

## Mi a motivációs interjú?

A motivációs interjú módszerét eredetileg szenvedélybetegek terápiájában alkalmazták, mára azonban már szélesebb körben használják, pl. dohányosokat, társfüggőket, nemi erőszakot elkövetőket, evési zavarban és mentális betegségben szenvedőket segítő munkában is. A motivációs interjú különösen abban segít az ügyfélnek, hogy felismerje a jelenlegi vagy potenciális problémáit és tegyen valamit a megoldásuk érdekében. A módszert William R. Miller, az albuquerque-i Új-mexikói Egyetem professzora fejlesztette ki az elmúlt több, mint 30 év során. Kifejezett célja, hogy az olyanokkal folytatott munkát segítse, akik vonakodnak a változtatástól és/vagy ellentmondásos a változáshoz fűződő viszonyuk, azaz egyszerre akarnak változtatni is, meg nem is. Például valaki őrlődhet a vonzónak tűnő további droghasználat és a következményekkel kapcsolatos félelmei között. A motivációs interjú célja, hogy segítsen feloldani ezt az ellentmondást és segítsen végigmenni a változáshoz vezető úton, amennyiben ezt az illető választja. Néhányaknak pont ennyire van szüksége. Amint megszűnik a megrekedtség érzete, nem bénítják tovább őket az ellentmondásos motivációk, rendelkezésre állnak a tartós változáshoz szükséges készségek és erőforrások. Nekik pont erre a motivációs löketre volt szükségük. Másoknak a motivációs interjúzás (talán nagyon is fontos) bevezetés a további munkába. Itt a cél a változásra való nyitottság megteremtése, ami kikövezi a további munkához szükséges utat.

*A status quo ára*



*A változás ára*

*A változás haszna*

*A status quo haszna*

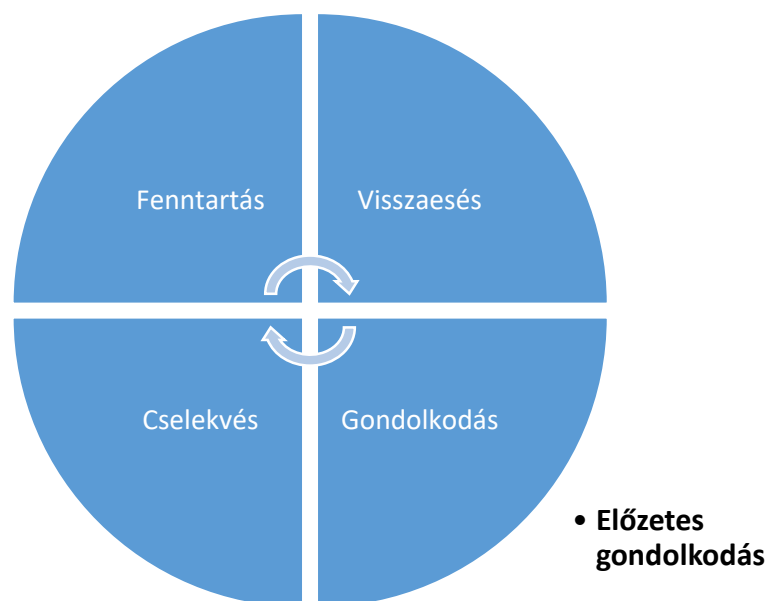
Ahogy a fenti ábra is mutatja, gyakran a döntéshozatalt, és az egész “tanácsadási” folyamatot mérlegként ábrázolják, ahol a status quo árát (és a változás hasznát) kiegyensúlyozza a nyert haszon. A motivációs interjút alkalmazó segítő folyamatosan azt keresi, hogy hogyan tegye képessé ügyfelét arra, hogy minél több súlyt helyezzen a változás melletti oldalra - ahelyett, hogy ezt a tanácsadó helyezné át.

Az motivációs interjúzás legfőbb alapelvei Miller az akkori terápiás ortodoxiókkal, különösen a konfrontatív módszerekkel szembeni elégedetlenségéből nőttek ki. A motivációs interjúban a segítő soha nem vállal magára tekintélyelvű szerepet. Nem közvetíti azt az üzenetet, hogy „én vagyok a szakértő és megmondom neked, hogy hogyan éld az életed”. A változásért vállalt felelősség az ügyfél kezében marad. (Ez nem pusztán szándéknyilatkozat, hanem annak az elismerése, hogy a felelősség csakis az ügyfélé lehet.) Ez persze nem azt jelenti, hogy a segítőnek semmilyen hatalma nincs. Épp ellenkezőleg, a ma motivációs interjúnak nevezett módszer olyan klinikai kutatásokból nőtt ki, amik azt igazolták, hogy a segítő szakember igenis jelentős hatást gyakorol arra, hogy ügyfele megváltozik-e vagy sem. Miller több szakirodalomban is felidéz egy történetet saját motivációjáról: volt egy matematika tanára, akinek nem reagált a módszereire. Úgy érezte, a tanár pikkel rá, nem érdekelte a matematika, nem tanult, rossz jegyeket kapott, a tanár még jobban pikkelt rá. Örögi körbe került. A következő évben új tanárt kapott az osztály, akinél Miller tiszta lappal indult. Az új tanár más módszereket alkalmazott és többet bátorította. Millert elkezdte érdekelni a matematika, többet készült, jobb jegyeket és több dicséretet

kapott. Most egy felfelé ívelő körbe került át. Miller elismeri, hogy neki is változtatnia kellett ahhoz, hogy ez létrejöhessen, de fontosnak érzi, hogy a változáshoz szükséges szikra külső forrásból érkezett.

Miller egy újabb, saját életéből vett példát hoz annak érdekében, hogy belássuk, hogy miért eredményesek a konfrontatív módszerek. A segítők néha arról panaszkodnak, hogy ügyfeleik nem azt teszik, ami jó nekik, annak ellenére, hogy világosan átbeszélték a dolgokat. Miller úgy véli, hogy az emberek nagy része legtöbbször nem szereti, ha megmondják neki (vagy ha úgy érzi, hogy megmondják neki), hogy mit csináljon. Miller felidézi, hogyan szembesült életének szerinte legfontosabb döntésével - alapítson-e családot vagy sem. Már eléggé szétzilálta a vívódás, úgyhogy találkozott a legrégebbi barátjával. A barát erőteljesen amellett kardoskodott, hogy Millert ismerve a családalapítás borzasztóan rossz döntésnek tűnik. Minél tovább beszélgettek, Miller annál jobban úgy érezte, hogy át kell állnia a családpárti oldalra, mivel barátja elfoglalta a vita másik oldalának pozícióját. A barát a meggyőzés helyett ezzel azt érte el, hogy Miller a másik oldal mellé álljon. A motivációs interjúzás stratégiája ezért tehát inkább meggyőző, mint kényszerítő erejű, inkább támogató, mint vitatkozó. A segítő olyan pozitív légkört teremt, ami elősegíti a változást. Az átfogó cél az ügyfél belső motivációjának növelése. A változásnak belülről kell elindulnia, nem pedig kívülről erőltetjük rá. Ha ezt a megközelítést helyesen alkalmazzák, az ügyfél lesz az, aki a változás mellett fog érvelni és nem a segítő. Ennek elérése érdekében a motivációs interjúzás változatos stratégiákat használ. Ez egyik, ami elsőre furcsának tűnhet, az lehet, hogy **az ügyféllel közösen derítjük fel a látszólag problémás viselkedés őszintén pozitív aspektusait** annak érdekében, hogy egyetértésre jussunk és csökkentsük az ellenállást. További példák az **együttérző és reflektív figyelem, a vita elkerülése, az egyéni hatékonyság erősítése, olyan kérdések megfogalmazása, amelyek a változásról szóló beszélgetést és önmotiváló kijelentéseket hívhatnak elő.** Az agresszívabb stílussal ellentétben a segítő itt időnként viszonylag passzívnak tűnhet. Mégis erős céltudatossággal halad, a cél eléréséhez világos stratégiája és készségei vannak. Finom időérzéssel rendelkezik, tudja, hogy mikor és hogyan avatkozzon be. A kellő időzítés tudatosságát feltételez, azt, hogy tudjuk, hogy az ügyfél éppen a változás mely stádiumában van. A Változás Ciklusa modellt különböző diagramokkal szokták ábrázolni, de alapjai mindig azonosak az alábbi diagrammal.

Prochaska és Di Clemente's Változás Ciklusa modellje



## A MOSAIC Training and Consultancy képzési anyaga

Előzetes gondolkodás: az ügyfél nincs tudatában a szerhasználattal összefüggő problémáknak és/vagy nem vágyik a változásra.

Gondolkodás: ebben a szakaszban jelenik meg némi tudatosság a problémákkal kapcsolatban. Az ügyfél úgy tűnik, mintha mérlegelné a leszokás előnyeit és hátrányait a jelenlegi mértékű használat folytatásával szemben.

Cselekvés: ebben a szakaszban gyakorlati erőfeszítéseket tesz a szerhasználat csökkentésére.

Fenntartás: ebben a szakaszban az egyén elkötelezetten próbálja megtartani az eddig szerzett nyereséget/előnyöket. Ha a fenntartás sikeres, a ciklus nem folytatódik.

Ha visszaesés következik be, az egyén visszatér az előzetes gondolkodási vagy a gondolkodási szakaszba és a "forgóajtó" mintázat tovább folytatódhat. Viszont lesznek olyan dolgok, amiket a saját hibáján keresztül megtanul, ha kellőképpen fókuszál, így a következő kör már rövidebb, könnyebb és sikeresebb lehet.

Miller és társa, Stephen Pollnick a következő állítások segítségével határozzák meg a Motivációs interjúzás lényegét:

*A motivációs interjúzás egy együttműködésen alapuló, célorientált kommunikációs stílus, amely különös figyelmet fordít a változás nyelvére. Célja, hogy az egyéni motivációt és elköteleződést erősítse egy konkrét cél elérése érdekében; ennek érdekében feltárja az egyén saját indokait a változáshoz, mindezt az elfogadás és együttérzés légkörében.*

## A motivációs interjúzás szellemisége

Alapvető fontosságúnak gondoljuk, hogy különbséget tegyünk a motivációs interjúzás szellemisége és technikái között - utóbbiakat azért javasoltuk, hogy felszínre jöhessen a módszer lelke. Azok a klinikai szakpszichológusok és trénerok, akik túlzottan a technikákra koncentrálnak, szem elől veszíthetik a módszer lényegét és stílusát, amik pedig a megközelítés központi elemei. A technikáknak annyi variációja lehetséges, ahány ülés létezik. A módszer filozófiája azonban ennél sokkal tartósabb és néhány kulcsfontosságú pontban jellemezhető:

- 1. A változáshoz szükséges motiváció az ügyfélből származik és nem kívülről tevődik rá.** Más motivációs megközelítések a kényszerítést, meggyőzést, konstruktív konfrontációt és külső lehetőségek (pl. munka vagy család elvesztésének fenyegetettsége) alkalmazását hangsúlyozzák. Az efféle stratégiák lehet, hogy képesek előidézni változást, de szellemiségük teljesen eltér a motivációs interjúzás szellemiségétől. Utóbbi az ügyfél ösztönös értékeinek és céljainak azonosításán és mozgósításán alapul, stimulálja a változáshoz szükséges viselkedést.
- 2. Az ügyfél - és nem a segítő - feladata megszólaltatni és megoldani saját belső ellentmondásait.** Az ambivalencia a két cselekvés közötti konfliktust jelenti (pl. elnézés és korlátozás), amikor mindkettőhöz kapcsolódnak előnyök és járulékos költségek. Sok ügyfélnek soha nem volt lehetősége kifejezni e konfliktus gyakran összezavaró, ellentmondásos és nagyon is egyéni elemeit, pl. „ha leszokom a dohányzásról, elégedettebb leszek magammal, de lehet, hogy meghízom, amitől viszont boldogtalannak és taszítónak fogom magam érezni”. A segítő feladata elősegíteni, hogy ennek az „ambivalencia zsákutcának” mindkét oldala kifejezésre kerülhessen és az ügyfelet egy olyan elfogadható megoldás felé vezesse, amely kiváltja a változást.

3. **A közvetlen meggyőzés nem alkalmas módszer az ambivalencia feloldására.** Csábító, mert hasznosnak tűnhet, amikor meggyőzzük az ügyfelet a probléma égető voltáról és a változás előnyeiről. Elég világosan látszik, hogy az efféle technikák növelik az ügyfél ellenállását és csökkentik a változás valószínűségét.
4. **A segítői stílus általában csendes és előhívó. A direkt meggyőzés, agresszív konfrontáció és a vita ellentétesek a motivációs interjúzás alapelveivel és kifejezetten nem javallottak a megközelítés szerint.** A konfrontációhoz és tanácsok adásához szokott segítőnek a motivációs interjúzás reménytelenül lassú és passzív folyamatnak tűnhet. A módszer sikerességét az eredmény igazolja. Az agresszívabb stratégiák, amikor például a segítő szembeszáll az ügyfél tagadásával, könnyen átcsapnak abba, hogy az ügyfelek olyan változásra kényszeríti, amire még nem áll készen.
5. **A segítő iránymutató, segít az ügyfélnek megvizsgálni és feloldani az ellentmondást.** A motivációs interjúzásba nem tartozik bele az ügyfél képzése a behaviorista megküzdési készségekről, bár a két megközelítés nem inkompatibilis egymással. A motivációs interjúzás azt feltételezi, hogy az ambivalencia vagy feloldás hiánya az elsődleges akadálya annak, hogy a változást elő lehessen idézni. Ha ez megoldódott, lehetséges, hogy további beavatkozásra, pl. készségfejlesztésre lesz szükség, de az is elképzelhető, hogy elegendő a motivációs interjúzás. A motivációs interjúzás egyes stratégiáinak célja az ambivalencia kiváltása, tisztázása és feloldása egy ügyfélközpontú és tiszteletteljes tanácsadási légkörben.
6. **Készen állni a változásra nem az ügyfél jellemvonása, hanem a személyközi interakció folyamatosan változó eredménye.** A segítő ezért nagyon figyelmes és reagál az ügyfél motivációs jeleire. Az ellenállást és a tagadást szintén nem jellemvonásnak tekintjük, hanem a segítő viselkedésére adott visszajelzésnek. Az ellenállás gyakran azt jelzi, hogy a segítő úgy látja, hogy az ügyfél jobban készen áll a változásra, mint valójában - ebben az esetben a segítőnek kell saját stratégiáin változtatnia.
7. **A segítő kapcsolat leginkább egy partneri viszonyhoz hasonlít, semmint szakértő-befogadó szerepekhez.** A segítő tiszteli a kliens autonómiáját és választási szabadságát (és ezek összes következményét).

Innen nézve helytelen úgy gondolni a motivációs interjúzásra, amiket embereken alkalmazunk. Inkább úgy tekintsünk rá, mint interperszonális stílusra, ami egyáltalán nem szűkül le a formális segítői ülésekre és körülményekre. Ez a vezetés és ügyfélközpontú elemek finom egyensúlya, amit egy vezetési filozófia és annak megértése határoz meg, hogy mi váltja ki a változást. Amennyiben játszmázássá és manipulatív technikává válik, a módszer lényege veszik.

Mindazonáltal vannak olyan specifikus és tanulható segítői viselkedések, amelyek jellegzetesek a motivációs interjúzásban. A legfontosabbak:

- Az egyén vonatkoztatási kereteinek megértésre törekszik, különösen a reflektív figyelem alkalmazása által.
- Elfogadást és megerősítést fejez ki.
- Előhívja és szelektíven megerősíti az ügyfél saját motivációs kifejeződését, problémafelismerését, aggodalmait, változásra irányuló vágyait és szándékait, képességét a változásra.
- Folyamatosan figyelemmel kíséri, hogy az ügyfél mennyire áll készen a változásra, meggyőződik róla, hogy az ellenállás nem abból fakad-e, hogy túlságosan az ügyfél elé szaladt.

## A MOSAIC Training and Consultancy képzési anyaga

- Megerősíti az ügyfél választási szabadságát és saját irányát.

Rollnick S., & Miller, W.R. (1995). What is motivational interviewing?  
Behavioural and Cognitive Psychotherapy, 23, 325-334. oldal

## Az ambivalenciáról

Az ambivalencia a változási folyamat normális szakasza. Miller és Rollnick így határozta meg:

*„... egy olyan tudatállapot, amelyben az egyénnek egyszerre létező, de ellentmondó érzései vannak valamivel kapcsolatban.” (Miller, W.R. & Rollnick, S. 1991, 38. oldal)*

Bizonyosan nem azonos az apátiával, amikor az egyént nyilvánvalóan nem érdekli egy dolog egyik oldala sem. Az ambivalencia változatos formákat ölthet: az illető akar valamit, de nem teszi, akarja, de fél tőle, azt mondja, nincs gondja valamivel, miközben van, stb.

Miller és Rollnick háromféle ambivalenciát különböztet meg:

közeledés                      közeledés

Az egyén nem tudja, hogy két vonzó opció közül melyiket válassza.

elkerülés                      elkerülés

Az egyén egyik opciót sem látja túl fényesnek.

közeledés                      elkerülés

Az egyént egyszerre nagyon vonzza és taszítja, akarja is, meg nem is.

A motivációs interjúzásban a segítő felelőssége, hogy az ügyfelet kimozdítsa az ambivalenciában történő megrekedtségből azáltal, hogy képessé teszi arra, hogy értékelje a változás mellett szóló gondolatokat.

Miller és Rollnick kiemel néhány nehézséget, amik az ambivalencia tiszta költség-haszon elemzésén alapulnak:

- **Értékek:** a segítőnek nem szabad olyan feltételezésekkel élnie, hogy azért, mert valami szerinte nyomós indok a változásra, az ügyfél is osztani fogja ezt a nézetet (pl. a segítő szerint a fertőzésveszély komoly érv a leszokás mellett egy droghasználó ügyfélnek, de lehet, hogy ez kevésbé fontos szempont az ügyfél számára).
- **Elvárások:** A segítőnek tudnia kell, hogy az ügyfél mit vár a cselekvések eredményeként. Nem szabad feltételeznie, hogy ez tudja.
- **Önértékelés:** Az alacsony önértékelésű ügyfeleknek az a képessége, hogy a változást lehetségesnek lássák, akadályokba ütköznek. Egyeseknek a pozitív fogadtatás és együttérzés elegendő lehet, míg másoknak lehetséges, hogy az önértékelésen tovább kell dolgozniuk, mielőtt hajlandóak fontolóra venni a problémás viselkedés megváltoztatását.
- **Szociális közeg:** ahogy korábban említettük, a motiváció a változásra való készen állás egy lépcsőfok, ami külső és belső tényezőktől is függ. Így a segítőnek nem csak a segítő kapcsolatot és annak a változásra kifejtett hatását kell figyelembe vennie, hanem egyéb külső tényezőket

is (pl. sorstársak támogatása a változás mellett/ellen, a változás gyakorlati akadályai, pl. detoxikáló közelsége egy alkoholista esetében, stb.)

- **Ellentmondásos reakciók:** Nem túl bölcs azt feltételezni, hogy a változás költségeinek emelkedésével a motiváció is növekedni fog (pl. házastárs elvesztése alkoholproblémák miatt erősíti a leszokás iránti elkötelezettséget). Bizonyos esetekben a hatás épp ellentétes lehet.
- **Meggyengült kontroll:** Van, akinek a változás nehezebben megy, mert általában véve sérültek az önszabályozási folyamataik. Ezekben az esetekben kiegészítő támogatásra van szükség.

## A motivációs interjúzás alapelvei

A motivációs interjúzás módszere négy alapelven nyugszik:

1. Együttérzés kifejezése
2. Önhatékonyság támogatása
3. Vita kerülése, az ellenállás elfogadása
4. Az ellentmondás erősítése

### 1. Együttérzés kifejezése

A motivációs interjúzás kutatási eredményeken alapul, amelyek szerint a **Carl Rogers által leírt és kifejlesztett empátikus megértés készségei** hatásosak a szenvedélybetegek kezelésében. Ezt az együttérzést, melegséget árasztó stílust és reflektív figyelmet a motivációs interjúzás a folyamat legelső pillanatától kezdve alkalmazza.

Az alapelv mögött meghúzódó hozzáállást akár **elfogadásnak** is nevezhetjük. A segítő ítélkezés, kritika és hibáztatás nélkül igyekszik megérteni az ügyfél érzéseit és látásmódját. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy az elfogadás nem megegyezést vagy helyeslést jelent. Az elfogadó attitűdnek nem szabad megakadályoznia segítőt abban, hogy eltérjen az ügyfél nézeteitől. Az elfogadó attitűd és tisztelet a **„terápiás szövetségre”** épül, erősíti az ügyfél **önértékelését**, ami fontos feltétele a változásnak. Ha a változáshoz való ragaszkodás vezérli a segítőt („abba kell hagynod ezt a viselkedést”, stb.), paradox módon a kliens még jobban fog ragaszkodni eddigi pozíciójához.

Az együttérző segítő igyekszik az ügyfél perspektívájára értetőként, felfoghatóként és az ügyfél keretein belül érvényesnek tekinteni. **Az ambivalenciára az emberi tapasztalatok és a változás természetes részeként tekint, semmint patológikus jellemvonásra vagy ártalmas védekezésre. Számít arra, hogy a beavatkozáskor az ügyfél idegenkedhet a problémás viselkedés feladásától, hiszen különben már magától is változtatott volna.** A klienst semmilyen értelemben sem tekinti alkalmatlannak, ehelyett érhető és normális pszichológiai alapelvek mentén úgy tekint rá, mint aki **“megrekedt”** egy helyzetben.

## 1. ALAPELV - EGYÜTTÉRZÉS KIFEJEZÉSE

Ez elfogadás elősegíti a változást  
Alapvető fontosságú a reflektív figyelem készsége  
Az ambivalencia normális

## 2. Önhatékonyság támogatása

**Önhatékonyság<sup>1</sup>** alatt azt értjük, amikor az egyén hisz a saját képességeiben, abban, hogy képes egy bizonyos feladatot sikerre vinni. Ez a motiváció egyik kulcseleme, és jól megjósolja a sikeres kimeneteket. A segítő a többi alapelvet követően meggyőzhet az ügyfelet arról, hogy komoly problémái vannak, amikkel foglalkozni fognak. Ha viszont az ügyfél nem érzi, hogy a változás az ő hatókörén belül történik, akkor valószínűleg nem fog igazi változtatási kísérleteket tenni és mindkettőjük erőfeszítései hiábavalóak lesznek.

Az önhatékonyság kapcsolódhat az önbecsüléshez (ld. 1. alapelv), de nem pontosan ugyanazt jelenti és nem függ tőle. Például lehet valakinek magas önértékelése, de közben érezheti úgy, hogy egy konkrét cél meghaladja őt, vagy fordítva.

A segítő minden beavatkozásának azt az eszmét kell közvetítenie az ügyfél felé, hogy a változás lehetséges számára. Ez társul az alapvető hit mellé, ami azt mondja, hogy végső soron csakis az ügyfél az, aki el tudja érni, hogy a változás megtörténjen.

A klienseket gyakran lehúzzák a korábbi kudarcok, amikor nem sikerült haszontalan viselkedési formákat vagy mintázatokat megváltoztatniuk. A kutatási tapasztalatok azt mutatják, hogy a sokféle terápiás módszer hatékony lehet, ha a megfelelő emberek találkoznak benne egymással. Ha a segítő képes világosan és jól informáltan beszélni a különböző lehetőségekről, akkor ez felkeltheti az ügyfélben a reményt, hogy lehetséges számára a változás.

## 2. ALAPELV - ÖNHATÉKONYSÁG TÁMOGATÁSA

Fontos motiváló erő a hit abban, hogy a változás lehetséges  
Az ügyfél maga felelős a választásáért és a személyes változás végrehajtásáért  
A rendelkezésre alternatív megközelítések reményt adnak

## 3. Vita elkerülése, az ellenállás elfogadása

A motivációs interjúzás harmadik alapelve, hogy a segítő elkerüli a vérrre menő vitákat arról, hogy mi a legjobb az ügyfélnek. Ebből a szemszögből nézve a legkevésbé kívánatos helyzet az, amikor a segítő arról

---

<sup>1</sup> Az eredeti szövegben *self-efficacy*.



**győzködi az ügyfelet, hogy problémája van és változásra van szüksége. Ebben a helyzetben a kliens az ellentétes oldalt fogja képviseli.** (Ez természetesen nem azt jelenti, hogy a segítő nem hívhatja fel a figyelmet a tettek és döntések következményeire, vagy nem ragaszkodhat a folyamat szabályainak betartásához.)

A motivációs interjúzás, ha nem is **stílusában**, de **céljában** konfrontatív: erősíteni kívánja a problémák tudatosítását és az igényt a változásra. A direkt konfrontáció azonban gyakran ellenállást vált ki az emberekből, azt eredményezi, hogy kedvükre érvényesítsék szabadságukat. A kliens ellenállása nagy valószínűséggel jósolja meg a változtatási kísérlet kudarcát. Amennyiben a motivációs interjúzás során a segítő ellenállásba ütközik, ez arra utal, hogy stratégiát kell váltani.

Van egy bizonyos terület, ami nagy valószínűséggel vitát vált ki az ügyfélből, ez pedig az orvosi diagnózisok, úgy mint „függő” vagy „mentális betegségben szenvedő”. A motivációs interjúzás során kerüljük az effajta címkéket, úgy gondoljuk, hogy irrelevánsak abból a szempontból, hogy az illető változni fog-e vagy sem. (Ha a kliens önmagát címkézi, abból nem kell ügyet csinálnunk, kivéve, amikor úgy látjuk, hogy hátráltatja a haladásban.)

Mit tesz a segítő, ha nem lehet vitatkozni? Vannak, akik „**pszichológiai judoként**” írják le a motivációs interjúzást és a hasonló módszereket. A „támadás” nem ütközik direkt ellenállásba, a támadó inkább a súlyát és a megfelelő időzítést használja arra, hogy ellenfelét egy másik pozícióba vezesse vagy dobja át.

Ennél a hasonlatnál maradva itt is megvan a veszélye, hogy túl messzire megyünk. A motivációs interjúzás nem egy háború, nem a győzelemről és veszteségről szól. Bár a hasonlat elhasznált és fogunk további példákat is látni, ügyes beavatkozásokkal az ügyfél nézeteit és észlelését egy fordulattal itt, egy pillantással ott, egy kis plusz támasztással, kellő lendület mellett meg lehet fordítani.

Hogy mi lesz egy probléma megoldása (ha egyáltalán lesz neki), végső soron az ügyfél döntése. **A segítő nem száll szembe a vonakodással és az ambivalenciával, hanem természetesként és érthetőként fogadja el őket.** Nem erőltet új nézeteket vagy célokat az ügyfélre. Ehelyett arra invitálja őt, hogy új információkat és új perspektívákat vegyen figyelembe. Ez egy olyan megközelítés, ami ellen nehéz harcolni.

A motivációs interjúzás során **a segítő a kérdéseket és problémákat gyakran fordítja vissza az ügyfél felé. Ha megoldásokat ajánlunk fel a kliensnek, könnyen utasítja vissza mindet azzal, hogy „igen, de...”. Azt feltételezzük, hogy az ügyfél egy cselekvőképes egyén**, aki fontos belátással és elképzelésekkel rendelkezik saját problémáinak megoldásáról. Az ellenállás elfogadása így azt is jelenti, hogy az ügyfelet aktív szereplőnek tekintjük saját problémáinak megoldási folyamatában.

### 3. ALAPELV - VITA ELKERÜLÉSE, AZ ELLENÁLLÁS ELFOGADÁSA

A viták kontraproduktívak  
A védekezés további védekező pozíciót szül  
Az ellenállás azt jelzi, hogy stratégiát kell váltani  
Felesleges címkézni  
A megfelelő pillanatot jó célra kell használni  
Az észleléseket el lehet mozdítani  
Az új perspektívákat szívesen fogadjuk, de nem erőltetjük  
Az ügyfél a legértékesebb erőforrás a megoldás megtalálásában

### 4. Az ellentmondás erősítése

Alapvetően nem az a helyzet, hogy a motivációs interjúzás során az ügyfelek elfogadják önmagukat és úgy is maradjanak, ahogy vannak. A reflektív figyelmet sem csupán arra használjuk, hogy kövessük az ügyfelet arra, amerre éppen barangol. Különösen a szerhasználó ügyfelek számára a tények (károk, amiket maguknak és másoknak okozhatnak) bemutatása magában foglalja, hogy bizonyos értelemben szembesítjük őket a kellemetlen valósággal. A kérdés az, hogyan tudjuk ezt a leghatékonyabban megvalósítani.

A motivációs interjúzás negyedik alapelve ezért az, hogy **az ügyfél elméjében ellentmondást teremtsünk, ezt erősítsük jelenlegi viselkedése és tágabb célok között - úgy, hogy csak az egyik állapot legyen kívánatos számára.** Ezt elérhetjük azzal, hogy tudatosítjuk a jelenlegi viselkedés költségeit. Amikor egy viselkedés más fontos személyes célokkal ellentmondásban áll (pl. egészség, függetlenség, pozitív énkép), van esély a változásra. Sokan, akik segítséget kérnek, már észlelik az ellentmondást aközött, hogy hol tartanak és hol szeretnének lenni, de érzéseik ambivalensek. A motivációs interjúzás célja, hogy ezt az ellentmondást tovább növelje, hasznára fordítsa és addig erősítse, amíg a túlnövi a viselkedési formához való ragaszkodást. A motivációs interjúzás stratégiái mindezt az ügyfélben belül szeretnék tenni, ahelyett, hogy elsődlegesen külső tényezőkre támaszkodnának (pl. munka elvesztésének vagy kilakoltatás veszélye, stb.). Ide tartozik a kliens fontos céljainak tisztázása, a jelenlegi viselkedés valós vagy potenciális következményeinek feltárása, amelyek ütköznek az előbbi célokkal. A megközelítés eredményeképpen a segítő helyett az ügyfél mutatja be saját indokait a változásra. Az embereket gyakran jobban meggyőzi az, amit maguk mondanak ki, mint a mit mástól hallanak.

### 4. ALAPELV - AZ ELLENTMONDÁS ERŐSÍTÉSE

Fontos tudatosítani a viselkedés következményeit  
A jelenlegi viselkedés és a fontos célok közötti ellentmondás motiválja a változást  
Az ügyfélnek magának kell bemutatnia a változás mellett szóló érveket

## A megfelelő hangnem és a változás elősegítése

A későbbiekben leírt elkerülendő csapdahelyzetek mellett Miller és Rollnick **“korai stratégiának”** nevezi az **egészséges segítői kapcsolat feltételeinek megteremtését és fenntartását**. A korai stratégia a következőket foglalja magába:

1. Nyitott kérdések feltevése
2. Reflektív figyelem alkalmazása
3. Megerősítés
4. Összegzés
5. A változásról szóló beszélgetés előidézése

*Az első négy elem nyilvánvalóan nem tartalmaz semmi különlegeset a motivációs interjúzásról. Annyiban azonban igen, hogy azon van a hangsúly, hogy az ügyfelet hozzásegítse ahhoz, hogy felfedezze saját ambivalenciáit és kifejezze a változás indítékait. Mivel mind a négy elem a folyamat szerves része, érdemes pár szóban beszélni róluk.*

### Nyitott kérdések feltevése

Ez egy jellemző kapcsolódási lehetőség a legtöbb segítői helyzetben. Olyan kérdések feltevése is vonatkozik, amelyek bátorítják az ügyfelet, hogy tovább beszéljen és újabb részleteket osszon meg. A zárt kérdésekre igennel vagy nemmel lehet válaszolni, esetleg csak egy jó válasz létezik, pl. „Mi Franciaország fővárosa?” A nyitott kérdések hagyják a válaszadót azt mondani, amit akar, nem korlátozzák egy konkrét válasz adására. A „Hogy érzed magad?” és a „Milyen ételleket szeretsz?” nyitott kérdések, a „Boldog vagy?” és a „Szereted a pizzát?” zártak. A motivációs interjúzás nem azt akarja mondani, hogy egyáltalán nem lehet zárt kérdéseket feltenni, mert néha elkerülhetetlen, hanem azt, hogy ha van rá lehetőség, általában jobb nyitott kérdést választani.

### Reflektív figyelem

Ide tartozik az értő figyelem (olyan verbális jelek használata, mint a hümmögés és olyan non-verbális jelek, mint a szemkontaktus), amellyel azt mutatjuk, hogy lelkesen figyelünk a másakra. Ezen kívül ide tartozik a visszajelzés adása arról, amit a másik mondott, hogy megbizonyosodjunk róla, hogy jól értettük. „Azt hallottam ki abból, amit mondtál, hogy azért fontolgatod, hogy kilépj a programból, mert túl magas lesz a labór, ha elkezdesz dolgozni.”

### Megerősítés

Sokféle folyamatban a segítő sosem mond véleményt, hanem semleges tükörként viselkedik. A motivációs interjúzásban addig van helye a véleménynyilvánításnak, ameddig a vélemény tényekkel alátámasztható és nem csak a tanácsadó szubjektív véleményét tükrözi. Például valaki vonakodik attól, hogy cselekedjen, mert azt feltételezi, hogy túl nehéz lesz neki vagy kudarcot fog vallani. Így is, úgy is megpróbálja. Az motivációs interjúzásban a segítő megdicséri és megerősíti a tett erőfeszítéseket. „Úgy gondolom, hogy sok erőt mutatott az, hogy megpróbáltad, stb.” A segítő célja az is, hogy az ügyfél saját magát megerősítse, ezt kérdésekkel érheti el: “Mi okozta a legnagyobb elégedettséget azok közül a dolgok közül, amiket elértél?”

## Összegzés

Miután a kliens már egy ideje beszél, a segítő felajánlhatja, hogy összegzi a hallottakat, hogy megfelelően értette-e az eddigieket, és ha helyénvaló, megegyezhetnek a következő témában.

### A változásról szóló beszélgetés előidézése

*Ez az az elem, ami leginkább meghatározza a módszert. Változásról szóló beszélgetést és önmotiváló kijelentéseket próbálunk előidézni a kliensből. Tartsuk szem előtt, hogy célunk az, hogy az ügyfél mutassa be a változás mellett szóló érveit és ne mi mondjuk meg neki, hogy mit kellene csinálnia.*

Négy kategóriája létezik a változásról szóló beszélgetésnek:

- A. A status quo hátrányai
- B. A változás előnyei
- C. A változáshoz fűződő optimizmus
- D. Szándék a változásra

A következő fejezetben mutatjuk be a lehetséges kérdéseket. Addig is fontos észben tartani a következőket:

- Amikor a jelenlegi **viselkedés pozitív aspektusairól** beszélgetünk (pl. mit szeret a mostani „problémás” viselkedésében vagy mintázatban), lehetővé tesszük az ügyfelek számára, hogy elengedje magát és könnyebben beszéljenek. Nem kell megfélemlítve éreznie magukat, hogy nem helytelen válaszokat ad. Ha ezt követően vezetjük be a **negatív aspektusokat**, sokkal kiegyenlítettebbnek és természetesebbnek fog hatni.
- Abból a feltételezésből indulunk ki, hogy az embereknek mindig vannak aggodalmaik, ezért nincs értelme arról kérdezni őket, hogy egyáltalán vannak-e. Ehelyett érdemes inkább úgy közelíteni, hogy milyen módon aggasztja a viselkedésük bizonyos elemei. Ha feljön egy motivációs téma, hasznos megkérni az ügyfelet, hogy bővebben fejtse ki. Ez segít a téma megerősítésében és további önmotiváló kijelentéseknek nyit teret.
- **Feltehetünk szélsőséges kérdéseket: pl. Mi aggasztja a legjobban? Mik a legnagyobb félelmei azzal kapcsolatban, ha nem változtat és minden marad a régiben?**
- Az is hasznos, ha megkérjük a klienst, hogy idézze fel, milyen volt, amikor ez a probléma még nem létezett. Hasonlítsa össze a jelenlegi helyzettel és tekintsen a jövőbe. „Ha változtatna, mi lenne a legjelentősebb eredmény, amit el tud képzelni?” Ha az ügyfelet megkérjük, hogy fogalmazzza meg saját céljait, megteremti az ellenmondást aközött, ahol most van és ahol lenni szeretne. A megfogalmazott célok pozitív kilátásokkal kecsegtetnek.
- A **skálázó kérdések** - amiket a motivációs interjúzásban **fontossági skálának** nevezünk - szintén hatásosak lehetnek. „Miért mondja, hogy a 3-mason áll és nem alacsonyabban, mondjuk a 0-án?” „Mit gondol, mit tudna tenni, hogy a legközelebbi találkozóra fél ponttal feljebb tolja a dolgokat?” „0-10-ig mennyire fontos, hogy változtasson?”

## Példakérdések, amelyek előhívják az önmotiváló kijelentéseket

Ne feledjük, hogy ezek az példák, csak rámutatnak a dolog ízére. Mindent a segítő körülményeihez és saját stílusához kell igazítani.

### A. A status quo hátrányai

- Mi aggasztja (leginkább) a jelenlegi helyzetével kapcsolatban?
- Miből gondolja, hogy tennie kell valamit a vérnyomásával?
- Milyen nehézségei és vitái adódtak a drogfogyasztás miatt?
- Mi az, amit mások aggasztónak találnak az alkoholfogyasztásával kapcsolatban?
- Milyen módon aggasztja Önt ...?
- Mi akadályozta meg, hogy azt tegye, amit szeretne az életben?
- Mit gondol, mi fog történni, ha semmin nem változtat?

### B. A változás előnyei

- Miben szeretné, ha a dolgok megváltoznának?
- Mi lenne jó abban, ha lefogyna/hízna?
- Milyen életet szeretne 5 (vagy több) év múlva?
- Ha varázsütésre megváltoztathatná a dolgokat, mi lenne a legelső, ami változtatna?
- Az, hogy most itt van, azt jelzi, hogy egy része egyetért azzal, hogy ideje tenni valamit. Mik a fő okai annak, hogy változtatni szeretne?
- Mi lenne a változás legnagyobb előnye?

### C. A változáshoz fűződő kapcsolatos optimizmus

- Mi az, ami bátorítja abban, hogy változtathat, ha akar?
- Mi működné a legjobban, ha úgy döntene, hogy változtat?
- Eddigi életében milyen hasonlóan jelentős változást tett? Hogyan csinálta?
- Mennyire biztos abban, hogy képes változtatni?
- Milyen személyes erősségei vannak, amik segítik, hogy sikerrel változtasson?
- Ki tudná támogatni a változásban?

### D. Szándék a változásra

- Mit gondol most a játékszenvedélyéről/alkoholfogyasztásáról/szerhasználatáról?
- Úgy látom, hogy megrekedt ezen a ponton. Minek kellene változnia? Mit gondol, mit fog tenni?
- Mennyire fontos ez Önnek (esetleg 0-10-es skálán)? Mennyire akarja megtenni?
- Mit lesz hajlandó megpróbálni?
- Az általam felsorolt lehetőség közül melyikről érzi úgy, hogy legjobban passzolna Önhöz?
- Ha félre tesszük az, hogy hogyan, minek kellene történnie?
- Mit szándékozik tenni? Hogyan tudunk ebben segíteni?

## A csapdahelyzetek elkerülése

A legelső üléstől kezdve bizonyosan vannak olyan csapdahelyzetek, amiket jobb elkerülni.

### A kérdés-válasz csapda

Az, amikor rengeteg kérdést teszünk fel (talán azért, mert azt szeretnénk, hogy jobban haladjon a folyamat), amire az ügyfélnek sorozatos rövid válaszokat kell adni, ellentétben a motivációs interjúzás azon céljával, hogy az ügyfél részletesen ki tudja fejteni válaszait.

A túl sok kérdés azt az érzetet is kialakíthatja a kapcsolatról, hogy egy nagytudású szakértő és egy csupán válaszolgotó passzív ügyfél beszélget (**a szakértő csapdája**).

### A konfrontáció-tagadás csapdája

Valószínűleg ezt a csapdahelyzetet érdemes leginkább elkerülnünk. A motivációs interjúzás abból indul ki, hogy az ügyfél szinte mindig kettősségben van a jelenlegi problémája és aközött, hogy mi akar tenni vele. Ha az ellenállást kifejező kijelentése konfrontációba ütköznek, természetes módon az ügyfél az az oldalát fogja védeni, ahol támadást érzékelt. Ha túlságosan vehemensen foglalunk állást a változás mellett, felboríthatja az egyensúlyt és az ügyfél nagy valószínűséggel inkább a status quohoz fog ragaszkodni.

### A címkézés csapdája

Ha túlságosan ragaszkodunk az elfogadáshoz, vagy éppenséggel le akarjuk beszélni az ügyfelet bizonyos címke (pl. alkoholista) elfogadásáról, csak az időt pazaroljuk. Ehelyett inkább építsünk pozitív, motiváló kapcsolatot.

### Az éretlen fókusz csapdája

Még abban az esetben is, amikor a segítő kerüli a vitát és címkék alkalmazását, előfordulhat, hogy az ügyfél ellenáll, amikor mindketten más témával szeretnének foglalkozni. Rendben lévő, ha a segítő finoman meg szeretné változtatni a fókuszot, de az ehhez való makacs ragaszkodás megakaszthatja a dolgokat, mielőtt egyáltalán elkezdődnének. A motivációs interjúzás azt javasolja, hogy kezdetekben arra fókuszáljunk, ami az ügyfelet foglalkoztatja.

### A hibáztató csapda

Az ügyfelek néha azért jönnek, hogy találjanak valakit, akit hibáztathatnak a helyzetükért. Lehet, hogy saját magukat hibáztatják, de az is lehet, hogy bármit megtesznek annak érdekében, hogy elkerüljék az önhibáztatást. A hangsúlynak azon kell lennie, hogy megerősítjük a klienst, hogy a hibáztatás nem befolyásolja a segítői kapcsolatot. (Hasznos lehet az új ügyfeleknek állásfoglalást adni akár az első találkozót megelőzően.)

## Stratégiák az ellenállás kezelésére

***A motivációs interjúzás szakirodalmában a következő stratégiákat tartalmazza. Az alábbiak hosszabb beszélgetésből vett töredékek, lehetséges, hogy több hét telt el közöttük és a segítő nem csak az éppen elhangzottakra reagál.***

## Egyszerű reflexió

Az ellenállással szemben könnyen alkalmazható stratégia a reflexió. Az egyén egyet nem értésének, érzéseinek vagy észlelésének elismerése jó eséllyel lehetővé teszi a további felfedezést és enyhíti az védekezést. Néha a reflexión keresztül is el lehet érni, hogy a hangsúly máshová tevődjön.

### 1. példa

**Ügyfél:** „Állandóan azt mondja, hogy máshogy csináljam a dolgokat, de mondom, hogy nem megy!”

**Segítő:** „Azt mondja, hogy nem érzi képesnek magát, hogy változtasson.”

### 2. példa

**Ügyfél:** „Nem nekem van baj a hozzáállással. Ha az emberek félreértenek, az az ő bajuk.”

**Segítő:** „Úgy tűnik Önnek, hogy a konfliktus fő oka az, hogy a többieknek nincs humorérzéke.”

## Erősített reflexió

Itt is azt tükrözzük vissza, amit az ügyfél mondott, csak eltúlozva. Ezt azért tesszük, hogy az ügyfél meghalassa, hogy mi megy át másoknak abból, amit mond. Remélhetőleg ez arra fogja ösztönözni, hogy az ambivalencia másik oldaláról is beszéljen. Ezt a technikát felkészülten, a megfelelő készségek birtokában lehet alkalmazni. A szarkasztikus hangvétel kontraproduktív, a túl éles megfogalmazás **terápiás paradoxon**hoz vezethet (ld. később).

### 1. példa

**Ügyfél:** „Próbáltam már a tapasztalatokat, rágót, még a hipnózist is. Lehet, hogy másoknak ezek segítenek, de nekem nem.”

**Segítő:** „Úgy hangzik, mintha azt mondaná, hogy örökre dohányos lesz.”

### 2. példa

**Ügyfél:** „Nem hiszem, hogy le tudnék mondani ezekről az ételekről. Nagyon nehéz lenne.”

**Segítő:** „Nagyon nehéz lehet bármilyen változtatást hozni az étrendben.”

## Kétoldalú reflexió

Elismerjük, amit az ügyfél mondott, ezután körvonalazzuk ambivalenciájának mindkét oldalát. Ezt tehetjük úgy is, hogy akár korábbi üléseken elhangzott kijelentéseire hivatkozunk.

### 1. példa

**Ügyfél:** „Verem a fejem a falba, Annyira keményen próbálkozom és mégsem sikerül. Nagyon le akarok szokni a szerről, de amikor hazajön a lakótársam, minden megfordul. Arra kezdek gondolni, hogy minek kínlódjak a leszokással. Lehet, hogy ezt érdemlem.”

**Segítő:** „Látom, hogy nehéznek találja a mostani helyzetet. Egyik oldalról nagyon szeretne tiszta lenni, másrészt érkezik egy nyomás a barátai felől, hogy van-e ennek értelme. Tudunk egy kis időt szánni rá, hogy mindkét oldalról beszéljünk?”

### 2. példa

**Ügyfél:** „Tudom, hogy változtatnom kellene a párkapcsolatomon. Nagyon is. De annyi kompromisszumot tettem eddig is, hogy úgy érzem, alig vagyok önmagam.”

**Segítő:** „Látom, hogy ez nagyon nehéz Önnek. Korábban is mondta, hogy tudja, hogy szükség van a változásra és látja ebben a saját felelősségét. De ugyanakkor nem akar még kevésbé az igazi önmaga lenni.”

### Fókuszváltás

Megpróbáljuk elmozdítani az ügyfelet attól, ami láthatólag akadályozza. Körbejárjuk az akadályokat ahelyett, hogy felrobbantanánk őket.

#### 1. példa

**Ügyfél:** „Miért jön mindig ezzel?”

**Segítő:** „Mit gondol, mit lenne most a legfontosabb a téma, amiről beszélgetünk kellene?”

#### 2. példa

**Ügyfél:** „Lehet, hogy kicsit le vagyok maradva a munkával, de nem vagyok lusta.”

**Segítő:** „Nem mondtam, hogy lusta lenne és semmiképpen sem szeretek címkéket aggasztani az emberekre. Csak érdekel, hogy Ön szerint hogy mennek a dolgok és milyen hatásai lesznek.”

### Csavaros megegyezés

Itt a segítőnek meg kell tartania a helyzetet, de lehetővé válik számára, hogy az irányra és változás momentumára továbbra is hatással legyen. Hasonlíthatjuk ezt a helyzetet ahhoz, amikor egy kétsávos úton haladunk és ledöntjük a sávokat elválasztó bójákat.

#### 1. példa

**Ügyfél:** „Miért van maga és a feleségem is úgy rákattanva a játékszenvedélyemre? Mi van az ő problémáival? Maga is játszana, ha a felesége állandóan izélné?”

**Segítő:** „Lehet, hogy túlságosan a játékszenvedélyre koncentráltam. Nyilvánvalóan vannak más tényezők is, amik hatással vannak Önre és akár a játékszenvedélyt is erősítik. Elmondaná, ez hogyan szokott történni?”

#### 2. példa

**Ügyfél:** „Miért foglalkoztatja magát és a főnökömet is állandóan a jelenléti ív? Ő is alig van az irodájában. Maga is kivenne egy kis időt, ha annyi támogatást kapna, mint én.”

**Segítő:** „Nyilvánvalóan más tényezők is hatással vannak Önre, amik tovább erősíthetik a problémát. Meséljen nekem ezekről!”

### A személyes választás és kontroll hangsúlyozása

Nem sokan szeretik úgy érezni, hogy megmondják nekik, mit csináljanak. Ha így éreznek, hajlamosak felkelni ez ellen. Leveheti az efféle nyomást az ügyfélről, ha emlékeztetjük, hogy mi **semmit sem kényszeríthetünk rá**.

“Ha változtatni akar, biztos vagyok benne, hogy sikerülni fog és mi ebben a legjobb tudásunk szerint fogjuk támogatni. De ha mégsem így dönt, mi nem fogunk semmit erőltetni. Ez az Ön döntése.”

### Újrakeretezés

Ez a stratégia különösen olyan helyzetekben hasznos, amikor az ügyfél olyan érveket hoz fel, amik tagadják az ő személyes problémáját. Az újrakeretezés során elismerjük az ügyfél nyers megfigyelését, de új értelmezést kínálunk, esetleg új megvilágításba helyezzük, ami jobban támogatja a változást. Olyan



példák tartoznak ide, amikor egy alkoholfüggő azzal dicsekszik, hogy soha sem rúg be, amit át lehet dolgozni a nagymértékű fogyasztástól kialakult tolerancia irányába, ami elősegítheti a változást. A család és barátok nyaggatását átfordíthatjuk abba, hogy a szerettei amiatt aggódnak, hogy kárt tesz magában. Lehet, hogy az ügyfél a visszaesés kudarcára koncentrálna, de a megfelelő pillanatban további kérdéseket tehetünk fel, amik a tanulságokra, sikerekre és a tisztán töltött időre vonatkoznak.

### 1. példa

**Ügyfél:** „Annyiszor próbáltam már változtatni és nem sikerült.”

**Segítő:** „Nagyon is kitartó, még a csüggedésben is. Fontos lehet Önnek a kitartás.”

## Terápiás paradoxon

A képzett segítő úgy kovácsolhat előnyt a paradoxonból, hogy bátorítja az önmotiváló kijelentéseket és a változásról szóló beszélgetést. Ebben a kontextusban ez azt jelenti, hogy a segítő a „nincs semmi probléma” oldal mellett kezd érvelni, arra számítva, hogy a kliens pont az ellenkező oldalt fogja védeni. (Az élet egyéb területein ezt fordított pszichológiának is hívják.)

### 1. példa

**Ügyfél:** „Nem hiszem, hogy ez nekem menni fog. Elég reménytelennek érzem.”

**Segítő:** „Valóban lehetséges, hogy egy következő próbálkozás után sem lesz jobban, szóval lehet, hogy jobb meg sem próbálni. Mit gondolsz?”

### 2. Példa

**Ügyfél:** „Nem vagyok benne biztos, hogy el akarok menni a képzésre. Nagyon sok időt vesz igénybe és elég nehéz.”

**Segítő:** „Ez számunkra is megfontolandó. A programban olyanok jelentkezését várjuk, akik nagyon motiváltak és erőfeszítéseket tesznek. Őszintén szólva nem vagyunk benne biztosak, hogy Ön ezt igazán végig akarja vinni.”

A stratégia mögött az az elgondolás húzódik meg, hogy a felháborodott ügyfél elismétli a változás mellett szóló érveket és felszívja magát energiával. Nyilvánvalóan ezt a stratégia csak kellő készségek birtokában és kellő figyelem mellett alkalmazható. Jól kell ismerni a klienst, hogy tudjuk, hogyan fog reagálni. Csak azért ne használjuk, mert úgy érezzük, hogy valaminek történnie kell - ez felelőtlenség lenne részünkről.

A paradoxont nem kell titokban tartani az ügyfelek előtt. Vannak olyan segítők, akik direkt szerepet cserélnék a klienssel, így a segítőnek kell a status quo mellett érvelnie, az ügyfélnek pedig a változás mellett.