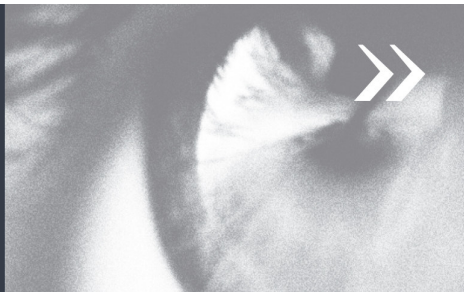


# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



## Indledning

Ofte antager man i motivationsarbejdet, at motivation er noget der skal fyldes på udefra. At man som rådgiver skal *overbevise* personen om hvad han/hun skal gøre: at man skal levere *det gode argument* som personen må overgive sig til. At man skal *forandre* personen og at man skal putte noget i personen for at dette vil ske. Hvis man arbejder ud fra denne forståelse af motivationsarbejdet, vil man som rådgiver arbejde meget med at give information og argumentere for, at den person (klient eller borger) man taler med bør (eller måske skal) ændre adfærd. Det kan eksempelvis være lægen der fortæller patienten, at han/hun skal holde op med at ryge, for ellers... eller sundhedsrådgiveren der fortæller diabetikeren, at han/hun skal dyrke motion, for ellers... Vi kunne kalde denne metode for *Tankpassermetoden* idet man her antager, at motivation fyldes på i en udefra og ind bevægelse.

Den Motiverende Samtale har i vide kredse indvarslet et paradigmeskifte i motivationsarbejdet med klienter. Den Motiverende Samtale forstår nemlig motivationsarbejdet på en radikal anderledes måde idet motivationsarbejdet snarere består i at fremdrage noget fra personen der allerede er der, end i at putte noget i personen som ikke allerede er der. I Den Motiverende Samtale arbejder man på at frembringe personens *egne* argumenter og gode grunde til at lave en forandring. Man arbejder *klientcentreret* idet det handler om at finde ud af, hvad personen selv er motiveret til og man arbejder som udgangspunkt ud fra personens perspektiv på sin egen situation og ud fra hvilke ønsker og drømme personen har om sin fremtid.

Man arbejder derfor i Den Motiverende Samtale i større grad med at *frembringe* motivation i stedet for at installere motivation.

I Den Motiverende Samtale arbejder man derfor i større grad med spørgsmål og i mindre grad med direkte rådgivning. Man antager at motivationen for at ændre adfærd i vid udstrækning allerede er

hos klienten. En hyppig grund til at personer ikke ændrer adfærd er, at de sidder fast i en *ambivalent* tilstand. Det at sidde fast i en ambivalent tilstand vil sige, at man er splittet i forhold til sin adfærd og at man på en og samme tid både ønsker den og ikke ønsker. Vi kender dette fænomen fra rygere, der ofte siger at de gerne vil stoppe med at ryge fordi det er usundt, men at de samtidig også synes at det er hyggeligt at ryge – et typisk tegn på at personen er splittet og er i en ambivalent tilstand.

Det samme fænomen gør sig ofte gældende for misbrugere, alkoholikere og overvægtige personer: at man godt ved at ens adfærd er skadelig og i konflikt med nogle af ens værdier, men samtidig er der ting ved adfærden man holder af: misbrugeren der elsker kicket fra stofferne, alkoholikeren der slapper af ved at drikke, den overvægtige der hygger sig med god mad og chips om aftenen. Det at være i en ambivalent tilstand omkring sin adfærd betyder derfor ikke, at man ikke er motiveret til at ændre den. Ordet *ambivalens* er sammensat af to latinske ord *ambi* der betyder 'to' og *valens* der betyder 'gyldighed'. At være ambivalent vil derfor sige, at man er motiveret i to forskellige retninger der er indbyrdes uforenelige. Pointen er at den ambivalente person rent faktisk allerede er motiveret – man behøver derfor ikke i sit motivationsarbejde at installere motivationen hos personen. Snarere handler det om i samarbejde med personen at frembringe personens motivation og egne ønsker og gode grunde til at ændre adfærden.

Den Motiverende Samtale er en evidensbaseret samtalemethode. Den er udviklet af de to psykologer Miller og Rollnick og er udviklet siden starten af 1980'erne og blev oprindeligt udviklet til at føre motiverende samtaler med alkoholikere og stofmisbrugere. Metoden bruges i dag meget bredt inden for hjælpeprofessionerne af blandt andet psykologer, læger, sygeplejersker, fysioterapeuter, jobkonsulenter, socialrådgivere, jordemødre og fængselsfunktionærer.

Den Motiverende Samtale er en evidensbaseret metode. Der forskes i dag i

anvendeligheden af metoden (inden for hvilke områder virker metoden?) og effekten af metoden (hvor godt virker den?) Metoden har vist sig særlig virksom ved samtaler om ændring af adfærd: f.eks. med diabetikere, rygere, alkoholikere, stofmisbrugere og inaktive. Metoden har derudover også vist sig, at være særlig virksom ved behandlingen af psykologiske problemstillinger: ved behandlingen af angst, depression, tvangstanker, selvmord og skizofreni.

I Den Motiverende Samtale er man særligt opmærksom på *relationen* mellem klient og rådgiver. En af hovedpointerne i Den Motiverende Samtale er at motivation er relationel. Det vil sige, at man som rådgiver har et stort ansvar for om klientens motivation øges eller mindskes i løbet af samtalen. Vi ved vist alle sammen godt hvad vi skal gøre for at mindske motivationen hos vores samtalepartner: vi skal være anklagende, tale om skyld, være konfrontatoriske og styrende og fortælle hvad personen skal gøre. Denne tilgang vil sjældent skabe motivation til forandring, men vil oftest skabe modstand mod forandring. Men hvad skal vi så gøre for at øge motivationen hos klienten? Dette er det interessante spørgsmål Den Motiverende Samtale ønsker at besvare: *hvilken rådgiveradfærd skaber motivation til forandring hos klienten?* For at besvare dette spørgsmål må vi omkring ånden og grundprincipperne i Den Motiverende Samtale.

## Ånden i Den Motiverende Samtale

Ånden i Den Motiverende Samtale bygger på tre grundforståelser af motivationsarbejdet mellem rådgiver og klient. Motivationsarbejdet består i at man gennem et *samarbejde* med klienten, *frembringer* klientens argumenter for forandring i en ånd der bygger på *autonomi*.

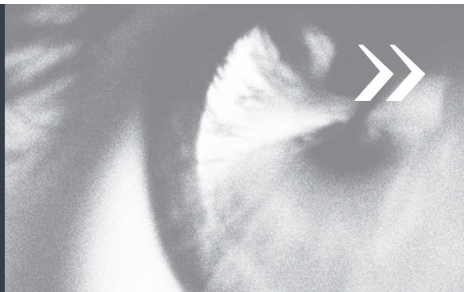
Det handler om

- Samarbejde ikke konfrontation
- At frembringe ikke installere
- Autonomi ikke autoritet

IMPLEMENT  
ProjektAkademi

# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



**Samarbejde:** Den Motiverende Samtale bygger på en samarbejdende relation mellem klient og rådgiver, hvor man i samarbejde udforsker klientens motivation. Det handler om at finde ud af hvad klienten selv er motiveret for, for derved at mobilisere klientens indre motivation til forandringer. Konfrontation skal undgås. Jo mere konfronterende og styrende man som rådgiver er, jo mere modstandssnak vil man oftest møde. Al forskning viser at samtaler med høj grad af modstandssnak fører til mindre sandsynlighed for forandring efter samtalen.

**Frembringe:** derudover handler det, som tidligere nævnt, om at frembringe og ikke installere motivation. Dette gør man, gennem en nysgerrig og spørgende tilgang, hvor man blotligger klientens egne argumenter for forandring.

**Autonomi:** og endelig arbejder man bevidst med at understrege klientens autonomi, ved ikke at være den autoritære rådgiver, der nok ved hvad klienten skal gøre. Motivationsarbejdet sker i et rum hvor klienten ikke er tvunget til at træffe en bestemt beslutning og hvor man respekterer klientens ultimative ret til selv at bestemme over sit liv. Hvis man som rådgiver taler med en person der er ambivalens (en ryger f.eks.) og man forsøger at overtale denne person ('du bør stoppe med at ryge'), vil personen ofte forsvare den anden side af ambivalensen og finde gode argumenter for ikke at ændre adfærden ('jamen det er så hyggeligt', 'jeg slapper af med rygningen', osv.). Det vil sige at resultatet af dette 'motivationsarbejde' er, at personen har talt sig selv ind i den position vi netop ønskede han skulle ændre. Og hvad værre er: personen har kun hørt sig selv komme med gode argumenter for ikke at ændre adfærd. Derfor er det vigtigt at man ikke forsøger at overtale klienten til at træffe en bestemt beslutning, da konsekvensen af dette ofte vil være, at klienten vil argumentere for det modsatte for at understrege sin autonomi.

I Den Motiverende Samtale ønsker man at skabe en relation hvor argumenterne for forandring kommer ud af den rigtige

mund – nemlig klientens. Man søger at skabe en relation mellem klient og rådgiver, der bygger på autonomi og hvor man i samarbejde frembringer klientens egne gode grunde til forandringer. En sådan relation skaber flest forandringer.

## Principperne i Den Motiverende Samtale

Den Motiverende Samtale bygger på 4 principper:

- Udtryk empati
- Udvikling af diskrepans
- Støt troen på egne evner
- Undgå diskussion

**Empati:** Den Motiverende Samtale er som tidligere nævnt en klientcenteret metode. Derfor er det helt essentielt at man arbejder på at forstå klientens perspektiv og syn på sig selv og sit liv. Det vil sige, at man respekterer klientens syn på virkeligheden og at man respekterer klientens ønsker for fremtiden. Det kan til tider være vanskeligt at arbejde empatisk: jeg talte engang med en diabetiker der allerede havde fået amputeret en tå på begge fødder og kun ville undgå at miste begge ben hvis han ændrede sin livsstil. Alligevel insisterede han på at fortsætte sit liv som hidtil. Og det kan virke mærkeligt set udefra. Pointen i Den Motiverende Samtale er den, at vi mennesker er rationelle væsener: vi har gode grunde til at gøre de ting vi gør, *set fra vores eget perspektiv*. Og det er personens perspektiv man må søge ind i når man vil arbejde motiverende. Grundene til at den førnævnte diabetiker ikke ønskede at ændre sin livsstil, handlede om at han simpelthen ikke kunne se en udvej og at han ikke troede at en ændring overhovedet kunne lade sig gøre. Set fra hans perspektiv gav det mening at han ikke ændrede livsstil.

**Diskrepans:** dette handler om at man arbejder på at udvikle en klarhed i klientens bevidsthed om, at der er en kløft mellem, der hvor jeg er nu og der hvor jeg ønsker at være. At man hjælper til at personen ser, at der er en kløft mellem personens handlinger og holdninger.

Her handler det om i samarbejde med klienten at afklare hvad der er klientens håb og drømme og se på, hvordan det hænger sammen med personens nuværende adfærd. Det kan f.eks. være ved et arbejde med en ryger, at se på hvad der sker hvis personen fortsætter sin rygning (ja statistisk set vil personen dø 10 år før en ikke-ryger), og se på hvordan dette harmonerer (eller ikke harmonerer) med personens øvrige værdier. Ofte vil rygere opleve en diskrepans mellem deres adfærd og deres værdier, som ofte handler om et liv med sundhed, at kunne være der for børnebørnene, ikke at få kræft, at være en rollemodel for børnene osv.

**Tro på egne evner:** dette har i vid udstrækning at gøre med optimisme. Hvis ikke man som rådgiver har hjulpet personen til, at se at det er muligt at forandre sig, vil man ikke have flyttet personen i forhold til at være klar til forandring - og man har derfor ikke opnået noget som helst jf. eksemplet med diabetikeren der ikke ønskede at ændre adfærd fordi han ikke troede det kunne lade sig gøre. Motivationsarbejdet består således ikke kun i at udvikle diskrepans, men består også i at hjælpe personen til at se egne ressourcer og se mulige måder at løse sin problemstilling på. Her handler det om at udforske personens tidligere succeser, personens kompetencer og styrker i øvrigt og at hjælpe til at udvikle en strategi personen selv tror på virker.

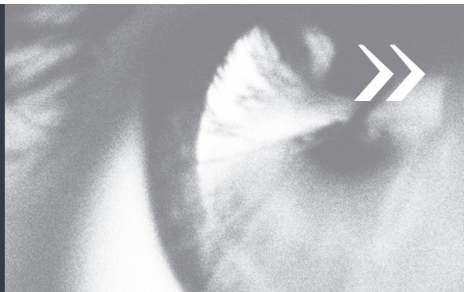
**Undgå diskussion:** det sidste sted man vil ende i en motiverende samtale er at ende i den position, hvor det er dig som rådgiver der argumenterer for forandring og klienten der argumenter mod forandring. Den diskussion vil ofte ende med at klienten rykker sig i den forkerte retning. Og klienten kender dit manuskript og har hørt din sang før med alle de gode råd og alle de gode grunde til at ændre adfærd. De kan selv fortsætte linjerne i dit manuskript da de kender alle argumenterne for at lave en forandring.

Der hvor en motiverende samtale gerne skulle ende er netop der, hvor det er personen selv, der leverer argumenter-

**IMPLEMENT**  
ProjektAkademi

# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



ne for forandring. At det er personen selv, der taler om de gode grunde til at forandre sig. At det er personen selv der udtrykker forandringsudsagnene.

## Den Motiverende Samtale og forandringsudsagn

Et af de punkter hvor Den Motiverende Samtale adskiller sig fra andre samtalemøder, 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. En del af den forskning der i dag sker inden for Den Motiverende Samtale er rettet mod en øget forståelse og 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 antallet af forandringsudsagn i samtalen og efterfølgende forandringer.

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*.

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 hvorimod 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

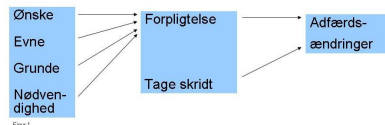
Forskning inden for Den Motiverende Samtale har vist, at jo flere forandringsudsagn klienten giver udtryk for i løbet af samtalen, jo mere sandsynligt vil det

være at klienten 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 efterfølgende forandring. Den første sætning forpligter ikke personen i samme grad som den anden sætning forpligter.

I den anden hovedgruppe finder man klientudsagn der udtrykker

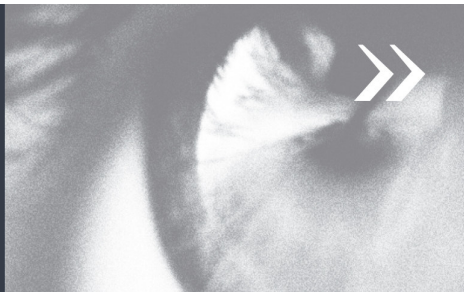
- *Forpligtelse*

IMPLEMENT  
ProjektAkademi



# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



- 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 rygfri 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 såkaldte '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.

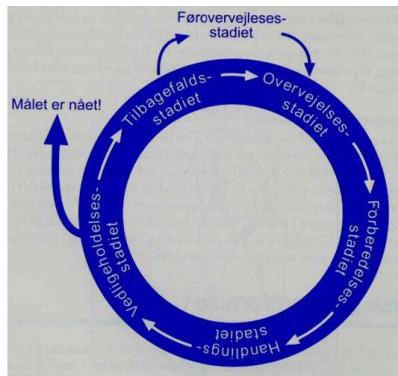
I et forsøg fra 2003 fandt man en forbindelse mellem styrken af forandringsudsagn og klienternes efterfølgende for-

brug 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 klientsamtaler 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-

forpligtelsesudsagn 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 overvejelserstadiet til forberedelsessta-



Figur 2

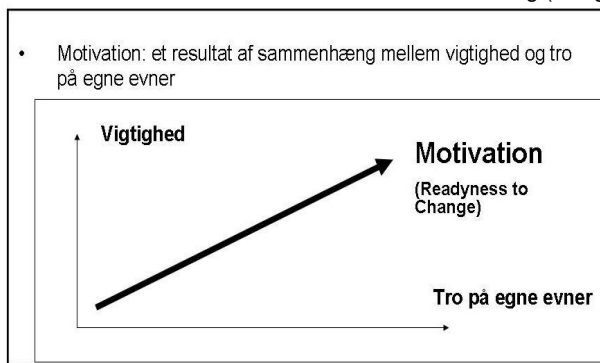
diet), hvor forpligtelsesudsagnene typisk vil komme fra en klientsamtale hvor kli-

enten befinder sig i de senere stadier (fra forberedelsesstadiet til handlingsstadiet)

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



Figur 3

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

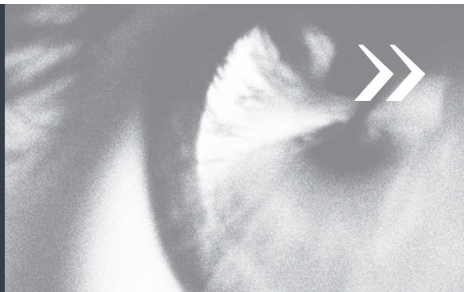
måde Miller og Rollnick arbejder med motivation på, kan man

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 rygestoppet. 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

IMPLEMENT  
ProjektAkademi

# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



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 forpligtelses forandringsudsagn: 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 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 allerhøjeste 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, 'valens' 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 und-

gå. 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

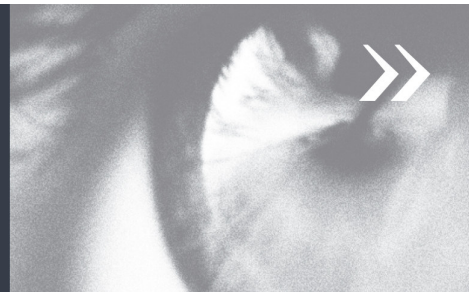
For nogle år siden lavede man et forsøg hvor rådgiveren i en klientsamtale hvert 12. minut skiftede mellem en konfronterende tilgang og en empatisk/forstående tilgang. Resultatet var tydeligt: den konfronterende tilgang fulgtes af modstand fra klienten, hvorimod den empatiske tilgang oftest fulgtes af 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

**IMPLEMENT**  
ProjektAkademi

# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



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 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, ligegyld-

dighed, 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 klientcentreret ved at respektere klientens følelser og oplevelser - ellers vil samtalen blive en brydekamp mellem to modstandere og ikke en dans mellem to dansepartnere, 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.

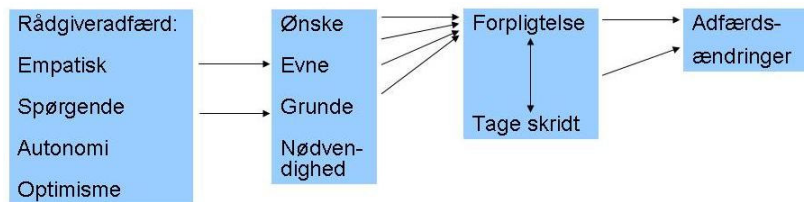


Figur 4



## Evidens

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



Figur 5

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

Fokus for Den Motiverende Samtale ligger på relationen mellem rådgiver og klient. Forskningen viser at der er en klar 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 rådgiveren handler det om at arbejde klientcentreret, at stille spørgsmål og lytte og være sammen med klienten på en respektfuld måde der bygger på i samarbejde med klienten at frembringe dennes egne gode grunde til at lave forandringer.

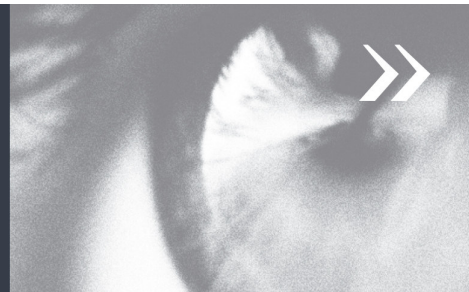
Selvfølgelig kan man ikke forandre alle. Naturligvis er der personer der ikke er

motiveret for en forandring uanset hvad man som rådgiver gør i samtalen. En af

IMPLEMENT  
ProjektAkademi

# Introduktion til Den Motiverende Samtale

- af Gregers Rosdahl, cand. mag. i filosofi



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: forforpligtelses 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.

## Afrunding

Du kan altid finde masser af spændende artikler og viden om Den Motiverende Samtale på hjemmesiden [www.DenMotiverendeSamtale.dk](http://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](mailto:gro@implement.dk)

Med venlig hilsen  
Gregers Rosdahl

**IMPLEMENT**  
ProjektAkademi