

الاستماع للعملاء:

مهارات التعاطف الأولي

Listening to Clients: Primary Empathy Skills

الأهداف التعليمية

- ١- تعريف التعاطف الأولي ووظائفه في الإرشاد الوراثةي.
- ٢- التمييز بين الأنواع المختلفة لردود التعاطف الأولي.
- ٣- تطوير مهارات التعاطف الأولي من خلال الممارسة والنقد.

تعريف التعاطف

يقصد بالتعاطف فهم ما يواجهه شخص آخر وتبليغ ذلك الفهم للشخص (إجان، ١٩٩٤م). وهي القدرة على وضع نفسك في مكان الشخص الآخر لفهم الإطار الذي يستند عليه (بيلت ومالوني، ١٩٩١م).

وبالرغم من تعدد تعاريف التعاطف واختلافها، تؤكد أكثرها على بعدين أساسيين هما: ردود الفعل التعاطفي (أن تتناغم ردة فعلك العاطفي مع شعور

وإحساس العميل)، والتعاطف الوجداني (الاندماج في أخذ الدور أو أخذ الموقف). (بيلت ومالوني، ١٩٩١م؛ دوان وهيل، ١٩٩٦م؛ جلاستن، ١٩٨٣م). كما يشكل التعاطف القاعدة الأساسية لجميع التفاعلات البشرية (دوان وهيل، ١٩٩٦م)، ويعتبر شرطاً أساسياً ضمن نظرية كارل روجرز للإرشاد المرتكز على الفرد.

اتفق أغلب المؤلفين (مثل، بيرنت - لينارد، ١٩٨١م؛ دوان وهيل، ١٩٩٦م؛ جلاستن، ١٩٨٣م) على أن التعاطف عملية متعددة المراحل وعملية شخصية متداخلة تحتوي على ثلاثة عناصر على الأقل وهي كالتالي:

- هل أستطيع الإحساس بما تواجهه؟
- هل أستطيع توصيل هذا الإحساس إليك؟
- هل تستطيع فهم أن هذا التواصل يعني فهمي لك ولما تواجهه؟ يعتمد العنصر الثالث على صفات المستلم للرد التعاطفي بدرجة كبيرة (باريت - ليونارد، ١٩٨١م).

أنواع التعاطف

يوجد نوعان أساسيان للردود التعاطفية: التعاطف الأولي، والتعاطف المتقدم. يقوم التعاطف الأولي بنقل الإدراك الأولي عمماً قد يواجهه العميل وما يشعر به، ويعتبر التعاطف الأولي مهماً جداً أثناء الإرشاد الوراثي وذلك لبناء الوثام وللكشف عن المشاكل، لذا استعمل الكلمات الخاصة بك لبناء فهم ظاهري وفهم عميق لما يواجه العميل.

مثال: يقول العميل باكياً: "لا أريد أن يصاب طفلي بسوء".

ويقول المرشد: "من المؤسف التفكير أن شيئاً ما قد يحدث له".

ومن ناحية أخرى، يوصلك التعاطف المتقدم إلى فهم الأوجه الضمنية لما يواجهه العميل والتي استند عليها التعاطف. ويفيد هذا النوع من التعاطف في الفهم

المتغير أو المتحرك، لأنه يقيم ويعمق العميل ومشاعره، وتجاربه غير الواضحة. لذلك تعتبر ردود فعلك إضافية لأنها تتعدى التعابير الظاهرة للعميل.

مثال: عندما تركز عميلة على خوفها من إبرة بزل السائل الأمينوني وكرهها للإبر، يجب أن تعتقد أن رد فعلها أو رأيها أبعد من ذلك وتقول لها: "لعلك تخافين من نتائج الفحص أيضاً".

وسوف يناقش هذا الفصل التعاطف الأولي، بينما يناقش الفصل الثامن التعاطف المتقدم بتفصيل أكثر.

التعاطف لا يعني الإحساس بما يشعر به العميل

تعتبر القدرة على عدم التورط عاطفياً مع حالة عميلك بشكل تام من أهم سمات التعاطف. يتضمن التعاطف الإحساس "بعالم العميل وكأنه عالمك، وبدون فقد خاصية 'لو أن' " وكذلك الإحساس "بغضب العميل، خوفه، تشويشه وكأن ذلك حدث لك دون أن يأسرك هذا الإحساس بالغضب أو الخوف أو التشويش" (روجرز، ١٩٩٢م، ص ٨٢٩). عندما تفقد خاصية 'لو أن' تصبح النتيجة أنك تؤكد مشاعر العميل بدلاً من أن تتعاطف معه (باريت - ليونارد، ١٩٨١م)، أو ما يدعوه بعض المؤلفين بالانتقال العكسي (مثل كيسلر، ١٩٩٨م) (انظر الفصل الثاني عشر). وتأكد أنه طالما لم تفهم ما يواجه العميل، سوف تأسرك مشاعرك الخاصة وتصوراتك الشخصية. كما تحدث مشكلة أخرى عند تأكيد المرشد لمشاعر العميل وهي عندما يكون رد فعلك العاطفي حاداً جداً أو ما يسميه جلادستين (١٩٨٣م) بالكآبة العاطفية، عندها يفترض أن تتعدى نفسياً عن العميل (مثلاً: تتجنب مناقشة مشاعر العميل، أو أن تعرض عليه تظمين زائف وأن الأمور بخير، ... إلخ).

وظائف التعاطف الأولى

يخدم التعاطف الأولى عدة وظائف:

- تشجيع العميل للاستمرار في الحديث.

- توضيح الأمور بشكل أكبر لكل من المرشد والعميل.
 - جعل المرشد يبدو متوافقاً مع العميل وبذلك زيادة الجاذبية الاجتماعية (ينظر للمرشد كمحجوب ودافئ).
 - تقديم نموذج للعميل عن كيفية التعاطف.
 - توطيد علاقة وثام وثقة.
 - مساعدة العملاء على الشعور بأنهم مفهومون من قبل المرشدين.
 - مساعدة العملاء لمعالجة مشاعرهم وأحاسيسهم.
 - تسهيل تقبل العميل لأخذ الخطوة؛ أو مناقشة المشاعر غير السارة؛ أو تقليل الغضب غير المنتج؛ أو القلق غير المحتمل والمشاعر القوية الأخرى. (كورمير وكورمير، ١٩٩١م؛ دانس وفريقه، ١٩٨٠م؛ إيجان، ١٩٩٤م؛ هيل واويراين، ١٩٩٩م).
- التعاطف فطري ومكتسب

يعتقد الكثير من العلماء النظريين والباحثين أن لب القدرة على الإحساس بالآخرين يبدأ من سن الرضاعة ويتطور خلال الطفولة والمراهقة (مثل، برايان، ١٩٧٢م؛ جلاستين، ١٩٨٣م؛ سيلمان، ١٩٨٠م). وعلى سبيل المثال، هل سبق أن لاحظت طفلاً في الحضانة أو الروضة يبكي أو ينزعج عندما يبدأ أطفال آخرون في البكاء؟ يؤمن بعض الباحثين أن هذا السلوك دليل على بداية التعاطف (ازار، ١٩٩٧م). وكلما ينضج الأطفال ومن خلال تفاعلهم مع والديهم والآخرين، يصبحون اجتماعيين أكثر عند تقييم مشاعر ومنظور الناس الآخرين. ويتمكن الأطفال الأكبر سناً والمراهقين من توصيل فهمهم للآخرين مع تطور القدرة الإدراكية لديهم. وبالرغم من أن القدرة على فهم الآخرين لا يمكن تعليمها للبالغين، إلا أنهم يستطيعون تطوير مهارات أفضل لتوصيل فهمهم للآخرين عن طريق نشاطات تعليمية ملائمة (جلاستين، ١٩٨٣م). ويستطيعون كذلك تعلم التركيز على قدراتهم التعاطفية.

الدخول إلى فهم التعاطف

يمكنك عمل الكثير لفهم عملائك :

• ضع نفسك في مكان العميل واسأل نفسك عما ستشعر به أو ستفكر فيه. يدعى ذلك بـ "أخذ المنظور".

• اربط حالة عميلك بحالات مشابهة في حياتك.

• انتبه لمفردات كلمات العميل، وأصغ لكل ما يقوله لك.

• انتبه للسلوكيات غير اللفظية للعميل. وكما ناقشنا سابقاً، يعتبر السلوك غير

اللفظي عن ٩٣٪ من الرسالة الموجهة.

• كن متنبهاً لتفاعلاتك غير اللفظية عند استماعك للعميل. هل معدتك

متوترة؟ هل تجد نفسك قريباً من البكاء؟ هل تنهد؟

• اكتسب الخبرة. كلما رأيت عملاء أكثر، كلما أمكنك التعرف على الحالات

والمشاعر التي تتوافق مع حالات نفسية ووراثية معينة.

• اقرأ مراجع عن الإرشاد الوراثي. سوف تكسب، على الأقل، ثقافة وتصور

عن طبيعة عملية الإرشاد الوراثي من خلال قراءة الحالات الوراثية المختلفة،

والتحديات العائلية، وخبرة العملاء مع الإرشاد الوراثي واتخاذ القرارات.

• تصرف بناءً على حدسك. العب لعبة التخمين: عند شكك في إحساس

العميل أو تفكيره بشيء ما، جرب أن تقترحه عليه.

توصيل فهم التعاطف بشكل فعال

• تعرف على انحيازاتك وميولك وضعها جانباً. لأنه يستحيل عملياً إيصال

تعاطفك الأصلي عندما تشعر بأنك تصدر الأحكام.

• كن مرتاحاً مع عميلك. عند إحساسك بأنك اندفاعي أو مهدد سيصعب

عليك الشعور بالتعاطف أو تبليغه. (باريت - لينارد، ١٩٨١م).

• ركز على عميلك عوضاً عن التركيز على نفسك. يقل التركيز على الذات تدريجياً مع الخبرة والممارسة وبالمقابل تزداد القدرة على التركيز على العميل. وعندما تجد نفسك خجولاً أو شديد التركيز ذاتياً حاول أن تتنفس بعمق لعدة مرات واسترخ في كرسيك. ستبدأ في العطاء إذا توقفت عن التفكير في نفسك: "كيف أبدو؟ ما الذي سأقوله لاحقاً؟ ماذا أعمل إذا بكى العميل؟".

• اذكر فهمك لمعاناة عميلك باختصار وبكلماتك الخاصة. عليك أن تظهر خلاصة الشعور الظاهر على العميل بدلاً من تقديم وصف حرفي. فمثلاً عندما تقول عميلة: "اكتشفت حديثاً أن أختي الرضيعة مصابة بمرض وراثي ولا يمكنني تصديق أن طفلي معرض للإصابة بهذا المرض، أخاف مما يمكن أن تكشفه نتائج فحوص ما قبل الولادة، ليتني عرفت ذلك قبل أن احمل!"، يمكنك أن تقول: "أنت قلقة جداً على الجنين"، فيؤكد هذا الرد ما تعتقد أنه أهم مخاوفها.

• اذكر تعاطفك بشكل تجريبي. تعطي البيانات التجريبية حرية للعميل لتصحيحك إذا ابتعدت عن الهدف (مثلاً: "هل من المحتمل أن....؟"، "ربما تشعر ب...."، "يمكن أن تشعر ب....؟"، "يبدو لي أنك تشعر ب....؟").

• صوب نحو هدف كبير بدلاً من عدة أهداف صغيرة. بالرغم من أن رد عميلك على كلامك مرضي ودائماً يردد "هذا هو بالضبط"، سيكفيك إن تتكلم بنفس العاطفة تقريباً مع عميلك، وأن تستخدم كلمات معانيها قريبة لمعانيه. يخفف الهدف الكبير من الضغط عليك ويحرك حتى تتمكن من التركيز على عميلك.

• أوصل قبولك. أشار فاين وجلاس (١٩٩٦م) بحكمة إلى أن "المشاعر تعود للشخص الذي يحملها وليست صحيحة أو خاطئة... المشاعر مفيدة، حتى لو كانت سلبية أو مؤلمة. ولا يمكنك ولا يجدر بك مجادلتها؟ أو مناظرتها" (ص ٦٠). وذكروا لاحقاً أن تبليغ القبول يعني "عدم المناظرة، عدم المجادلة، عدم استخدام كلمة: ولكن" (ص ٦٠).

المشجعون المقلون

يبحث المشجعون المقلون عملائهم على الاستمرار في التحدث، ولكن بدون مقاطعة سير الجلسة. وقد يتضمن ذلك إيماءات الرأس، إشارات اليدين، تعليقات قصيرة مثل آهاها وآمم، إعادة بعض العبارات الرئيسية، وحتى الصمت. تمثل ردود المشجعون المقلون "أبسط مهارات الاستماع وأكثرها تأثيراً في نفس الوقت. فقد دلت الأبحاث على أن المرشدين المؤثرين وأصحاب الخبرة يستخدمون هذه المهارة بكثرة عند مقارنتهم بالمساعدين عديمي الخبرة أو غير المؤثرين" (بيدرسن وإيفي، ١٩٩٣م، ص ١٢١).

مثال:

العميل: "هذا طفلي الأول وأخشى أن يصاب بشيء ما".

المرشد: "إذا أنت خائف".

إعادة الصياغة

تقدم إعادة الصياغة للعملاء تغذية راجعة عن خلاصة ما تحدثوا عنه. لذلك استخدم كلماتك المختصرة لإعادة الصياغة مع بعض عبارات العميل الرئيسية. (بيدرسن وإيفي، ١٩٩٣م).

مثال: العميل: "نريد تبني طفلاً، ولكننا خائفون من قيود هذا المرض الوراثي على تبني الطفل الذي عرض علينا".

المرشد: "تريدون معرفة ما ستواجهونه عند تبني هذا الطفل".

التلخيص

يعتبر التلخيص ردوداً مطولة مقارنة مع إعادة الصياغة، ويحوي معلومات أكثر (بيدرسن وإيفي، ١٩٩٣م). عندما يكشف العملاء عن معلومات كثيرة، يصبح التلخيص مفيداً جداً لأنه يركب الأجزاء المتباينة من قصصهم. علاوة على ذلك "تستخدم الكثير من الثقافات رواية القصص كوسيلة لنشر ثقافتهم" (بيدرسن وإيفي،

١٩٩٣م، ص ١١٩). لذا يمكنك عند العمل مع عميل يستخدم رواية القصة كوسيلة، أن توصل فهمك إليه بملخص يربط المواضيع الرئيسة للقصة.
مثال:

العميل: "أريد حقاً أن أفحص تلك المورثة. توفيت والدتي وأختها لإصابتهما بسرطان الثدي، وتم تشخيص أختي قبل شهرين، ولديّ ابنتين، ما الذي سيحصل لهما؟".
المرشد: "إذن، أرى أنك خائفة جداً، وبوجود تلك السرطانات في العائلة، أنت قلقة من حمل المورثة ونقلها".
الرد على المحتوى

تؤكد الردود على المحتوى السمات الإدراكية التي تواجه العميل. كما تساعد الردود على المحتوى على اكتشاف أهداف العملاء وقيمهم واكتساب فهماً أعمق لما يواجهونه. وتساعد المرشدين على التعرف على "اختلاف أو تضارب المفاهيم المكتسبة ثقافياً ولا يعني بالضرورة حلها لمصلحة أي من وجهات النظر". (بيدرسن وإيفي، ١٩٩٣م، ص ١٥٦).

مثال: يريد زوجان أصمان تبني طفلاً أصماً. وقد تتعارض رغبتهما مع القيم الثقافية العامة.
العميل: "لا نعرف كيف سنتمكن من تربية الطفل للعيش في عالم سمعي، نحن مستعدون تماماً لتربية طفل أصم لكنك قد لا تصدق ما يقوله الناس عن قرارنا".
المرشد: "أنتم واقعون بين عالمكم الأصم وبين أحكام الآخرين عليكم".
الرد على المشاعر

تؤكد الردود العاطفية على الجوانب العاطفية التي يواجهها العميل.

مثال:

العميل: "حاولت الحصول على معلومات عن ثلث الصبغى ١٨ ولم يعطيني أحداً المعلومات التي أحتاج لمعرفة".
المرشد: "تبدو غاضباً ومحبطاً".

الرد على المحتوى والمشاعر

تدمج هذه الردود عبارات عن مشاعر العميل والحالات مع العوامل المساهمة في هذه العواطف. أحد أساليب عمل هذا النوع من التعليق قول: "أنتك تشعر ب... نتيجة ل..." (إيجان، ١٩٩٤م).

مثال:

العميلة: "أنا مسرورة لأنني عملت فحص ما قبل الولادة. لا استطيع الانتظار لأخبر زوجي بهذه الأخبار السارة! لقد قلقنا كثيراً من أن يصاب طفلنا بالهيموفيليا".
المرشد: "تشعرين بالراحة حقاً لأن النتائج سلبية".

أهمية حضور عاطفة العميل

تعتبر المشاعر تجربة إنسانية عالمية. وقد حدد إيزارد (١٩٩٧م) عشرة مشاعر عاطفية هي: الاهتمام، المتعة، المفاجأة، الضيق، الغضب، الاشمئزاز، الاحتقار، الخوف، الحزي، والذنب. ويمكن تصنيف هذه المشاعر بشكل أوسع بحسب مجالها وقوتها:

- المجال: نوع العاطفة، المشاعر إما سارة (مثل: سعيد) وإما غير سارة (مثل: حزين).

- القوة: درجة أو مستوى العاطفة. تتفاوت المشاعر في مقياسها من معتدلة (مثل: تعكر المزاج)، متوسطة (مثل: الغضب)، إلى شديدة (مثل: العنف).

وبالرغم من أن المشاعر قد تكون تجربة عالمية، إلا أن أسلوب تعبير العملاء عن عواطفهم يتبع هويتهم الثقافية تحديداً. كذلك، فإن الأحداث والحالات التي تفجر عاطفة معينة تملك مكوناً ثقافياً قوياً.

تحتل مشاعر العميل جزءاً حرجاً من عملية الإرشاد الوراثي (كيسلر، ١٩٩٩م). فيجب عليك عدم "الخجل أثناء المقابلة بشكل لا يسمح للعميلة الوصول إلى البعد العاطفي في تجاربها" (بيكر، ١٩٩٨م، ص ٧٢). وقد يستخدم بعض العملاء

الكلمات العاطفية بكثرة ولكنهم لا يسمعونها، وعندما تُرد عليهم، سوف يسمعون مشاعرهم ويقرونها. بالإضافة إلى أنه في أغلب الحالات يكون لدى العملاء "مشاعر مختلطة ومتباينة وأنهم غير متأكدين أنفسهم من مشاعرهم، بحيث يؤثر هذا التشويش على المقابلة ما لم تُوضح هذه المشاعر" (بيدرسن وإيفي، ١٩٩٣م، ص ١٥٠). يساعد التعاطف الأولي على التعرف على مشاعر العميل وتحديدتها. وعندما تعكس مشاعر العميل (بطريقة تجريبية)، فأنت تساعد في توضيحها. على أية حال تأكد أنك تلاحظ تفاعل العميل معك، كمؤشر لدقتك في عكس مشاعره. وللتعرف على المشاعر وتحديدتها بدقة، اقترح بيدرسن وإيفي (١٩٩٣م) ما يلي:

- أصغي للكلمات التي تعبر عن المشاعر.
- لاحظ التلميحات العاطفية في السلوك غير اللفظي للعميل.
- اعكس المشاعر للعميل باستخدام كلماتك الخاصة.
- استخدم جذور العبارات الأساسية التي تعكس الطريقة التي يتكلم بها العميل (مثلاً، "يبدو مثل ..." للعميل البصري، "كأنني أسمع ..." للعميل السمعي، "كأنني أحس ..." للعميل الذي يعتمد على حاسة اللمس).
- اذكر الحالة التي حدثت أثناء ظهور المشاعر (مثلاً: يبدو أنك تشعر ... بسبب ...).
- افحص مدى دقتك.

التعاطف الثقافي

بدأ بعض الكتاب بتنقيح مفهوم التعاطف وذلك بسبب الاهتمام المتنامي والوعي بالاختلافات الثقافية. بعد ذلك قام ريديلي (١٩٩٥م؛ ريديلي ولينقل، ١٩٩٦م) بابتداع تعبير "التعاطف الثقافي" لوصف التعاطف الحساس مع ثقافة العميل. ويستند التعاطف الثقافي على ثلاثة مبادئ:

- ينبغي فهم كل عميل / عميلة من خلال الإطار الفريد الذي نشأ/نشأت فيه.

• قد لا تنطبق المعلومات المعيارية على عميل معين (مثلاً: بيانات متوسطة عن أفعال الناس، الإحصاءات حول الشخص الطبيعي)، بالرغم من أنها تفيد كمعلومات مرجعية.

• أن الناس عبارة عن خليط متحرك من الهويات والأدوار المتعددة.

• ويشتمل التعاطف الثقافي على مكونين هما: الفهم والاستجابة. حيث يستلزم فهم التعاطف الثقافي ما يلي:

١- تحديد الاختلاف الثقافي بينك وبين الآخرين: فحص هويتك الثقافية وقيمك الخاصة، والتعرف على هوية وقيم العميل الثقافية.

٢- أخذ المنظور: تطوير فهمك لثقافة العميل واستخدام هذا الفهم لرؤية العميل في سياقه الثقافي.

٣- تفصي البصيرة: جمع معلومات عن الخبرة الشخصية الكاملة للعميل، وطرح أسئلة توضيحية. (قد تفيدك الأسئلة المفتوحة غير المحددة، التي تمت مناقشتها في الفصل الخامس).

كما يستلزم الاستجابة التعاطفية الثقافية ما يلي:

١- الاهتمام بتعلم القيم الثقافية للعميل بعمق أكبر (مثال: "أخبرني كيف تنظر إلى كذا في ثقافتك").

٢- إظهار السماح مع الاحترام لخبرات العميل الثقافية (مثال: "ماذا يعني لك ذلك كعضو في هذه الجماعة الدينية").

٣- الكشف شفهيًا للعميل عن فهمك لتجربة العميل الثقافية (مثلاً، من خلال إعادة الصياغة، الرد أو العكس، التلخيص).

ولقد عرّف بيدرسن (١٩٩١م) عدة مهارات للتعاطف الفعال مع العملاء المختلفين عنك في الخلفية الثقافية. إحدى هذه المهارات هي التعرف على سمة إيجابية والتي قد تعتبرها تجربة سلبية (مثلاً، يدل المسح الثلاثي على خطورة إنجاب طفل

مصاب بمتلازمة داون، ويريد زوجان هسبانيان كاثولكيان طفلاً مهما كانت الحالة، لذلك لن يستوعبا درجة الخطورة العالية للإصابة بمتلازمة داون كما تستوعبها أنت)، والمهارة الثانية هي التعرف على سمة سلبية كامنّة والتي يحتمل أن تلتبس عليك وتعتبرها تجربة إيجابية (مثلاً، زوجان كليهما مصابان بالتقزم - الودانة الغضروفية- ولديهما طفل طبيعي وبذلك فإن طوله سيكون طبيعياً، فيرد الزوجان بعواطف مختلطة)، حيث يتطلب التعاطف الثقافي رؤية العالم كما يراه العملاء بدلاً من فرض رؤيتك على الحالة. يستطيع المرشدون المتعاطفون ثقافياً التخلص من إطارهم الخاص كمرجع ويرون الموقف كما يراه العميل. ويبحثون عن معلومات حول معتقدات عملائهم من خلال الانتباه للتلميحات عن القيم (براون، ١٩٩٧م).

الأخطاء الشائعة للتعاطف

تحدث الأخطاء في التعاطف نتيجة لعمليات خفية (معتقدات، فرضيات، مواقف، ... إلخ) أو عمليات علنية (سلوكيات حقيقية وواقعية).

الأخطاء الناتجة عن العمليات الخفية

- التمييز المفرط: عندما تفرط في تمييزك لمشاعر عميلك، ستشعر بالكثير من العواطف. لذا يجب عليك أن تكون قادراً على التراجع بعد جس مشاعر العميل، حتى تعطي نفسك مسافة بعيدة عن العاطفة (باريت - لينارد، ١٩٨١م؛ روجرز، ١٩٩٢م). وعادةً لا يفيدك الشعور بالغضب أو الحزن على غرار ما يفعله العملاء مع حالاتهم. والطريقة الوحيدة لتدرك تمييزك المفرط لحالة عميلك هو بمناقشة ذلك مع مشرفك العيادي.

- وضع الفرضيات: يجب عليك الحذر من افتراض أن عميلك يشعر بما تشعر به أنت بالضبط، لأن هذا قد لا يكون صحيحاً. فعلى سبيل المثال قد تشعر بالانهيار لو أصيب طفلك بمتلازمة داون، بينما تجد أن زوجين متلهفين للحصول على طفل قد يبدوان خائبي الأمل وفي الوقت نفسه فرحين لأنهما سوف يصبحان والدين.

• الخوف من مشاعر العميل: يشعر العملاء بتوليفة مختلفة من العواطف أثناء عملية الإرشاد الوراثي. وفي الحقيقة، وجدت مكارثي فيتش وزملاؤها (١٩٩٩م) أن جميع العملاء الثمانية والعشرون الذين شملتهم دراسة عن تأثير الإرشاد الوراثي قد واجهوا عواطف قوية أثناء جلسات الإرشاد الوراثي. وكان تقريباً ثلثي هذه المشاعر غير سارة (مثل: القلق، الغضب أو الإحباط، التشويش، الحزن والخيبة، الانزعاج، الحزني والذنب)، بينما كان حوالي الثلث منها إيجابياً (مثل الراحة، الإغاثة، والشعور بالدعم). يأتي خوفنا أحياناً من الاعتقادات الخاطئة، فعلى سبيل المثال قد تعتقدان (أنت وعميلك) أنه في حال تحديد مشاعر معينة (مثل: اليأس، والغضب)، سوف تغرقان فيها؛ أو قد تعتقد بأن بعض المشاعر مقبولة (مثل الحزن)، والأخرى ليست مقبولة (مثل الغضب واليأس). بالإضافة إلى ذلك، قد تعتقد خاطئاً أنه يجب عليك معالجة مشاعر عميلك، أو قد تعتقد أنك لن تستطيع التعامل مع مشاعره إذا أظهرها. ومن المهم التذكير بعدم وجود مشاعر صحيحة أو خاطئة. فالناس يشعرون بما يشعرون به. علاوة على ذلك، إذا أظهر العملاء عواطفهم سينتهي ذلك قدرتهم على التحكم في مشاعرهم. وريثما يخرج العملاء من حالة الحزن، أو القلق، أو الغضب، ... إلخ، حتى ذلك الوقت، سيصعب عليهم هضم المعلومات التي تقدمها لهم، أو اتخاذ القرارات الصحيحة.

• الاعتقاد بأنك لا تستطيع الفهم لأنك لم تمر بتجربة العميل: بالرغم من عدم إصابة فرد من عائلتك بمرض وراثي، إلا أنه لا بد وأنك تملك تجارب سابقة في حياتك من فقد، أو خسارة، أو إحباط، أو حزن، ... إلخ، والتي قد تساعدك على التعاطف مع مشاعر العميل. قد تفتقر بالطبع إلى فهم دقيق لحالة العميل، مثلاً كيفية التعايش مع والد مصاب بمرض هنتجتون. يمكنك القول في هذه الحالة "رجاء أخبرني عمًا يعني لك هذا حتى أحاول الفهم".

● الاعتقاد بأن العملاء يختلفون عن غير العملاء: العملاء كغيرهم من الناس، لديهم نفس الآمال، المخاوف، القلق، والاعتقادات. وبالرغم من أنهم قد يختلفون عن كثير من الناس لأنهم أتوا للمساعدة مع الإصابة أو احتمال الإصابة بمرض وراثي، إلا أن عملية التعاطف معهم هي نفسها المستخدمة مع جميع الناس. وكما ذكرنا سابقاً، التعاطف هو العنصر الأساسي لجميع العلاقات البشرية (داون وهيل، ١٩٩٦م). اسأل نفسك، ماذا ستقول للتعاطف مع صديق يظن أنه مصاب بمرض وراثي؟ حاول استخدام استجابة مماثلة مع عملائك.

● الاعتقاد بأن جميع العملاء سيتفاعلون بنفس الطريقة: من المهم أن نتذكر دائماً بأن الناس قد يختلفون في ردود أفعالهم للأحداث المتشابهة. فقد يكون عميلاً ما غاضباً بينما الآخر حزينا، ... إلخ. حيث يتفاعل كل عميل مع تدخلاتك بطريقة الفريدة، لذا لا يمكن إعطاء وصفات للردود من أجل الحصول على نتائج إيجابية مع جميع العملاء. لا يوجد إجابة نموذجية في الإرشاد الوراثي، لأن العملاء يختلفون في التفاصيل الدقيقة. فعلى سبيل المثال، لو جاءت عميلة لفحص ما قبل الولادة ولديها أربعة أطفال واكتشفت أن حملها الحالي مصاب بالثلث الصبغي ١٨. كيف يمكن أن تتشابه أو تختلف تجربتها مع عميلة تعاني منذ سنوات من علاج العقم وليس لديها أطفال واكتشفت إصابة حملها بالثلث الصبغي ١٨؟ أو تحيل حالة زوجين صينيين ينويان العودة للصين، ولديهما ابنة واحدة، وطفلهما الثاني ولد مصاب بمرض ميث، وكما هو معروف يحتل الطفل الذكر في الثقافة الصينية مكانة كبيرة، ويرتاح بال الآباء الصينيين عند حصولهم على طفل ذكر يسانداهم في شيخوختهم ويحمل اسم العائلة. تحيل كيف تختلف تجربة هذين الزوجين فيما لو كانا من الأمريكيين البيض.

● الاعتقاد بأن جميع العملاء يرغبون في نفس نوع وحجم التعاطف الأولي: يتفاوت العملاء في مدى تفضيلهم لتعاطف المرشد (داون وهيل، ١٩٩٦م)؛

جلادستين، ١٩٨٣م). حيث يرغب بعض العملاء الذين يفضلون العلاقات الوثيقة، سيرغبون في تعاطف أكثر منك، بينما يتمنى البعض الآخر العلاقات المحايدة، وسيفضلون تعاطفاً أقل (جلادستين، ١٩٨٣م). يلمح العملاء عن نوع العلاقة التي يريدونها معك من خلال تفاعلهم مع عبارات التعاطف الأولى. فإذا لم يسهب العميل معك في الكلام أو بدى لك سلوكه غير اللفظي متراجعاً، فهذه إشارة بعدم رغبته في مزيد من الانفتاح في التعابير التعاطفية. ولا يجب عليك أخذ ذلك على محمل شخصي أو أنه إشارة على خطأ ما. فليس كل عميل يريد العلاقة نفسها، ولن يناقش كل عميل مشاعره مهما تعددت الطرق التي تستخدمها معه.

الأخطاء الناتجة عن العمليات العلنية

- عدم التجاوب: أي الادعاء بأن ليس كل ما يقوله العميل يستحق الرد أو ليس له علاقة بعملية الإرشاد (ويل، ٢٠٠٠م). فمن الآداب العامة إبداء قدر من التفهم للعميل (كيسلر، ١٩٩٩م).
- استعمال الكليشات: "يمكنك الاستمرار في المحاولة للحصول على طفل آخر"؛ "الزمن كفيل بشفاء جميع الجروح"؛ "دائماً تظهر علاجات جديدة".
- التركيز المفرط إما على المحتوى وإما على المشاعر: يميل المرشدون المبتدئون إلى التركيز على المحتوى وإهمال المشاعر. بالإضافة على ذلك، تميل الثقافات الغربية إلى التأكيد على الفكر، وأحياناً على حساب المشاعر. ولتعقيد الأمور أكثر، قد يتجنب العملاء إظهار مشاعرهم بسبب خوفهم من فقدان التحكم بها، أو لأنهم غير متأكدين من أن مناقشة مشاعرهم يناسب عملية الإرشاد الوراثي (مكارثي فيتش وفريقها، ١٩٩٩م). ومن ناحية أخرى، قد يركز المرشدون على مشاعر عملائهم وذلك على حساب المحتوى. حيث يمكن للتأثر المفرط بالمشاعر أن يعيق التحرك لتحديد الأهداف واتخاذ القرارات. لذا ينبغي التوازن بين المحتوى والعاطفة للحصول على إرشاد وراثي فعال.

- استخدام التعاطف المتقدم قبل أوانه : حتى لو كانت أهدافك قريبة المنال ، فقد تكون مهددة إلا إذا كنت قد بنيت أساساً متيناً من الوثام الأولي مع عميلك ، وكان العميل مستعداً لسماع تفسيرك.
- التحريف أو التعريف الخاطئ : إعطاء جمل أو بيانات خاطئة ، أو بيانات تفتقر إلى احترام مشاعر العميل أو محتوى الحالة. (مثلاً ، التعليق بأن عميلتك تعرف ماذا تريد ، على الرغم من أنها صرحت عدة مرات بعدم قدرتها على اتخاذ القرار ، أو قولك لعميل غاضب بأن يبدو متضيقاً قليلاً).
- التظاهر بالفهم : وهذا ينافي الأصالة والقيم ، وسيكتشفه العملاء حتماً.
- الترديد : لا يعني التعاطف الأولي تكرار كلمات العميل حرفياً وببساطة. بل يجب عليك توصيل خلاصة تعابير العميل باستخدام كلماتك الخاصة.
- الدخول السريع في الموضوع : يجب عليك تجنب مقاطعة العميل أو الاعتقاد بأنه يجب عليك الرد فوراً بعد انتهاءه من الكلام.
- استخدام لغة غير ملائمة : مثل مفردات علمية معقدة أو غير مفهومة يمكن أن تؤدي لعزوف العملاء ، لذا حاول مجارة مستوى لغة عميلك.
- الإسهاب المفرط : عندما يسهب المرشد في جمل تعاطف أولي طويلة ، يؤدي ذلك إلى تشويش العملاء في أغلب الأحيان. لذا تذكر أن تكون ردودك قصيرة وهادفة.
- نسيان ترك وقت للصمت : يمكن أن يكون للصمت والحضور الهادئ مفعول تعاطفي يفوق أي كلمات تود قولها. فالصمت يسمح للعملاء بإدراك مشاعرهم وهضم ما تمت مناقشته. كما يساعدهم على تجميع أفكارهم.
- عدم إعطاء وقت كاف للعملاء للرد على جملك التعاطفية : في الغالب يبدو الصمت أطول بكثير من حقيقته للمرشد المبتدئ ، لذا حاول العد عقلياً إلى ١٠ إلى ١٥ قبل القفز في الموضوع ؛ عندها سيرد غالبية العملاء على أقوالك. وعندما لا يتمكن

العملاء من التفكير عن كيفية التحدث عما يريدون إظهاره (راقب الدلائل غير اللفظية)، يمكنك المبادرة بجملة مثل "من الصعب عليك اختيار الكلمات التي تريد استخدامها" أو "ماذا تعتقد حول ما قلته للتو؟".

• استخدام ردود تعاطفية غير ملائمة: تشجع الردود العملاء في الاستمرار في الحديث، لذا يجب عليك تفادي الردود إذا أردت تغيير الموضوع أو أن يتوقف العميل عن الكلام أو إنهاء الجلسة.

• التحيز: يعتبر إظهار تعاطف كبير لأحد الزوجين أو لفرد معين من العائلة وإهمال الأفراد الآخرين إجحافاً بحقهم وتسلباً من جانبك.

• نسيان السياق الثقافي: يمكن توصيل التعاطف لبعض الثقافات بطرق مختلفة جداً. (مثلاً، وجدت الدراسات أن بعض المجموعات الثقافية مثل: المهاجرين من جنوب شرق آسيا يميلون إلى إظهار الكآبة والقلق من خلال أعراض جسدية بدلاً من استخدام كلمات عاطفية)، كذلك يفضل بعض العملاء إسقاط مشاكلهم بشكل أقل عليهم شخصياً وبشكل أكبر على مصادر خارجية، لذا يجب عليك المضي ببطء والكشف بطريقة غير مباشرة عما يواجهونه (ايشياما، ١٩٩٥م). فمثلاً، يمكنك القول "قد يشعر بعض العملاء....". ويقترح سالزمان (١٩٩٥م) أنه يمكن للمرشدين "أن يحسنوا حساسيتهم وفهمهم لعملائهم من خلال الاستمرار في سؤال أنفسهم عن الشخص الذي يعملون معه وكيف يتشابه مع كل الناس (الجانب العالمي) ولا يشبه أحداً من الناس (الجانب الخاص)" (ص ١٩٠). لذا يجب علينا التعرف على الفوارق الثقافية بدقة، وكذلك الاختلافات البشرية والاختلافات ضمن المجموعات الثقافية (سالزمان، ١٩٩٥م).

• القيام بالرد على المحتوى عندما تنوي الرد على العاطفة: إذا كنت تريد القيام بردود تعاطفية تأكد بأنك قد حددت مشاعر معينة. إذا كان ردك يبدأ بـ "تشعر بـ...." فإنك ربما تعكس أفكار العميل وليس مشاعره.

مخاوف طبيعية حول التعاطف الأولي

غالباً ما يكون لدى المرشدين المبتدئين تساؤلات عديدة حول التعاطف، وستتطرق لبعض من هذه المخاوف في الأقسام التالية.
لماذا يصعب التعاطف أحياناً؟

يواجه العديد من العملاء عواطف قوية وغير سارة. وذلك يعتبر ميلاً إرادياً بشرياً طبيعياً للحصول على عواطف ومشاعر لطيفة ولتفادي العواطف غير السارة. لذا قد يتفادى العملاء إظهار أو الاعتراف بمشاعرهم غير السارة. وفي الوقت نفسه نتجنب نحن التعاطف لأننا خائفون من الشعور بألم عملائنا.

يعتبر الرد على المشاعر تحدياً لأنه "في ثقافتنا [الولايات المتحدة] نتعلم كيف نواسي الناس من خلال تشجيعهم على الهروب من مشاعرهم. تعلمنا أن نقول 'لا تبكي، كل شيء سيكون على ما يرام،' مع أنه من المحتمل جداً أنه ليس على ما يرام وأنه حقاً يحتاج للبكاء والتنفيس عن ألمه العاطفي" (جيلدارد، ١٩٨٩م، ص ٣٧). وبالرغم من أن المواجهة المباشرة للمشاعر قد تزعج العملاء، إلا أنه من الضروري المواجهة في بعض الأحيان لأن "الضغط العاطفي يزيد في وقت أزمات الحياة وحتى درجة الاستعداد للانفجار. وعندها تتوقف عملية التفكير ونكون غير قادرين على التحمل. ونشعر بعدم السيطرة على أنفسنا. لذا يجب علينا أولاً تصريف بعض الضغوط العاطفية لاستعادة التحكم في أنفسنا". (جيلدارد، ١٩٨٩م، ص ٣٩).

ومن ناحية أخرى، تؤثر خلفيتك، وقدراتك، ووضعك الراهن على سهولة تمكنك من التعاطف. ويتأثر تعاطفك نحو العميل بما تملك من "القدرة التعاطفية، التجارب السابقة، والمحفزات للتعاطف، والحالة الإدراكية والعاطفية أثناء الجلسة" (داون وهيل، ١٩٩٦م، ص ٢٦٨).

هل يختلف التعاطف عن العطف؟

يختلف التعاطف عن العطف. فالعطف هو الشعور بالأسى على شخص ما وإظهار علاقة يتميز فيها أحد الطرفين (الطرف الأعلى) على الآخر (الطرف الأدنى). أما التعاطف فهو الشعور مع، وإظهار علاقة متكافئة ومتعاونة. يدل العطف على الشفقة بينما يدل التعاطف على الثقة: "أنا أقول لعميلي بأنه قوي بما فيه الكفاية لحل مشكلاته، ولا ألاحظه مواسياً، وأن عملنا معاً لا يقتصر على إمساك الأيدي" (مارتن، ٢٠٠٠م، ص ٩). كذلك يمكن أن يكون العطف مشكلة، لأن المرشد العطوف يشعر بأنه متضايق عاطفياً وسيحاول التخلص من تضايقه العاطفي وينسى أمر مساعدة العميل. (البورت، ١٩٢٤م).

هل يتأثر التعاطف إذا كان لدي تجربة مماثلة لتجربة عميلي؟

إذا كان لديك حالة مماثلة لحالة عميلك سيكون لذلك حسنات وسيئات. فمن الحسنات الاستفادة من تعاملك السابق مع الحالة في معرفة ما يمر به هذا الشخص، إضافة إلى اكتساب مصداقية أكثر مع العميل لاعتقاده بأنك تستطيع فهمه حقاً. كما يمكن أن يكون سلبياً إذا قمت بفرض تجربتك على عميلك بدلاً من الإصغاء له فيما يشعر أو يواجه. كما أن العميل قد لا يكشف كل المعلومات لك لأنه يفترض بأنك تعرفها استناداً إلى خبرتك المماثلة. وكما قلنا سابقاً، يمكنك التعاطف من غير أن يكون لك تجربة مماثلة. وليس هنا حاجة للشعور بالنقص أو الاعتذار لعدم وجود هكذا خبرة. وإذا سألك عميل إذا ما كان عندك خبرة مماثلة، حاول الرد بطريقة عملية قائلاً "لا، ليس لدي خبرة. وقد عملت مع عملاء عندهم حالات مماثلة، لكنني أود فهم كيف يعني لك ذلك شخصياً". (بالطبع، تعمل بهذا الأسلوب إذا كان بالفعل لديك عملاء!). أو حاول القول "لا، ليس لدي خبرة، لكنني أود فعلاً فهم ما يعني لك ذلك. هل تخبرني رجاءً؟".

هل سوف يظن عملائي أنني أردد كلماتهم فقط؟

كلا، طالما أنك تستخدم كلماتك الخاصة في ردود مختصرة. قد تبدو لك ردودك مفروضة وصعبة إلا أنها تساعد عملائك على سماع (وربما للمرة الأولى) معاناتهم وكيف تبدو لهم.

ما الذي يمكنني إنجازه بالردود؟

يخبرنا الطلاب أحياناً أنهم يشعرون بعدم إنجاز أي شيء عندما فقط يكررون ما يقوله العميل. وتعكس هذه التعليقات وجهة نظر غريبة تحترم وتقدر للغاية حل المشكلات. وقد لا يدرك الطلاب أن التعاطف مكون قوي لحل المشكلات بفعالية، فهو يقدم فهماً أولاً لطبيعة مخاوف العميل كما يُكسب العملاء فهماً عميقاً عن مواقفهم، مشاعرهم، وقضاياهم الحقيقية. ويمكنك الاستغناء عن التعاطف المضبوط وإيجاد حل رائع، إلا أنه سيكون حلاً للمشكلة الخطأ! (إيجان، ١٩٩٤م).

كما نوافق بالإضافة إلى ذلك على ما ذكره كيسلر (١٩٩٩م) فيما يلي:

في علم الوراثة الجديد تتزايد التحديات أمام المحترفين في قضايا تميل إلى وضعهم في دور المرشدين أو المعالجين بدلاً من دور المعلمين. وحقيقة أن المعلومات التي يقدمونها تثير العواطف، وتربطهم بإخلاص مع صراع العميل للبقاء، وتتطلب من المرشد أن يستكشف بعمق عن المعاني الشخصية للعملاء والمعلومات المعطاة لهم. (ص ١٣٤١).

والتعاطف مهارة ضرورية لهذا النوع من الاستكشاف.

هل يتوجب علي تجنب قول شيء ما لكي أكون متعاطفاً؟

نوصيك بعدم قول أي من التالي مطلقاً لعملائك:

"أعرف بالضبط كيف تشعر." لأنه لا يمكنك ذلك. لن تتمكن أبداً من تلبس الشخص الآخر والإحساس بما يمر به بالضبط. وحتى إذا فعلت ذلك فقد يكون فيه نوع من الإساءة للعميل. بالإضافة إلى أنه إذا صدقتك العملاء، سيتوقفون عن وصف ما يواجهونه لظنهم أنك تعرف كل شيء مسبقاً.

"يجب أن لا تشعر بهذه الطريقة." تحكم بهذه الجملة عليهم ويشعر العملاء بأنهم مخطئون في إحساسهم بهذه الطريقة. علاوة على أن العملاء قد لا يشعرون حقيقة بهذه الطريقة.

"يشعر كل الناس (أو سوف يشعرون) بهذه الطريقة." ملاحظة كهذه تقلل من قدر تجربة العميل.

"لا يشعر أحدٌ (أو سوف يشعر) بهذه الطريقة." هذا حكم آخر يقترح أن العملاء مخطئون في إحساسهم بهذه الطريقة.

"لماذا تشعر بهذه الطريقة؟" تعني "لماذا" الحكم عليهم كما تقترح أن مشاعر العميل غير ملائمة.

تعليقات ختامية

يقول روجرز (١٩٩٢م) إن التعاطف والمعالجات النوعية الضرورية الأخرى هي "تجربة نوعية، وليست معلومات ثقافية. وإذا كانت مكتسبة، فيجب، في رأيي، أن تكتسب عبر التدريب التجريبي" (ص ٨٣١). ونحن نتفق مع روجرز بأن التعاطف سوف يأتي مع اكتساب الخبرة، أو الكثير منها! فكلما تعاملت أكثر مع عملاء إرشاد وراثي ستنمو قدرتك على استيعابهم. ويمكنك أيضاً تسريع عملية اكتساب الخبرة عبر الأسلوب التجريبي، وتجربة طرق متعددة ومناقشة نتائجها مع المشرفين العياديين. بعدها ستبدأ بتقدير الردود المتنوعة للعملاء. وستتعرف على الاختلافات غير الملحوظة في الردود العاطفية والناجمة عن الفروق الفردية وإرشاد كل عميل وفقاً لحالته الخاصة.

أنشطة صفية

النشاط ١: فكر وشارك كثنائي

يجيب الطلاب بشكل فردي كتابياً على الأسئلة الثلاثة التالية:

• ما هو التعاطف؟

• من أين يأتي التعاطف؟

• ما هي العمليات التي يخدمها التعاطف في الإرشاد الوراثي؟

بعد ذلك، يناقش كل ثنائي من الطلاب إجاباتهم المكتوبة.

الوقت المتوقع: ١٠ - ١٥ دقيقة.

العملية

يقدم كل ثنائي تقريراً عما ناقشوه. ثم يلخص المدرب المواضيع الأساسية ويطرح الأفكار التي لم يتطرق لها الثنائيات.

الوقت المتوقع: ١٠ - ١٥ دقيقة.

ملاحظة للمدرب

• يمكن عمل هذا النشاط في مجموعات مكونة من ٣-٤ طلاب. أو يعطى كمقالة. وبدلاً من الكتابة الفردية، يمكن للطلاب التفكير في إجاباتهم لعدة دقائق ومن ثم مناقشتها مع زميل.

النشاط ٢ أ: نموذج لمهارات التعاطف متدنية المستوى

يقوم المدرب بالاشتراك مع عميل إرشاد وراثي متطوع في تمثيل أدوار بحيث يقوم المرشد بإظهار تعاطف أولي ضعيف (ارجع للأخطاء العامة في التعاطف الأولي السابقة للتزود بأفكار لتمثيل مهارات متدنية). يراقب الطلاب التمثيل ويدونون أمثلة للتعاطف الضعيف.

الوقت المتوقع: خمس دقائق.

الطريقة

يناقش الطلاب أمثلتهم عن التعاطف الضعيف، ثم يناقشون مع المدرب تأثير تعاطف المرشد الضعيف على العميل. بعد انتهاء جميع الطلاب من تقديم تعليقاتهم، يمكن للعميل تقديم انطباعه عن سلوك المرشد.

الوقت المتوقع: ١٠ دقائق.

النشاط ٢ ب: نموذج لمهارات تعاطف عالية المستوى

يكرر المدرب مع نفس المتطوع تمثيل الأدوار، وفي هذه المرة يقوم المدرب بعرض مهارات تعاطف أولي فعالة. ويسجل الطلاب ملاحظاتهم عن أمثلة مهارات التعاطف الجيدة.

الوقت المتوقع: خمس دقائق.

الطريقة

يناقش الطلاب أمثلتهم للتعاطف الجيد. ثم يناقشون مع المدرب تأثير تعاطف المرشد على العميل. وكجزء من المناقشة، يقارنون هذا التمثيل مع التمثيل السابق للمهارات المتدنية.

الوقت المتوقع: ١٠ دقائق.

ملاحظة للمدرب

• يمكن للطلاب عمل هذا التدريب في ثنائي فكر وشارك لتحديد أمثلة للتعاطف وتأثيرها على العميل.

• كما يمكنهم أيضاً التعليق على مهارات الحضور مع التركيز على عملية

التعاطف الأولي.

النشاط ٣: تمرين العصف الذهني

يفكر الطلاب في مجموعات صغيرة بطريقة العصف الذهني عن الأمثلة والكليشات التي قد تقال لعميل الإرشاد الوراثي (مثل، "الزمن كفييل بشفاء كل الجروح"). يمكن القيام بهذا التدريب فردياً أو ثنائياً. يناقش الطلاب الأمثلة مع المجموعة الكبيرة ومن ثم يناقشون مع المدرب لماذا يستخدم الناس الأمثال والكليشات، وتأثيرها المحتمل على عميل الإرشاد الوراثي.

الوقت المتوقع: ١٥ - ٢٠ دقيقة.

ملاحظة للمدرب

للتغيير في هذا النشاط يمكن استضافة مرشدين وراثيين والطلب منهم وصف الأقوال الهجومية والشنيعة التي قيلت من قبل مرشدين آخرين لعملائهم في حالاتهم الوراثة.

النشاط ٤: تمرين المجال/القوة

إن الأمر يتطلب أن تكون فعالاً في ردودك العاطفية، لذا يجب عليك الرد بدقة فيما يتعلق بالمجال (إيجابي أو سلبي) والقوة (مستوى العاطفة) وكما سبق ذكره في هذا الفصل. في هذا التمرين، يكتب الطلاب وصفاً لمخاوف طبيعية في أربع -أو خمس- جمل قد يشعرون بها لو كانوا عملاء للإرشاد الوراثي، بحيث لا يتضمن هذا الوصف أي مشاعر. بعد ذلك، يطلب المدرب من طالب أن يتطوع بقراءة الجمل مجردة من الأحاسيس اللفظية وغير اللفظية على بقية الطلاب في الصف. ثم يطلب من الطلاب التفكير بإبداع في المشاعر المحتملة. وبعد تحديد كل إحساس، يسأل المدرب إذا كان هذا الشعور إيجابياً أم سلبياً، وما إذا كان معتدلاً أو متوسطاً أو شديداً. ويقوم المدرب بكتابة قائمة بالكلمات العاطفية على السبورة أو على صحيفة حائطية كالتالي:

مجال المشاعر السلبية

مجال المشاعر الإيجابية

مشاعر معتدلة

مشاعر متوسطة

مشاعر شديدة

بعد الانتهاء من العصف الذهني، يطلب المدرب من المتطوع تحديد المشاعر الأقرب إليه والتي سيشرح بها لو كان عميل الإرشاد الوراثي.
يمكن تكرار هذا النشاط مع متطوعين آخرين.

العملية

يجيب الطلاب على الأسئلة التالية :

- أين التحدي في هذا النشاط؟
- هل كنت قادراً على اختيار المجال الصحيح للعاطفة؟ وقوتها؟
- هل تمكنت من رؤية كيف يكون من السهل أن تخطئ في تحديد مستوى العاطفة؟
- هل تؤمن بأن الاختيار الخاطئ لمجال أو قوة العاطفة يؤثر على فعالية التعاطف؟

نشاط ٥: تمرين الحلقة الدائرية

الدورة الأولى

ينقسم الطلاب إلى مجموعات مكونة من ٥-٦ طلاب. يبدأ المدرب بعرض النشاط أولاً. بعد ذلك يطلب المدرب من الطالب المجاور له (الطالب أ) إعطاء ٢-٣ جمل يمكن أن يقولها عميل إرشاد وراثي عن حالته. ثم يقوم المدرب بعكس جمل العميل أي تكرار كلام العميل حرفياً. ثم يلتفت الطالب (أ) إلى الطالب (ب) ويطلب منه تقديم تصريحين أو ثلاثة تصريحات مختلفة لعميل ، ويقوم الطالب (أ) بتكرار كلام العميل (ب). وتستمر نفس العملية في حلقة دائرية بحيث يحصل كل طالب على فرصة أن يكون مرشداً وعميلاً.

الدورة الثانية

في الدورة التالية وباستخدام نفس جمل وتصريحات العميل ، يقوم المرشد بالرد عليها بردود قصيرة مستخدماً كلماته الخاصة ، بحيث تلخص الردود أهم ما في المحتوى وبدون التطرق إلى تحديد المشاعر.

الدورة الثالثة

في الدورة النهائية وأيضاً باستخدام نفس تصريحات العميل ، يقوم المرشد بالرد على المحتوى والمشاعر. ويجب على المرشد استخدام الصيغة التالية: "أنت تشعر ب..... بسبب.....".
الوقت المتوقع : ٢٠-٣٠ دقيقة.

ملاحظة للمدرب

يجب على المدرب دائماً أن يعزز الردود الجيدة. وإذا كان رد الطالب بعيداً جداً عن المقصد، اسأل المجموعة: "من لديه أفكار أخرى عن كيفية الرد؟".

النشاط ٦: تمثيل أدوار في مجموعات صغيرة

شكل مجموعات صغيرة (من ٤-٥ طلاب)، وفي كل مجموعة، يتقمص المدرب أو أحد الطلاب دور عميل للإرشاد وراثي. ثم يبدأ العميل بالحديث عن سبب قدومه لطلب المشورة، بعد ذلك يقوم أحد أفراد المجموعة (طالب أ) بإرشاد العميل مع تبادل الأدوار مرتين أو ثلاث مرات بشرط أن يستخدم الطالب (أ) ردود تعاطفية أولية. بعدها يصبح الطالب التالي (الطالب ب) المرشد ويرشد العميل بردين أو ثلاثة ردود. مع الاستمرار في هذه العملية يتاح لكل طالب فرصة التمثيل كمرشد. يجب على المجموعة التوقف عند منتصف العملية ومناقشة ما تم معرفته عن العميل حتى الآن وما يحتاج للتعاطف الأولي. كما يمكن القيام بهذا النقاش إذا تعثر أحد الطلاب في تمثيله لدور المرشد. الوقت المتوقع ٣٠-٤٠ دقيقة.

النشاط ٧: تمرين ثلاثي

ينفذ ثلاثة طلاب تعاطفاً أولياً ومهارات حضور لمدة ١٥ دقيقة مع التناوب على أداء دور المرشد والعميل والمراقب، ثم يقضون ١٠ دقائق في التعليق والنقد بعد كل تمثيل. وعلى المراقب إيقاف المرشد إذا بدا متعثراً.

بعض المعايير لتقييم التعاطف الأولي للمرشد:

- الدقة.
- إدراك المحتوى.
- إدراك المشاعر.
- التوقيت الجيد.

- تجريبي.
- مختصر.
- أولي، وليس تعاطف متقدم.

العملية

يناقش الطلاب في المجموعة الكبيرة ما تعلموه أثناء تمثيل الأدوار، وتساؤلاتهم عن التعاطف الأولي ومهارات الحضور، وعن دور هذه المهارات في الإرشاد الوراثي. الوقت المتوقع: ٧٥-٩٠ دقيقة.

تمارين كتابية

التمرين الأول

- اذكر حالتين أو ثلاث في حياتك الخاصة واجهت أثناءها خسارة، إحباط، حزن، ... إلخ.
- صف حالتك، ومشاعرك وقتها، وبما فكرت، وماذا فعلت.
 - كيف كابدت وتحملت في تلك الحالة؟
 - ما هي المصادر التي لجأت لها للمساعدة (بما فيها الأشخاص الذين ساعدوك)؟

ملاحظة للمدرب

- يمكن القيام بهذا التمرين كحوار أو كمقالة قصيرة أو حتى شفهاً مع زميل في ثنائي.
- ينبغي حث الطلاب على اختيار الحالات بحرص شديد لكيلا يقوموا بشكل غير مقصود بكشف أمور لم يشاءوا البوح بها.

التمرين الثاني

كون أربع أو خمس مترادفات لكل من الكلمات العاطفية في القائمة التالية:

سعيد	متوتر	مُحرج
حزين	متردد	منطوي
غاضب	مسؤول	يائس
خائف	ممانع	منبوذ
مشوش	ممزق	منزعج

مثال: مهتم: فضولي، مندمج، مشارك، محبط.

التمرين الثالث

باستخدام القائمة التالية من الكلمات العاطفية المعتدلة، كون كلمات لمشاعر في المستوى المتوسط والمستوى المتطرف أو شديدة القوة.

معتدلة القوة متوسطة القوة شديدة القوة

مشوش

أسف

عصبي

غير راضٍ

متردد

منزعج

متعكر المزاج

مسرور

مثال: معتدل = مندهش؛ متوسط = متفاجئ؛ شديد = منبهز.

التمرين الرابع

أنشئ حواراً بين عميل ومرشد وراثي وذلك باستخدام وصف العميل، وبحيث

يستخدم المرشد الوراثة ردود تعاطف أولي فقط. كون ٥ - ١٠ جمل للعميل، ٥ - ١٠

جمل للمرشد.

وصف العميل

زوجان يعملان كمهنيين أعمارهما حوالي ٢٥ سنة، رزقا مؤخراً بمولودهما الأول وشخص الطفل على أنه مصاب بمرض بيلة الفينيل كيتون. وتعلم الزوجان - في الآونة الأخيرة - جميع ما يتعلق بالحمية الغذائية وخطورة الإصابة بالتأخر العقلي.

رد المرشد:

رد العميل:

رد المرشد:

رد العميل:

وهكذا.

التمرين الخامس: التدرّب على التعاطف الأولي*

الجزء الأول: تحديد المشاعر

سجل قائمة من ثلاثة إلى أربعة مشاعر محتملة والتي يمكن أن يشعر بها العميل عند نطقه لكل جملة من الجمل التالي ذكرها، بحيث تختار المشاعر الظاهرة والقريبة لكلام العميل؛ لا تحاول الانتقال إلى التعاطف المتقدم (المشاعر الخفية).

- لو علمت أن الطفل سيصاب بمرض الهيموفيليا، لما فكرت في الحمل أبداً.
- لو كانت نتيجة فحص مرض هنتجتون إيجابية، لانهت حياتي.
- لماذا تتكلم معي عن الإجهاض؟ أخبرتك مسبقاً أنه ليس بالخيار!
- كيف يمكنني مجرد البدء بإخبار ابني أنه مصاب بمرض حثل العضلات؟
- لقد سبق لي الإجهاض ثلاث مرات؛ أنا لست متأكدة أن باستطاعتي

تحمل المزيد.

- أنا لا أعلم لما جئت هنا. حضرت لأن طبيبي طلب مني ذلك.

* نقل من دانيس وفريفه، ١٩٨٠م.

- ألا تستطيع أخبرني عن أي شيء مؤكد؟
- ليس لديك أي فكرة عن مدى صعوبة إنجاب طفل آخر متخلف عقلياً!
- منذ وفاة والدتي بسبب سرطان الثدي، لا يريد أبي لي أو أي من أخواتي أن نفحص عن السرطان.

- ترفض أختي إعطاء عينة دم ولهذا لا أستطيع معرفة ما إذا كنت معرضة للخطورة أم لا.

الجزء الثاني: صياغة ردود للمحتوى

أنشئ رد محتوى مختصر واحد لكل جملة في الجزء الأول. اكتب كل رد كما لو كنت تتكلم حقيقة مع العميل. تأكد من تلخيص المحتوى.

الجزء الثالث: صياغة ردود عاطفية

اقرأ جميع ردود العميل مرة أخرى مع نفسك. ثم اكتب رداً عاطفياً واحداً لكل منها. أعد قراءة جمل العميل عند إكمالك للردود. هل قامت الردود بالتطرق للمشاعر

الظاهرة المهمة؟ هل كان الرد يجاري قوة الشعور الظاهرة على العميل؟

مثال: جملة عميل: لا اصدق أنني أعطيت طفلي هذا المرض!

المرشد الوراثي: ١- مذنب، متهم، مسؤول، خجلان.

٢- لذلك تشعر أنها غلطتك!

٣- يبدو أنك تشعر بالخجل.

اتلميح: اقرأ ردود المحتوى والعاطفة بصوت مرتفع للتأكد من أن أسلوبك مختصر

وتجريبي وينقل معاناة العميل بكلماتك الخاصة]

التمرين السادس

قم بتمثيل جلسة إرشاد وراثي مع متطوع من خارج الصف لمدة ١٥-٢٠

دقيقة، ركز على التعاطف الأولي ومهارات الحضور في التمثيل. سجل التمثيل، ثم

فرغه كتابياً وانقد العمل. بعد ذلك قدم الشريط والنسخة الورقية والنقد للمدرب حتى يزودك بالتغذية الراجعة. استخدم الطريقة التالية لتفريغ الجلسة:

المدرّب	النقد الذاتي	العميل	المُرشد
سيزودك بالتغذية الراجعة على ردودك	علق على ردودك الخاصة	العبارات الرئيسية	العبارات الرئيسية للحوار

المراجع

- Baker, D. L. (1998). Interviewing techniques. In: Baker, D. L., Schuette, J. L., Uhlmann, W. R., eds. A guide to genetic counseling. New York: John Wiley & Sons, 55-74.
- [Discusses the importance of identifying and addressing client affect.]
- Bellet, P. S., and Maloney, M. J. (1991). The importance of empathy as an interviewing skill. *Journal of the American Medical Association*, 266, 1831-1832.
- [Provides important arguments for the role of empathy in working with patients.]
- Cormier, W. H., and Cormier, L. S. (1991). Interviewing strategies for helpers: fundamental skills and cognitive behavioral interventions (3rd ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- [Defines empathy and provides several specific examples and related exercises.]
- Egan, G. (1994). *The skilled helper* (5th ed.). Monterey, CA: Brooks
- [Distinguishes between primary and advanced empathy, provides examples and related activities.]
- Kessler, S. (1999). Psychological aspects of genetic counseling: XIII. Empathy and decency. *Journal of Genetic Counseling*, 8, 333-344.
- [Provides rationale for greater incorporation of empathy into the genetic counseling relationship/session. Offers specific examples of counselor responses that communicate empowerment, decency, thoughtfulness, positive reinforcement, and consolation.]
- Pedersen, P. B., Ivey, A. (1993). *Culture-centered counseling and interviewing skills: a practical guide*. Westport, CN: Praeger Publishers.
- [Puts empathy into a cultural context and provides illustrative examples.]
- Punales-Morejon, D., Penchaszadeh, V. B. (1992). Psychosocial aspects of genetic counseling: cross-cultural issues. *Birth Defects: Original Article Series*, 28, 11-15.
- [Describes several barriers to the use of genetic counseling services. Provides some useful information for the development of initial primary empathy for clients who differ from the genetic counselor.]

Rogers, C. R. (1992). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 60, 827-832.

[Emphasizes the importance of empathy as a basic facilitative condition.]

Ridley, C. R., Lingle, D. W. (1996). Cultural empathy in multicultural counseling. In: Pedersen, P. B., Draguns, J. G., Lonner, W. J., Trimble, L. D., eds. *Counseling across cultures* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 21-46.

[Defines cultural empathy, its origin and impact on helping relationships.]

Weil, J. (2000). *Psychosocial genetic counseling*. New York: Oxford University Press.

[Describes typical experiences of genetic counseling clients that can be helpful in gaining an empathic understanding; defines empathy and its role in genetic counseling.]