

DAVID B. ROSENGREN

# Dezvoltarea abilităților de aplicare a interviului motivațional

## Ghid pentru practicieni

Ediția a doua

Traducere din limba engleză de  
Vlad Vedeanu



*Pentru Charley Rosengren, gigant al credinței, speranței și iubirii*

# Cuprins

9	<i>Notă la ediția a doua</i>	
11	<i>Prefață</i>	
15	<b>Partea I</b>	<b>Călătoria care ne așteaptă</b>
17	<b>Capitolul 1</b>	Introducere
26	<b>Capitolul 2</b>	Ce este IM și de ce să-l folosim?
73	<b>Capitolul 3</b>	Introducerea celor patru procese
77	<b>Partea a II-a</b>	<b>Implicarea: fundația relațională</b>
99	<b>Capitolul 4</b>	Utilizarea OARS: ascultarea reflexivă
143	<b>Capitolul 5</b>	Utilizarea OARS: întrebări deschise, aprecieri și rezumate
184	<b>Capitolul 6</b>	Explorarea valorilor și obiectivelor
217	<b>Partea a III-a</b>	<b>Focalizarea: direcția strategică</b>
224	<b>Capitolul 7</b>	Găsirea orizontului
269	<b>Capitolul 8</b>	Schimbul de informații
327	<b>Partea a IV-a</b>	<b>Evocarea: pregătirea pentru schimbare</b>
338	<b>Capitolul 9</b>	Recunoașterea limbajului pro-schimbare și a limbajului anti-schimbare
379	<b>Capitolul 10</b>	Evocarea motivației
449	<b>Capitolul 11</b>	Cum răspundem la limbajul anti-schimbare și dansul cu dezacordul

8	493	<b>Partea a V-a</b>	<b>Planificarea: calea către schimbare</b>
	505	<b>Capitolul 12</b>	Tranziția spre planificare
	532	<b>Capitolul 13</b>	Dezvoltarea unui plan de schimbare, întărirea angajamentului și susținerea schimbării
	585	<b>Partea a VI-a</b>	<b>Practica IM</b>
	586	<b>Capitolul 14</b>	Învățarea IM
	611	<b>Anexă</b>	Construirea unei comunități de învățare a IM
	617		<i>Mulțumiri</i>
	619		<i>Bibliografie</i>

## Notă la ediția a doua

Prima ediție a cărții de față a fost publicată în 2009 și a devenit rapid o lucrare clasică a seriei „Applications of Motivational Interviewing” de la Editura Guilford din New York. S-a dovedit valoroasă pentru cei nefamiliarizați cu interviul motivațional (IM) și care doreau să-l aplice ei înșiși, pentru formatorii în căutare de exerciții care să le anime atelierele și pentru supervizorii care căutau modalități de a-și face discipolii să dea tot ce au mai bun. Când a treia ediție a cărții clasice *Motivational Interviewing*, coordonate de Miller și Rollnick, a fost publicată în 2013, în arena formării în IM existau multe idei și concepte noi și a fost limpede că era bine-venită o revizuire a cărții lui Rosengren, care se centra pe abilitățile IM. În ultima perioadă au devenit mult mai importante pentru specializarea în IM exercițiile create pentru asimilarea celor patru procese care alcătuiesc IM, pentru focalizarea atenției asupra limbajului clientului și pentru echilibrarea raportului dintre empatie și direcționare.

Avem așadar deosebita plăcere de a introduce această nouă ediție a cărții de față. Veți găsi aici multe exerciții excelente, indiferent dacă învățați IM de unul singur, dacă îl predați grupurilor sau dacă aveți practicieni în supervizare. După cum bine a spus Rosengren, acest ghid nu înlocuiește lecturile și cursurile mai extinse de IM, însă reprezintă un început bun. Pentru cei care preferă o abordare practică, acest ghid reprezintă o imersiune bine-venită în metoda IM și un însoțitor prietenos al manualului de IM.

Acest ghid, și de fapt practica IM în general, datorează mult organizației Motivational Interviewing Network of Trainers (MINT; [www.motivationalinterviewing.org](http://www.motivationalinterviewing.org)), care s-a arătat a fi o gazdă bună pentru cei interesați de excelența predării și de asigurarea calității IM, membru fiind și David B. Rosengren, implicat încă de la început. Talentul natural al autorului pentru cursurile de formare, combinat cu generozitatea cu care

- 10 își împărtășește ideile cu ceilalți, a dus la ghidul pe care urmează să îl citiți. Sunteți pe mâini bune!

Stephen Rollnick, William R. Miller și Theresa B. Moyers,  
Coordonatorii seriei „Applications of Motivational Interviewing”  
de la Editura Guilford

## Prefață

Să începem cu ce e evident: s-au schimbat multe în cei opt ani care au trecut de la publicarea primei ediții a acestei cărți — în lume în general și în lumea interviului motivațional (IM). Printre aceste schimbări sunt câteva care au avut o influență deosebită asupra ediției de față.

În primul rând, o nouă ediție a *Motivational Interviewing* a apărut în 2013 (Miller și Rollnick, 2013). Aici, Miller și Rollnick au eliminat principiile și fazele IM și au oferit o distincție clară între limbajul anti-schimbare și dezacord, această nouă conceptualizare venind să înlocuiască vechea teorie despre „rezistență”. Autorii au introdus și cele patru procese ale IM ca descriere a modului în care IM se desfășoară, precum și a modului în care oamenii se descurcă în schimbare. Această nouă ediție a cărții de față se aliniază acestor modificări și încearcă să ofere un nou nivel de profunzime modului în care înțelegem aceste procese. De asemenea, respectă schema organizațională utilizată de Miller și Rollnick, cele patru procese oferind cadrul diferitelor părți ale acestei cărți și introducând concepte și abilități de IM pe măsură ce ele tind să apară în aceste procese.

În al doilea rând, cercetătorii au trecut de la întrebarea „IM *chiar* funcționează?” la „Cum funcționează IM?” Este mai clar, deși încă nu avem o imagine completă, rolul pe care limbajul pro-schimbare, limbajul anti-schimbare și dezacordul îl au în procesul de schimbare și este mai clar care acțiuni ale practicianului pot susține sau împiedica acest proces. Acest volum îi cere cititorului să se gândească și să încerce să fie mai direcțional și mai intențional în aplicarea abilităților de bază și în alegerea momentului în care aplică aceste competențe. De exemplu, formularea de întrebări și oferirea de reflecții sunt practicate într-o manieră specifică fiecăruia dintre cele patru procese.

În al treilea rând, pe măsură ce conceptualizarea mea s-a îndreptat spre modul în care funcționează IM, am fost din ce în ce mai influențat de ideile psihologiei pozitive. Pentru cei nefamiliarizați cu psihologia



pozitivă, aceasta poate fi caracterizată succint ca studiul riguros al factorilor care determină dezvoltarea oamenilor și comunităților. Wagner și Ingersoll au introdus aceste idei în lumea IM prin *Motivational Interviewing in Groups* (Wagner și Ingersoll, 2013). Tot ei au introdus teoria emoțiilor pozitive ca factor de „extindere și consolidare” (v. Fredrickson, 2009). Se pare că există o legătură firească între ceea ce descoperă cercetarea și ce se întâmplă în interacțiunea dintre practicienii IM și clienți. E nevoie de studii suplimentare pentru confirmarea acestor factori, dar ideile au fost introduse în acest text, alături de menționarea succintă a cercetărilor care susțin preluarea acestor descoperiri ale psihologiei pozitive.

În ultimul rând, am început să lucrez cu o organizație privată nonprofit, numită Prevention Research Institute (PRI), cam în perioada în care se publica prima ediție. E interesant că PRI a fost fondat în 1983 — același an în care s-a născut IM — și era mînat cam de aceeași întrebare: există un mod mai bun de a lucra cu oameni care nu iau în calcul schimbarea, dar care ar trebui s-o facă, și ce ne spun cercetările? PRI a fost inițial centrat asupra prevenției consumului de mare risc de alcool și droguri. Fără IM ca opțiune, institutul a apelat la teoria persuasiunii, în speță la calea centrală către persuadare. (Calea centrală către persuadare presupune mai multe nuanțe, dar în acest context implică încurajarea receptorului de a se schimba prin luarea în considerare a ideilor și conceptelor prezentate.) Recunosc că utilizarea termenului „persuasiune” m-a neliniștit, întrucât era ceva ce IM ne învață să evităm. Dar pe măsură ce mă uitam la programele PRI și citeam mai multe despre teoria persuasiunii, mi-a fost clar că influența era prezentă și în procesele MI, și în cele explicit persuasive; de fapt, se părea că folosim nume diferite pentru a descrie procese care au un nucleu comun. Ambele abordări erau centrate pe schimbarea internă durabilă și, aplicate bine, au în centru individul și dreptul de a alege. Deși compatibilitatea pe termen lung dintre IM și teoria persuasiunii sau dintre IM și mai recentul model al probabilității de elaborare a informației (Petty, Barden și Wheeler, 2009; Petty și Wegener, 1999) rămâne de verificat, cititorul va vedea dovezi specifice ale integrării acesteia în capitolul despre oferirea de informații, dar, mai general, în limbajul acestei cărți („eu” și „noi” în loc de „tu” și „dvs.”) și în ordinea în care prezint ideile.

În privința a ceea ce a fost păstrat și ce e nou, unele exerciții au dispărut și altele au rămas, în funcție de reacțiile primite de la cititori. Există secțiuni și exerciții noi. Am împărțit, refocalizat, revizuit și amplificat



unele capitole. Sunt capitole noi despre explorarea valorilor și obiectivelor și „găsirea orizontului”. Estimez că 40% din material este nou și 30% a fost revizuit în mod semnificativ. Sper că restul de 30% a rezistat testului timpului, deși această judecată îi aparține cititorului.

13

## Călătoria care ne așteaptă

Dicționarul *Merriam-Webster*<sup>1</sup> definește cuvântul „map” („hartă”) ca:

- reprezentare a unei zone întregi sau parțiale, care are, de obicei, drept suport o suprafață plană
- reprezentare a cărei claritate este asemănătoare cu cea a unei hărți

A fost odată o vreme când eram o persoană activă care petrecea mult timp în aer liber. Îmi plăcea să plec în excursii, să fac canotaj și rafting. Deși vârsta, starea fizică, copiii și timpul au conspirat să facă acele activități mai dificil de realizat acum, anumite aspecte centrale ale acelor experiențe încă rezonază cu mine. Ne vom folosi de aceste experiențe pentru a conceptualiza mai bine modul în care lucrăm cu clienții și ne vom folosi în special de rafting ca metaforă.

Să începem cu începutul. Nu susțin că aș face parte dintre experții în rafting. Sunt oameni care au cunoștințe specializate și multă experiență. Ei înțeleg cursul apei și modul în care interacționează cu mediul înconjurător, cum barca gonflabilă alunecă pe apă și cum oamenii trebuie să lucreze împreună pentru o călătorie reușită. Trebuie să înțeleagă tehnici specifice de manevrare a bărcii. În sfârșit, trebuie să cunoască râul pe care se dau și modul în care factori ca vremea pot afecta acel curs de apă. În următoarele pagini vorbim despre elementele interviului motivațional (IM) care corespund acestei activități, astfel încât să le înțelegem mai bine.

Există, bineînțeles, anumite instrumente și o cunoaștere specifică de care avem nevoie în această călătorie. Trebuie să cunoaștem cursul râului și, pentru asta, o hartă bună e oricând bine-venită. Această hartă ar trebui să indice aspectele esențiale ale cursului și detalii care să ne ajute să înțelegem unde suntem și înspre ce ne îndreptăm.

---

<sup>1</sup> Toate definițiile de la începutul capitolelor sunt preluate de pe [www.merriam-webster.com](http://www.merriam-webster.com).

16 Vom avea nevoie și de alte lucruri. O busolă e considerată unul dintre cele zece lucruri esențiale dintr-o călătorie de rafting. Ne ajută să știm unde suntem, mai ales când deviem de la planul inițial. Avem nevoie și de echipament adecvat — o barcă rezistentă și vâsle care să ne ajute să ne deplasăm. Pe parcursul cărții ne vom raporta la elementele corespunzătoare din IM. Începem cu harta în Capitolul 1, după care vom examina unele aspecte esențiale ale călătoriei IM în Capitolul 2. În sfârșit, vom încheia această secțiune în Capitolul 3, unde vom analiza modul în care cele patru procese ale IM oferă o metodă de orientare în funcție de care ne dăm seama unde suntem și către ce ne îndreptăm alături de clienții noștri.

## Introducere

IM este în continuă dezvoltare (Miller și Rollnick, 1991, 2002, 2009, 2013; Miller și Rose, 2009). Prima ediție a acestei cărți începea cu enumerarea lucrurilor care demonstrează diferitele moduri în care IM s-a maturizat. Această enumerare ar fi și mai complexă și poate mai puțin semnificativă pentru majoritatea cititorilor de astăzi. În loc de asta, haideți să măsurăm dezvoltarea prin ceva mai tangibil: numărul de cărți despre IM care abordează o gamă largă de subiecte și care au ca autori un grup talentat de scriitori, cercetători și clinicieni. În continuare puteți vedea subiectele și autorii cărților publicate de Guilford Press de la prima ediție, din 2009, a acestei cărți:

- *Motivational Interviewing in Schools* (Rollnick, Kaplan și Rutschman, 2016)
- *Motivational Interviewing in Nutrition and Fitness* (Clifford și Curtis, 2015)
- *Motivational Interviewing in the Treatment of Anxiety* (Westra, 2012)
- *Motivational Interviewing in Diabetes Care* (Steinberg și Miller, 2015)
- *Motivational Interviewing in Social Work Practice* (Hohman, 2011)
- *Motivational Interviewing with Adolescents and Young Adults* (Naar-King și Suarez, 2011)
- *Motivational Interviewing and CBT: Combining Strategies for Maximum Effectiveness* (Naar-King și Safren, 2017)
- *Motivational Interviewing in Groups* (Wagner și Ingersoll, 2012)
- *Motivational Interviewing with Offenders: Engagement, Rehabilitation, and Reentry* (Stinson și Clark, 2017)

Există și două ediții noi:

- *Motivational Interviewing: Helping People Change* (ed. a III-a; Miller & Rollnick, 2013)

- 18 • *Motivational Interviewing in the Treatment of Psychological Problems* (ed. a II-a; Arkowitz, Miller, & Rollnick, 2015)

În plus, Zuckoff și Gorscak (2015) au scris o minunată carte de self-help adresată și clienților, și publicului general. În sfârșit, există cărți publicate de alte edituri, printre care cartea excelentă a lui Schumacher și Madson (2005), care oferă sfaturi și strategii pentru obstacole clinice frecvente în învățarea și utilizarea IM. Amploarea acestei dezvoltări este uimitoare și reflectă expansiunea pe care IM a cunoscut-o în ultimii șapte ani. De asemenea, apare întrebarea: unde se încadrează noua ediție în această panoplie de oferte?

## Publicul-țintă și scopul cărții

Acest manual este destinat practicienilor din numeroase tipuri de intervenții și abordări. Deși folosesc din conveniență termenii „practicant” și „client”, acest manual este util și pentru antrenori, instructori de fitness, manageri, angajați în sistemul corecțional, profesioniști în domenii conexe, ghizi în programe studențești, medici, stomatologi, educatori pentru persoanele cu diabet, specialiști în tratamentul dependenței de substanțe, asistenți sociali, consilieri și pentru numeroși alții care lucrează în domenii de asistență. Numitorul comun îl constituie *oamenii care au de-a face cu posibilitatea schimbării și persoanele care îi ajută*.

Această carte este autonomă, dar poate servi și ca adaos al cărților citate anterior. În aceste texte, autorii analizează contextul, practica și aplicațiile IM cu diferite tipuri de oameni și în diferite tipuri de situații. Ei vorbesc și despre tehnici de învățare și alte chestiuni conceptuale. Însă nu oferă aceeași gamă și profunzime a oportunităților de practică prezentate aici; acesta este un manual al cărui scop este extinderea și aprofundarea abilităților de IM.

Cititorul nu trebuie să fi citit a treia ediție a *Motivational Interviewing* (MI-3) pentru a se folosi de această carte. Fiecare capitol oferă o perspectivă generală a conceptelor la care participantul e expus fie în forma introductivă, fie în cea avansată pe care eu le ofer. Pentru cei deja familiarizați cu IM, aceste informații servesc drept recapitulare, dar pot fi și nuanțe nemaiîntâlnite până acum; pentru cei noi în domeniul IM, cartea va introduce conceptele folosite. În orice caz, citirea MI-3 vă va aprofunda înțelegerea IM și va spori și utilitatea prezentei cărți.



Această carte este congruentă cu conceptele actuale ale IM și în același timp reflectă ordinea temelor de formare pe care eu le folosesc în atelierelor obișnuite, fiind construite logic pe baza conceptelor anterioare și oferind o structură logică pentru înțelegerea IM. Cartea de față folosește cele patru procese de implicare, focalizare, evocare și planificare pentru a organiza capitolele și pentru a ilustra modul în care abilitățile de bază, în special adresarea de întrebări și oferirea de reflecții, pot fi utilizate în fiecare etapă. În general, fiecare capitol poate fi citit separat, deși unele exerciții din ultimele capitole se bazează pe informații prezentate în primele părți. Pentru cei deja familiarizați cu conceptele IM sau care tind să lucreze într-o manieră nonliniară, acest manual oferă un meniu *à la carte*.

La fel ca în ediția anterioară, această carte se încadrează în modalitatea verbal-lingvistică, însă e scrisă într-o manieră adresată diferitelor stiluri de învățare (Silver, Strong și Perini, 2000). Sunt expuse numeroase tipuri de activități de învățare, unele dintre acestea fiind mai eficiente în funcție de stilul de învățare al persoanei. Deși eu vă încurajez să le încercați pe toate, nu trebuie să vă simțiți obligat să faceți asta.

## Obiective specifice

Această carte are trei obiective principale. Primul constă în a le oferi cititorilor ocazia de a „vedea” aplicarea conceptelor IM în numeroase exemple clinice și de formare expuse în întregul text. Aceste exemple se bazează pe cei aproape 30 de ani în care am lucrat ca psiholog și pe cei mai bine de 20 de ani în care am oferit training IM. Deși aspectele vizuale și bogăția schimburilor verbale nu sunt surprinse în textul scris, cititorul are avantajul de a examina schimburile într-un ritm lejer și poate „auzi” gândurile specialistului. Adesea, surprinderea subtilităților acestor dialoguri necesită reluarea unor replici, iar acest format permite luxul recitirii dialogului.

În al doilea rând, acest manual oferă ocazii de exersare a celor învățate. Exercițiile ne permit să ne punem la încercare și să ne rafinăm abilitățile. Unele dintre aceste activități sunt lucruri pe care le putem face singuri, însă altele implică interacțiune, inclusiv oportunități specifice de a lucra cu un partener. Exercițiile pot fi folosite și ca parte a unui grup de studiu sau a unei comunități de învățare a IM. Fișe de lucru pentru toate exercițiile sunt incluse la finalul fiecărui capitol. Vă încurajez să le completați și să le păstrați pe toate, unele fiind de folos în activități ulterioare. Puteți copia aceste fișe de lucru pentru dezvoltarea personală a propriilor abilități.



În al treilea rând, acest manual include unele activități care pot fi aplicate în cazul clienților. Deși apar într-un anumit capitol, exercițiile pot servi mai multor scopuri și pot fi utilizate în diferite momente ale procesului de schimbare. Cu toate acestea, aceste exerciții nu sunt același lucru cu IM. Deși designul este congruent cu principiile IM, modul în care practicianul utilizează aceste materiale va determina adecvarea lor la IM. Astfel, înainte de a le folosi într-o situație în care consiliați pe cineva, e preferabil să aveți o oarece experiență cu formele acestora și să le modificați în funcție de situație.

## Organizarea capitolelor

Capitolul 3 introduce cele patru procese și are o structură similară acestui capitol. Formatul celorlalte capitole (2, 4-14) este descris mai jos.

### *Introducere*

Un exemplu ilustrează provocările explorate în respectivul capitol. Printr-o combinație de descrieri și fragmente de dialog, cititorul experimentează o situație clinică sau de viață care ancorează învățarea într-o conversație reală, după care este întrebat „Ce ați face în continuare?”

### *O privire în profunzime*

Această secțiune introduce conceptele unui anumit capitol. De exemplu, Capitolul 4 conține o discuție despre ce este ascultarea reflexivă, despre modul în care funcționează și despre subtilitățile aplicării acesteia. Pentru un cititor nou în acest domeniu, astfel de informații pun bazele activității experiențiale care urmează; pentru practicianul IM mai experimentat constituie o perspectivă de ansamblu care ilustrează nuanțele pe care eu le-am aflat prin cercetare și prin formarea altora în IM. Pentru cei care doresc să stăpânească IM, aplicarea nuanțată și bine gândită a tehnicilor IM face ca specialiștii să atingă excelența (Duckworth, 2016).

### *Test — verificați-vă cunoștințele!*

Acest scurt text este o modalitate amuzantă de a vedea cât de bine ați asimilat materialul tocmai prezentat. Pentru practicienii experimentați,