Svoboda, Mojmír

Psychologická intervence bez osobní účasti klienta

Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. P, Řada psychologická. 2010, vol. 58, iss. P14, pp. [77]-84

ISBN 978-80-210-5422-6
ISSN 1211-3522

Stable URL (handle): https://hdl.handle.net/11222.digilib/114418
Access Date: 30. 11. 2024
Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

MUNI ARTS Masarykova univerzita Filozofická fakulta

Digital Library of the Faculty of Arts,
Masaryk University
digilib.phil.muni.cz

SBORNÍK PRACÍ FILOZOFICKÉ FAKULTY BRNĚNSKÉ UNIVERZITY
STUDIA MINORA FACULTATIS PHILOSOPHICAE UNIVERSITATIS BRUNENSIS
P 14 / 2010

MOJMÍR SVOBODA

PSYCHOLOGICKÁ INTERVENCE BEZ OSOBNÍ ÚČASTI KLIENTA[1]

Anotace
Moderní doba přináší často absenci bezprostředního fyzického kontaktu psychologa a klienta. Jedná se hlavně o psychologickou intervenci prostřednictvím telefonu, masových sdělovacích prostředků a internetu. Je pojednáno o charakteristikách, možnostech a mezích „distanční" komunikace a intervence. Je konstatována absence pravidel psychologického působení v etických kodexech řady zemí.

Klíčová slova
psychologická intervence, internet, telefonní kontakt, masová média

Překotný vývoj společnosti v posledních letech a zrychlení životního tempa imanentně ovlivňuje způsob interpersonální komunikace i styl psychologické činnosti. Je třeba oslovovat stále více jedinců, sdělovat informace velkému počtu recipientů a v minimální časové prodlevě. Doba, v níž žijeme, přináší nové způsoby komunikace v oblasti psychologie, psychodiagnostiky, psychoterapie. Kromě pozitiv přináší sebou i problémy, o nichž je třeba mluvit, ať se nám to líbí nebo ne.

Na poli psychologie se nejčastěji setkáváme s třemi druhy komunikace, při níž nejsou obě komunikující strany fyzicky pospolu, jednají tedy distančně – „na dálku". Psycholog jedinci či veřejnosti poskytuje odborné informace nebo se pokouší působit preventivně, terapeuticky či diagnosticky. V každém případě nějakým způsobem více či méně zasahuje do psychiky svého okolí, použití termínu „psychologická intervence" je tedy na místě.

Nejčastěji se lze setkat se třemi druhy intervence, a to prostřednictvím

1. telefonu
2. hromadných sdělovacích prostředků
3. internetu.

[1] *Předneseno ve zkrácené formě na 27. česko-slovenské psychoterapeutické konferenci v Trenčianských Teplicích 2009.*

Ad 1: Intervence prostřednictvím telefonu

Americká psychologická asociace APA v roce 1995 uznala (Haas et al. 2003), že telefon může být používán jedině v následujících druzích služeb:

- předávání edukativních informací
- horká linka pro osoby se sebevražednými tendencemi, kterým psycholog poskytuje pomoc
- krátké krizové intervence
- směřování k dosažení kompromisu dvou různě zaměřených stran.

Bylo zdůrazněno, že poskytovat systematickou psychoterapii po telefonu je nepřípustné**.**

Haas et al. (2003) postulují otázky, které je třeba klást v situaci poskytování psychologické pomoci telefonem:

1. zda tento druh pomoci je dostatečný pro klienta nebo je třeba jej nasměrovat k osobní návštěvě psychologa
2. zda je možné adekvátní vymezení psychologické situace klienta, zda si je psycholog vědom omezení při diagnostikování a při úvahách o prognóze v průběhu telefonického rozhovoru
3. zda nejsou žádné bariéry v komunikaci mezi klientem a psychologem, zda nic neruší jejich pozornost
4. zda psycholog má nezbytné zkoušky, trénink i temperamentové vlastnosti k udílení telefonické pomoci
5. zda má psycholog vypracovaný systém nahrávání hovoru a uchovávání těchto nahrávek spolu se souhlasem klienta
6. zda psycholog zná očekávání klienta od telefonické pomoci
7. zda psycholog ví, jak klient uhradí náklady.

Výše uvedený text je třeba chápat jako nejobecnější principy. Dlouholetá historie našich linek naděje (důvěry) je důkazem oprávněné existence telefonických kontaktů. Avšak vždy byly a jsou chápány jako neodkladná urgentní intervence v krizové situaci. Pokud pracovník, sloužící na lince telefonické pomoci uznal za vhodnou další intervenci, doporučil volajícímu osobní kontakty na příslušné odborníky a dlouhodobější terapeutický kontakt.

Ad 2: Intervence v hromadných sdělovacích prostředcích (v tisku, rozhlase a televizi)

Transformace společnosti se dotkla i psychologie. Tradiční chápání role psychologa, např. ve výchově či v péči o ochranu zdraví, se dostala na druhou kolej. Objevily se nové možnosti uplatnění, třeba v reklamě, při konkursních řízeních, v nových formách poradenství aj. Psychologie se ukázala jako vědní disciplina, kterou je možno exploatovat nejen v soukromém, ale i ve veřejném životě. Někteří psychologové se stali ze dne na den mediálními osobnostmi, na novou roli však nebyli připraveni. Profesní etické kodexy vesměs nepředjímaly takovou situaci (Toeplitz, 2000). Nedostatečně poučení novináři chápou psychologii

jako jednolitou a de facto nediferencovanou disciplinu. Avšak žádný psycholog neumí všechno, není specialista na všechny oblasti. Často je nucen (nebo se nechá přinutit) hovořit na téma, o němž nemá dostatečné znalosti, které bezpečně neovládá. Zřídka se lze setkat s vyjádřením psychologa: „Na tuto oblast nejsem specialista."

Výpovědi psychologů v hromadných sdělovacích prostředcích lze zařadit do tří kategorií:

1. komentují aktuální události (např. okolnosti aktuálního únosu dítěte)
2. poskytují rozhovory na libovolná témata
3. působí jako poradci a „odborně komentují" televizní reality show a jiné dlouhodobé projekty.

Psychologické intervence se staly neobyčejně populární. Každý týdeník i mnohý deník obsahují rubriku „Psycholog radí" či něco podobného. Uveřejňují čtenářské dopisy, které jsou někdy skutečně od čtenářů, někdy je vymýšlí redakce či dokonce odpovídající psycholog. Je třeba rubriku naplnit v každém čísle. Pokud odpovídá skutečně psycholog či psychiatr, nikoliv redaktor (viz Haškovu povídku pojednávající o tom, jak si redaktor Světa zvířat vymýšlel fantastické dotazy a posléze na ně odpovídal), měl by odpovídat tak, aby to korespondovalo s etickým kodexem, týkajícím se popularizace vědy. Podmínky, které je třeba splnit:

1. Psycholog pečuje o zachování anonymity klienta. Nejde jen o neuvádění jména, ale je třeba se vyvarovat i dalších údajů, které by mohly vést k identifikaci klienta.
2. Psycholog se nesnaží stanovit diagnózu. Dopisy jsou obvykle krátké, několikavěté a problém popisují z hlediska klienta a psycholog nemůže klást doplňující dotazy. Nelze produkovat hluboké interpretace.
3. Psycholog se stará o to, aby žádný z jeho názorů nemohl být chápán jako rozsudek. Psycholog nemůže hodnotit ani osoby ani jejich chování.
4. Psycholog se vyhýbá kategorickým tvrzením.
5. Psycholog prezentuje různé možnosti, neuvádí jen jedno (nejlepší) řešení. Porada spočívá v tom, že se předkládají čtenáři možnosti různých druhů řešení, z nichž si má sám vybrat.
6. Psycholog nepoužívá žádných „nálepek" – pozor na labeling.
7. Psycholog má předávat verifikovaná empirická psychologická vysvětlení.
8. Psycholog dbá na integrálnost a kontinuitu udílených rad. To je důležité zejména, pokud odpovídá na stránkách téhož periodika. Důležité je, aby podtrhl kontinuitu odpovědi. Jestliže jeden týden píše, že dítě je dobrým prostředkem k řešení manželské krize a za týden sděluje, že dítě může též přispět k rozpadu rodiny, uvádí čtenáře do zmatku. („Děti jsou květy života" a proti tomu „Metla vyhání děti z pekla")

Dyakowska (2004) analyzovala obsahy několik desítek rubrik v (zejména) ženských časopisech. Srovnávala způsob prezentace psychologů i výskyt etických chyb v „tiskových radách". Z hlediska informací, které o sobě poradci zve-

řejňovali, lze vyčlenit skupinu těch, kteří uvádějí své jméno a příjmení a rubrika má název „Psychologická poradna, sloupek“ apod. Další uvádějí svoje jméno a příjmení s dodatkem „psycholog“, čímž dodávají větší věrohodnost svým odpovědím. Nejvyšší stupeň důvěryhodnosti znamená pro čtenáře ještě doplněk, uvádějící označení pracoviště.

V psychologických rubrikách v časopisech se s častější frekvencí objevovaly následující chyby:

1. diagnostikování tazatele
2. používání labelingu
3. kategorický způsob tvrzení (výkladů, interpretací)
4. uvedení jen jednoho řešení problému.

Z. Toeplitz (2004), která se dlouhodobě zabývá situací v Polsku, formuluje následující pravidla pro psychology, odpovídající v tisku:

Psycholog musí hledat, nacházet a získávat odpovědi na čtenářské dotazy v psychologické teorii i v experimentálních výsledcích a praktických zkušenostech. Jeho odpovědi musí být ve shodě s etickými profesními zásadami. Psycholog nemůže vytvářet lichá očekávání u čtenáře, týkající se vytvoření individuálního profesního vztahu.

Ad 3: Komunikace a intervence prostřednictvím internetu

Obrovské rozšíření se dočkal internet jako nové komunikační médium, které slouží kromě šíření informací i mnoha dalším účelům. Jako virtuální sociální síť je prostředím setkávání. Internet je hlavně prostředím mladistvých, který percipují coby prostředí bez zábran, prostředí odreagování a zábavy, prostředí bez závazků, prostředí lži, přetvářky, štěstí (Šmahel, 2003).

V mnoha případech se jedná o surogátovou komunikaci, místo reálných vztahů jsou navazovány vztahy náhradní. Uživatelé mají pocit anonymity a bezpečí, což vede k snadnějšímu sebeodhalování. Avšak nikdo nemá jistotu, s kým komunikuje, neboť druhá strana se může vydávat za kohokoliv. Tato forma komunikace může pomoci extrémním introvertům, majících výsostné zábrany v osobním kontaktu, ale nebezpečí zneužití je vysoké.

Ty tam jsou situace ze začátku devadesátých let minulého století, kdy v časopise LEO byly publikovány seznamovací inzeráty s dodatkem „erotický dopis podmínkou“. Internetové prostředí umožňuje on-line chatování s více než erotickou náplní. Čím dál častěji se lze setkat s varováním dětí a mladistvých před potenciálním nebezpečím facebooku.

Prostředí internetu vede k vytváření virtuální reprezentace identity (Šmahel, 2003). V této souvislosti se hovoří o osobní virtuální identitě („čím jsem jako osoba ve virtuálním prostředí, či spíše čím je moje reprezentace této osoby ve virtuálním prostředí“) a o sociální virtuální identitě („kam patřím ve virtuálním prostředí, čeho jsem součástí, resp. kam patří moje virtuální reprezentace“).

Z rostoucí popularity internetu vyplývá, že počet nabídek různorodých psychologických porad a jiných intervencí stále roste a že stále více osob těchto nabídek využívá. Je pochopitelné, že anonymita a jednoduchost komunikace zvyšuje míru exploatace těchto služeb. Informace o internetových službách musí zdůraznit, že internetový kontakt není založen na uzavření kontraktu, poněvadž:

1. neznáme očekávání klienta
2. nelze získat vědomou shodu klienta beroucí ohled na všechny informace (informovaný souhlas)
3. není možnost zachovat důvěrnost kontaktu
4. jsou ohraničené možnosti zajištění cíle intervence (Toeplitz-Winiewska 2008).

Psycholog pracující na stránkách internetu je povinen informovat klienta o tom, že není zaručena důvěrnost a jeho privatissimum, dále že internetový kontakt vyžaduje uchovávání všech údajů o klientovi a rovněž sdělení, že psycholog má povinnost předat údaje, pokud uzná, že klient ohrožuje sebe či jiné lidi.

Shapiro a Schulman (1999) formulují etické zásady poskytování psychologické pomoci prostřednictvím internetu: Informace o poskytovaných službách musí být zkonstruována tak, aby klient věděl, že se jedná o experimentální metodu, které chybí některé aspekty tradičních terapeutických metod a že internetová komunikace není důvěrná. Dále je třeba informovat o tom, že se neutváří profesionální vztah terapeut – klient. Autoři rovněž zdůrazňují, že kontakt s tímtéž terapeutem musí být jednorázový a dále že nahrávky mohou být archivovány a klient nemá možnost je získat. Klient si musí být vědom toho, že každý komunikát může být přístupný mnoha lidem, přičemž nelze vždy zabránit identifikaci jména a adresy klienta.

Významným problémem je chybění odpovídající odborné přípravy psychologa pracujícího přes internet. I u psychologů vyškolených v psychoterapii mohou být jejich kompetence omezeny. Toto ohraničení vyplývá mj. z chybění diagnostických informací, které může vyplývat z nedostatku možnosti pozorování i z krátké doby, potřebné k rozpoznání problémů. Dalším problémem může být výskyt silných emocí klienta, vycházejících z chybné interpretace psychologových informací.

Další nebezpečí může být spojeno s využíváním převahy psychologa nad klientem pro uspokojování vlastních potřeb. To sice hrozí i v osobním kontaktu, avšak v prostředí internetu jsou možnosti korektivních mechanismů značně omezeny. Nebezpečí souvisí s autonomií klienta při rozhodování o změnách v jeho chování. Nezanedbatelné jsou i problémy se vztahy, jdoucími za internetový kontakt. Je třeba brát v úvahu i větší nebezpečí iatropatogenie.

Jsou situace, kdy intervence „na dálku“ je více než nezbytná. Nemůže však být výlučná, vychází z primárního osobního kontaktu a slouží pro „udržování“ či pro konzultace v mezidobí mezi jednotlivými osobními setkáními. V Řecku se rozvíjí program psychologické pomoci přes internet, používající Skype s videokamerou (Keramaris, 2008). Obyvatelstvo, roztroušené na stovkách ostrovů, nemá často možnost navštěvovat pravidelně odborníky, kteří ordinují často pro rozsáhlé úze-

mí v určitých centrech. V současné době se realizuje projekt, ověřující možnosti a efektivnost konzultací pomocí internetu. Přitom klienti i psychologové jsou si vědomi, že se jedná o zástupné kontakty a interpretují jejich výstupy jinak než psychologickou intervenci lege artis.

Kromě tendencí provádět psychoterapii a poradenství v rámci internetu se objevují i nabídky psychodiagnostické. Psychologické vyšetřování v prostředí internetu (tzv. **on-line testování**) je vnímáno jako anonymní a méně ohrožující, vyskytuje se větší ochota odpovídat a také menší deziderabilita ve výpovědích řady klientů (Květon a Klimusová, 2002). Avšak u konkrétního jedince si nejsme jisti, zda byl testován právě on a jenom on.

Internetové testování je výhodné pro vědce, kteří snadno a rychle získají data pro výzkumy. Avšak klinická individuální diagnostika je více než problematická. Testová situace není pod kontrolou, nemáme jistotu v autenticitě odpovědí a nemůžeme zasáhnout v případě silných reakcí klienta.

Prostředí internetu umožňuje zneužívání diagnostiky přesahující veškeré etické hranice. Lze objevit internetové inzeráty typu „Připravím na psychologické testování u konkursu“ nebo se za úplatu seznámit s varováním před vyšetřením ROR, nebo se seznámit s popisem jednotlivých rorschachových tabulí i s návodem, jaké odpovědi dávat a jakým odpovědím a projevům se vyhnout (Šiška, 2001).

Na vlně zvýšeného zájmu o psychologii a psychologická měření se svezla řada „renomovaných zahraničních agentur“, nabízejících internetové testování pomocí „zaručených a prověřených“ nástrojů (Benák, 2010). Psychologové se znalostmi psychometrie mají na nabízené metody názor zcela vyhraněný.

Provozování tzv. on-line testování je lákavé pro nepsychology. Bez znalosti psychometriky, s opomenutím širších psychologických konsekvencí a s absencí etických aspektů testují za úplatu počítačové uživatele. Jejich materiály působí jako technické příručky, jako návody k použití. Do počítače se vloží nějaká data a z počítače vypadne softwarově generovaný závěr. Tyto postupy jsou snad akceptovatelné u výkonových, měřitelných, testů, ale i to jen za předpokladu, že objednavatel se chce něco dovědět o sobě. Nelze je užívat u vážně míněné diagnostické práce. Individuálně orientovaná diagnostika osobnosti, pracující s pozorováním klienta, reflektující jeho reakce během celého vyšetření, flexibilně reagující na klientovo chování, není představitelná bez osobního kontaktu. Testy a jejich výsledky nejsou jen cílem diagnostické práce, ale častěji východiskem k rozhovoru mezi psychologem a klientem.

Na závěr několik slov o působení psychologů v prostředcích masové komunikace obecně. Psychologové se tam vyskytují velmi často. Mnoho časopisů uveřejňuje fejetony „psychologické poradny“ týkající se sexu, závislostí, výchovy dětí, manželských problémů a krizí, psychické manipulaci atd. TV stanice, zejména komerční, mají „své“ stálé psychology, kteří interpretují politické, ekonomické, sociální dění nebo vysvětlují kriminální činy. Pořady typu Big brother, nejrůznější reality show, talk show apod. tvoří vděčnou platformu pro jejich pů-

sobení. Psycholog účastnící se těchto programů se ocitá v roli komentátora, diagnostika i prognostika chování účastníků předváděného „spektáklu". Televizní pořady ukazují aktéry často ve velmi privátních situacích a na intimních místech. Psycholog by měl mít povinnost chránit hodnotu těchto osob a ne být spoluúčasten na jejich odmaskování a dehonestaci.

Media v Polsku přijala 3 zásady:

1. TV provider je povinen učinit vše co je možné, aby děti a mládež nebyly vystavovány programům, které pro ně nejsou vhodné
2. omezit či eliminovat programy, v nichž je exponována brutalita a násilí
3. potřeba jednotného systému informování (varování) diváků před potenciální škodlivostí konkrétního programu.

Mělo by být samozřejmé, že psycholog dodržuje novinářskou etiku, závaznou v médiích. Polská republiková rada pro radiofonii a televizi přijala v roce 1994 následující profesní normy:

1. zásada ochrany soukromí a intimní sféry
2. relace o kriminálních, antisociálních apod. činech nesmí vybízet k jejich následování
3. neštěstí či násilí prezentovat a komentovat takovým způsobem, aby byla zachována rovnováha mezi informováním veřejnosti a „ochranou" publika – mládeže a dětí
4. nelze u diváků vyvolávat nadměrné obavy ani naděje z důvodů jejich nesplnění
5. nelze nikoho urážet, diskriminovat kvůli vzhledu, etnickému původu, politickému přesvědčení, náboženství atd. nebo pro neplnoprávnost. Jazyk odpovědí nesmí obsahovat obscénnosti nebo urážky.

Hektické tempo života vede k tomu, že kontaktů „ na dálku" bude stále přibývat. Proto je třeba akcentovat ještě větší důraz na zachovávání všech etických a profesních standardů. Bez jejich dodržování se snaha o pomoc klientovi může změnit v jeho poškození.

Literatura

Benák, R. (2010). *Psychodiagnostika on-line.* http://www.psychodiagnostika.cz/index.php?akce=benak (Staženo 24. 4. 2010)

Bersoff, D. N. (ed.).(2003). *Ethical conflicts in psychology.* Washington, D. C.: APA.

Brzeziński, J. et al. (2008). *Etyka zawodu psychologa.* Warszawa: PWN.

Brzeziński, J., Toeplitz-Winiewska,M. (2004). *Praktika psychologiczna w swietle standardow etycznych.* Warszawa: SWPS.

Dyakowska, K. (2004). *Analýza porad psychologicznych w prasie w kategoriach zaleceń tycznych.* Warszawa: SWPS.

Ethical principles of psychologists and code of conduct (2002). Washington, D. C.: American Psychological Association.

Francis, R., D. (1999). *Ethics for psychologists: A handbook.* Leister: The British Psychological Society.

Haas, L., J., Benedikt, J., G., Kobos, J., C. (2003). *Psychotherapy by telephone: Risks and benefits for psychologists and consumers.* In Bersoff, D. N. (ed.).(2003). *Ethical conflicts in psychology.* Washington, D. C.: APA.

Keramaris, J. (2008). *Osobní sdělení.*

Kitchener, K., S. (2000). *Foundation of ethical practice, research and teaching in psychology.* Mahwah NJ: L.Erlbaum.

Koocher, G. P., Keith-Spiegel, P. (1998*): Ethics in Psychology. Professional standards and cases.* Oxford: Oxford University Press.

Květon, P., Klimusová, H. (2002). Metodologické aspekty počítačové administrace
psychodiagnostických metod. *Čs. psychologie*. 46, 251-264.

Shapiro, D., E., Schulman, Ch. E. (2003). *Ethical and legal issues in e-mail therapy.* In: Bersoff,D. N. (ed.).(2003). *Ethical conflicts in psychology.* Washington, D. C.: APA.

Šmahel, D. (2003). Psychologie a internet. Praha: Triton.

Šiška, E. (2001). Je třeba (a možno) chránit psychodiagnostické metody? A jak? *Čs. Psychologie*, 45, 537 – 539.

Toeplitz, Z. (2000). *Odpowiedzialnosc spoleczna psychologa – psycholog w srodkach masowego przekazu*. In: Brzezinski, J., Toeplitz- Winiewska,M. (2000). *Etyczne dilematy psychologii.* Poznan:Wydawnictwo fundaci humaniora.

Toeplitz-Winiewska, M. (2008). *Udzielanie pomocy psychologicznej.* In: Brzeziński, J. et al. (2008). *Etyka zawodu psychologa.* Warszawa: PWN.