrelse, der bestemmer en persons adfærd.

Den Motiverende samtale gør på væsentlige punkter op med denne traditionelle forståelse af personlighedsbegrebet:

1. For det første opererer man i Den Motiverende Samtale med en forståelse af personligheden som en størrelse, der er afhængig af tid og sted. En klient er ikke bare motiveret i sig selv; klientens grad af motivation og parathed til forandring er i stor grad afhængig af rådgiverens kommunikationsstil. Motivation er en størrelse, der styrkes/mindskes i interaktion mennesker imellem.
2. Klientens personlighed er derfor ikke noget, der blot er *der* uafhængigt af tid og sted: motivation hos en klient er ofte noget, der forudsætter og spiller sammen med tilstedeværelsen af andre personer: en rådgiver, venner, familie osv. Personligheden skabes derfor i nogen grad i kommunikationen og interaktionen mennesker imellem. Man kan ek-

sempelvis kun være dominerende i forhold til andre mennesker, ligesom man kun kan være gavmild i den udstrækning, der er nogen at være gavmild i forhold til. Og vi er dominerende over for nogle og ikke andre, ligesom vi er gavmilde over for nogle og ikke andre.

Mennesker er ikke bare *i sig selv* og helt grundlæggende det ene eller det andet.

3. Begrebet om ambivalens afslører det forhold, at vi mennesker sjældent er konsistente i forhold til vores ønsker, drømme og handlinger. Forståelsen af mennesket som ambivalent viser, at vi ofte har motiver, der leder os i to uforenelige retninger: 'jeg vil ryge, og jeg vil ikke ryge', 'jeg vil spise god mad og dase på sofaen, men jeg vil også leve sundt'. Mennesket er sjældent en 100 pct. konsistent størrelse, men er ofte motiveret i to eller flere forskellige og indbyrdes inkonsistente retninger. Jeg taler ofte med klienter, der siger, at de ikke er motiverede til at leve sundt. Det vi hurtigt opdager i løbet af en motiverende samtale, er, at de faktisk er yderst motiverede til at leve sundt - men at de også samtidig er motiverede til at ligge på sofaen og spise flødeskumskager. Sigtet med afklaring af ambivalens og udvikling af diskrepans er at finde en vej, der imødekommer ambivalensen, og finde en løsning der imødekommer de behov, der afstedkommer ambivalensen. Arbejdet med ambivalensen i Den Motiverende Samtale bygger på, at vi ikke har en personlighed, der er 100 pct. konsistent.

4. At slutte fra at en person ikke stopper med at ryge til, at denne person ikke er motiveret til at holde op med at ryge, er en fejlslutning. Det eneste vi kan slutte fra, at en person ryger, er, at denne person er motiveret til at ryge! Pointen omkring ambivalens viser, at rygeren også sagtens (og oftest) er motiveret til ikke at ryge: der er ofte dobbelt op eller *happy hour* på motivation. Den Motiverende Samtale viser, at mennesker kan være motiveret i to uforenelige og inkompatible retninger på en og samme tid. Derfor kan man ikke blot slutte fra adfærd til personlighed.

Inden for den systemiske og socialkonstruktivistiske retning arbejder man ud

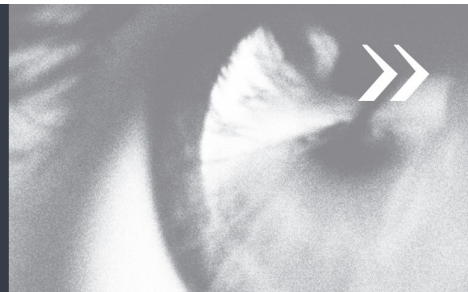
fra den grundsætning, at *relationen er den mindste enhed*. I dette ligger der den pointe, at personers identitet og handlinger dannes i samspil med de omgivelser og relationer, de indgår i. En 'hjælpsom person' kan kun være hjælpsom i samspil med og i relation til andre mennesker. Det samme gælder en 'dominerende kollega'. Pointen er den, at i nogle kontekster er personen dominerende og i andre ikke. Inden for den systemiske forståelse arbejder man ud fra, at vores identitet og karaktertræk i sidste ende er afhængige af og et resultat af de relationer og kontekster, vi indgår i.

I Den Motiverende Samtale anses relationen mellem klient og rådgiver ligeledes som den mindste enhed: klienten er oftest ikke bare motiveret *per se*. Klientens motivation er i vid udstrækning afhængig af rådgiverens måde at håndtere rådgivningssituationen på. Derfor er det vigtigt, at man som rådgiver er sig det ansvar bevidst, og påtager sig en del af ansvaret for klientens motivation. Som rådgiver har man et ansvar for at sikre, at klienten får de bedste betingelser og rammer til at tænke over sit liv og til at finde sine egne motiver til eventuelt at ændre adfærd. Følger man ånden i Den Motiverende Samtale, har man som rådgiver gjort sit til at sikre de bedst mulige betingelser for, at klienten kan tænke frit om sin livsstil, og selv finde sine gode grunde til eventuelt at ændre sin livsstil.

Udgangspunktet for Den Motiverende Samtale er spørgsmålet: 'hvordan kan rådgiveren skabe en relation, som klienten kan bruge konstruktivt?' Svaret på dette spørgsmål er, at rådgiveren bør indtage en position i forhold til klienten, der bygger på en empatisk forståelse, hvor rådgiveren ser klientens verden med klientens øjne, således at klienten ikke møder fordommelse men accept. Carl Rogers skriver i 'On becoming a person', at mennesker generelt udvikler sig bedst under denne empatiske relation, uanset om det drejer sig om forældres forhold til børn, underviseres forhold til elever eller lederes forhold til sine ansatte. Rogers pointe er den, at enhver hjælperelation, der bygger på

IMPLEMENT
ProjektAkademi

Nyhedsbrev fra Den Motiverende Samtale Sommer 2008 Tema: Motivation og Kommunikation



principper om forståelse og empati, skaber mere ansvar, kreativitet, samarbejde og motivation hos den anden. Og det er jo netop det, resultatet af enhver motiverende samtale bør være.

Hvis du vil vide mere om forholdet mellem rådgiver og klient, kan du evt. læse vores nyhedsbrev for foråret 2008 – her gennemgås et konkret forsøg, hvor man har gennemanalyseret 38 klientsamtaler for at finde ud af, hvilken rådgiveradfærd der statistisk set har den bedste indflydelse på klientadfærd. Pointen er her, at egenskaber som empati, at stille spørgsmål, at udvise tro på klientens ressourcer og at understrege klientens autonomi er de 4 stærkeste adfærdsmønstre en rådgiver bør udvise.

Efterårets kurser

I efteråret og til vinter tilbyder vi to kurser: et 3-dages kursus i Den Motiverende Samtale og vores SundhedsCoach Uddannelse, der kører over 4 moduler af 2 dage.

Begge kurser har fokus på arbejdet med at motivere mennesker til forandringer.

Vi arbejder med forskellige teorier som Den Motiverende Samtale, Løsningsfokuseret Samtale, Anerkendende Samtale og Systemisk teori.

Begge kurser er koncentreret omkring implementeringen af metoderne i deltagerens egen hverdag og praksis. Derfor er undervisningen lagt an på en stor grad af deltagerinvolvering og praksistræning. Undervisningen veksler mellem kortere teoretiske indlæg, praktiske øvelser og eksempler, diskussioner og videodemonstrationer.

Læs evt. mere om vores kurser på www.DenMotiverendeSamtale.dk

Train New Trainer kursus

Fra 15-19. september afholdes en Train New Trainer uddannelse i Sverige, så har du lyst til at opnå undervisningskompetence i Den Motiverende Samtale og dermed være med til at udbrede metoden, kan du her få de nødvendige værktøjer til at blive klædt på til at lære

andre Den Motiverende Samtale. Læs mere her:

<http://www.symposium.se/tnt.html>

Nyt på hjemmesiden

Vi har lagt et par nye redskaber ud til fri download. Det ene værktøj omhandler trigger situationer og hjælper til at overveje mulige strategier i forhold til disse. Det andet værktøj retter sig mod afklaring af ambivalens i forhold til kost. Og derudover har vi lagt en lille oversigt over Den Motiverende Samtales væsentligste værktøjer og pointer. Værktøjerne kan downloades her:

<http://www.denmotiverendesamtale.dk/TilPraktikere.html>

Du kan altid finde masser af spændende artikler og viden om Den Motiverende Samtale på vores hjemmeside 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

IMPLEMENT
ProjektAkademi