

God kommunikation er det parameter, klienterne skeler mest til, når de skal vælge dyrlæge ...

KOMMUNIKATION ER FREMTIDEN inden for veterinærmedicin

HENRIK SCHØNEBERG • CAND. MAG. I FILOSOFI OG VIDENSKABSTEORI OG VEJLEDER I VETERINÆR KOMMUNIKATION

Et af de væsentligste fag inden for veterinærmedicin er så nyt, at det ikke har et dansk navn endnu. Jeg tillader mig her at oversætte fra engelsk og kalde det veterinær kommunikation (Veterinary Communication).

God kommunikation er det parameter, klienterne skeler mest til, når de skal vælge dyrlæge, og forbedret kommunikation er den egenskab, der oftest bliver nævnt inden for veterinærmedicin som nødvendig for at få succes.

Samtidig kan enhver blive bedre til at kommunikere gennem de metoder, der er udviklet specifikt til brug for arbejdet inden for veterinærmedicin, og som er skræddersyet til alle aspekter af arbejdet i en dyreklinik og i dyrlægebranchen i det hele taget.

Lad mig give et eksempel: Hvis en potentiel klient ringer, og oplyser et telefonnummer, er det normalt, at veterinærarbejderen gentager det sidste ciffer, for at indikere, de har modtaget beskeden. Men har de det?

Indimellem er det ikke tilfældet, for man kan let misforstå, om de sagde det ene eller det andet tal. Derfor er det meget gavnligt for klinikens serviceniveau og evne til at holde på deres klienter at gentage hele telefonnummeret, så kli-

enten kan korrigere én, hvis man har hørt forkert.

Der er på denne vis en lang række punkter, hvorved man kan styrke kommunikationen i klinikken til gavn for serviceniveauet, og er man blandt de måske 20 procent, der i forvejen gentager hele telefonnummeret, kan man være sikker på, at man kan forbedre sig på anden vis. 40 års samlede erfaringer inden for klientkommunikation kan intet enkeltindivid hamle op med af sig selv.

Disse erfaringer er hentet fra den almene kommunikationsteori, samt især fra det humane sygehusvæsen, hvor der i årtier har været forsket i god klientkommunikation, og hvor faget kommunikation er en væsentlig del af uddannelsen for sygeplejersker og læger. Samtidig er der de sidste 15 år lavet flere og flere videnskabelige undersøgelser inden for faget veterinær kommunikation, fortrinsvis i USA og England. I 2010 udkom den første bog på området.

Samlet set giver dette en detaljeret indsigt i, hvad der er væsentligt at have for øje i sin kommunikation inden for dyrlægebranchen.

Længe undervejs

Bevidsthed om elementerne i god kommunikation kan i væsentlig grad forbedre

dyrevelfærd, klienttilfredshed, medarbejdernes trivsel og dyreklinikens økonomi. Det kan bidrage til at dæmpe stress og jag i hverdagen, undgå konflikter med klienterne og sikre »compliance« og forståelse. Alt fra hvordan man overbringer dårlige nyheder, og diskuterer pengespørgsmål, til hvordan man får en samtale lukket på sympatisk vis, så man kan komme videre med arbejdet, er nøje beskrevet. Veterinær kommunikation er med andre ord et topmoderne redskab til brug for dyrlæger og veterinærpsygeplejersker.

Når faget har været lidt længe undervejs inden for veterinærmedicin, skyldes det, dels at man har troet, at god kommunikation kom med erfaringen ude i det virkelige liv, dels at man ikke har fundet faget relevant, fordi det ikke har en naturvidenskabelig karakter. Begge dele er ukorrekt.

Veterinær kommunikation er med andre ord et topmoderne redskab ...

Det er kun i mindre grad tilfældet, at god kommunikation kommer med erfaringen. Man sætter sig for det meste relativt hurtigt fast på nogle bestemte rutiner, og bruger så de næste 100.000 klientsamtaler på at begå de samme fejl om og om igen. Forståelse for veterinær kommunikation kan korrigere disse fejl.

Den forbedrede kommunikation

God kommunikation er i høj grad relevant i en naturvidenskabelig sammenhæng, bl.a. fordi omkring 80 procent af diagnosen af det syge dyr, kommer gennem samtalen med klienten. Kommunikation, der er grebet rigtigt an, kan hjælpe til at optage fyldestgørende baggrundsinformation om det syge dyr og klientens situation, så man kan stille en mere korrekt diagnose, og give en vejledning, som klienten rent faktisk forstår, og følger videre frem, hvilket ellers ofte ikke er tilfældet.

Her er et eksempel, der illustrerer, hvordan slutresultatet af den naturvidenskabelige undersøgelse påvirkes af forbedret kommunikation: Mange dyrlæger i en dyreklinik siger: »Du skal gøre sådan og sådan«, men klienten vil for det meste være mere modtagelig for dyrlægens forslag, hvis dyrlægen siger: »Jeg vil foreslå, du gør sådan og sådan«. Det er også mere korrekt, at udtale sig på denne vis, for lige meget hvor meget mere dyrlægen ved om sagen, er det for det meste op til klienten selv, om de vil følge dyrlægens vejledning eller lade være. Klienten skal ikke følge dyrlægens vejledning, så man kan kun retmæssigt foreslå dem at gøre noget, eller stærkt opfordre dem ud fra en faglig vurdering.


Hvis jeg med al mit kendskab til faget veterinær kommunikation kommer ud til en klinik og siger, de skal gøre sådan og sådan, så sidder jeg med rette tilbage med visne tilhørere, for jeg skal ikke bestemme, hvad de skal gøre. Hvis jeg foreslår dem nogle ændringer, glider det hele meget lettere ned, og hvad de ikke vil ændre, er op til dem selv, upåagtet af om jeg mener, det vil gavne dyrevelfærden, hvis de gør, som jeg siger.

Fra god til endnu bedre

Det er en udfordring for mange, at man kan komme i tvivl om, hvorvidt man kommunikerer godt nok, når man bliver mindet om, at man kan gøre det bedre. Det kan fremkalde en usikkerhed i samtalen med klienten, der er til skade for klientens tryk. Her er det vigtigt at have fokus på, at styrkelsen af dyrlægers kommunikation generelt ikke handler om at gå fra dårlig til god kommunikation, men om at gå fra god til endnu bedre.

Der kan også være en sund skepsis for, om veterinær kommunikation gør dyrlæger og veterinærsygeplejesker til robotter uden personlighed. Til det er der at sige, at der er uanede muligheder for at skabe sin

egen tilgang til klienten indenfor rammerne af den professionelle kommunikationsvejledning – og mange gange kan det oveni hjælpe til at få ens egentlige selv frem. Det kan være svært at fremstå empatisk, når der er hektisk og travlt i dyreklinikken, men det betyder ikke, at man er følelseskold.



Jeg oplever, der er en væsentlig forståelse for, at kommunikation er vigtigt...

Undervisning

I Dansk Veterinærtidsskrift nr. 1/2014 beskriv Louise Hüge-Madsen i artiklen: »Hvordan får dyrlægen budskabet igennem i svinebesætningen?« hvor vigtigt det er, at dyrlæger sætter sig ind i kommunikation og psykologi og lader sig inspirere af andre faggrene udenfor deres egen sfære.

Jeg oplever, der er en væsentlig forståelse for, at kommunikation er vigtigt, men at der er en vis tøven i forhold til at gøre den nødvendige indsats for på professionel vis at styrke kommunikationen i dyreklinikkerne.

Jeg håber, at min artikel i sammenhæng med Hüge-Madsens kan være med til at lede i retning af, at faget veterinær kommunikation bliver vægtaget højere i undervisningen, så de der arbejder indenfor veterinærbranchen kan tage deres eget kommunikationsfag bedre til sig. ■

Kommunikation

i dyrlægens hverdag

Hovedtemaet på Dyrlægernes Dag er i år »Kommunikation i dyrlægens hverdag«. Der vil være plenumindlæg og separate programspor, der med forskellig vinkling vil fokusere på betydningen af kommunikation: Hvad er det kommunikation gør, kommunikation og forandring, hvordan kommunikerer vi med »vanskelige kunder«.

Dyrlægernes Dag og generalforsamlingerne i DDD afholdes **fredag den 3. og lørdag den 4. oktober 2014** på VINGSTED hotel & conferencecenter.

