



AKTĪVĀ IESAISTĪŠANĀS

Ceturtais izdevums

Esība un darbība
karjeras konsultēšanā

NORMENS AMUNDSONS

AKTĪVĀ IESAISTĪŠANĀS

Ceturtais izdevums

Esība un darbība
karjeras konsultēšanā

NORMENS AMUNDSONS

Copyright © Norman Amundson 2016

Šo grāmatu vai tās daļas jebkādā veidā reproducēt bez izdevēja atļaujas ir aizliegts. Izņēmums ir īsi citāti, kurus var izmantot grāmatas apskatu publikācijās, un darba lapas, kuras drīkst kopēt un izmantot atbilstoši grāmatā sniegtajiem norādījumiem.

Publikācijā izmantoti Kanādas bibliotēku un arhīvu katalogi.

Amundsons, Normens Edmunds, 1948

Aktīvā iesaistišanās: esība un darbība karjeras konsultēšanā / Normens Amundsons — 4. izdevums

Ietvertas bibliogrāfiskas atsauces.

ISBN 978-0-9684345-8-1

1. Karjeras konsultācijas I. *Ergon Communications* II. Nosaukums
HF5381.A48 2009 331.702 C2008-905899-2

Izdevējs: *Ergon Communications*

Lai pasūtītu šo grāmatu un to papildinošos *DVD — Active Engagement Through the Lifespan* un *Active Engagement Through a Cross-cultural Lens* — vai citas *Ergon Communications* publikācijas, sazinieties ar *Ergon Communications*.
www.ergoncommunications.com

Vāka dizains un ilustrācija: Niks Frilings

Teksta dizains un ilustrācijas: Grejs Poinels

Tulkojumu latviešu valodā nodrošinājusi Valsts izglītības attīstības aģentūra
Programmas *Euroguidance* ietvaros.

ISBN latviešu valodas tulkojuma versijai 005-17124-485

© Valsts izglītības attīstības aģentūra, 2016



Līdzfinansē
Eiropas Savienības
Erasmus+ programma

euro | guidance

Publikācijas izstrādi līdzfinansē Eiropas Komisija. Izdevums atspoguļo vienīgi autoru uzskatus, un Eiropas Komisija nav atbildīga par tajā ietvertās informācijas lietojumu.

Citi Normena Amundsona darbi

Amundson, N. E. *Metaphor making.*

Amundson, N. E. *The individual style survey.*

Amundson, N. E. *The physics of living.*

Amundson, N. E. & Borgen, W. A. *At the controls: Charting a course through unemployment.*

Amundson, N. E., Harris-Bowlsbey, J. H., & Niles, S. G. *Essential elements of career counseling: Processes and techniques.*

Amundson, N. E. & Poehnell, G. *Career pathways.*

Amundson, N. E. & Poehnell, G. *Career pathways: Quick trip.*

Amundson, N. E., Poehnell, G., & Pattern, M. *CareerScope: Looking in, looking out, looking around.*

Borgen, W. A. & Amundson, N. E. *The experience of unemployment.*

Borgen, W. A., Pollard, D., Amundson, N. E., & Westwood, M. *Employment groups: The counselling connection.*

McCormick, R., Amundson, A., & Poehnell, G. *Guiding circles: An Aboriginal guide to finding career path. Booklet 1: Understanding yourself.*

Niles, S., Amundson, N., & Neault, R. *Career flow: A hope-centered approach to career development.*

Poehnell, G. & Amundson, N. E. *Career crossroads: A personal career positioning system.*

Poehnell, G. & Amundson, N. E. *Hope-filled engagement.*

Poehnell, G., Amundson, N. E., & McCormick, R. *Guiding circles: An Aboriginal guide to finding career paths. Booklet 2: Finding new possibilities.*

Priekšvārds

Ir pagājuši astoņi gadi kopš pēdējā “Aktīvās iesaistīšanās” izdevuma. Šķiet pienācis laiks atsvaidzināt un papildināt rakstīto. Šis ir interesants dzīves posms, un es jūtu, ka aktīvās iesaistīšanās spēks ir mani iedvesmojis no jauna. Enerģijas pieplūdi ierosināja Cerībās balstītā karjeras modeļa izstrāde un tas, kā šis modelis ļauj sagrupēt dažādus aktīvās iesaistīšanās paņēmienus jaunās kombinācijās. Virzoties pa šo ceļu, esmu uzsācis jaunu izpētes procesu. Mēs ar pētnieku grupu izvērtējam aktīvās iesaistīšanās paņēmieni iedarbību, konsultējot veselības aprūpes speciālistus-imigrantus un bezdarbniekus. Es vienmēr esmu ticējis šo paņēmieni potenciālam, taču arī pētījumi liecina, ka rezultāti ir patiesi apbrīnojami. Ar vienkāršiem līdzekļiem var panākt ievērojamas izmaiņas klientu attieksmē un rīcībā. Šādas izmaiņas dziļi ietekmē cilvēkus un to, kā viņi risina dzīves un karjeras izaicinājumus. Vēl ir daudz darāmā, taču sākotnējie rezultāti iedrošina, un es priecājos par iespēju turpināt šāda veida izpēti.

Mani gandarī arī lietišķie pētījumi, kuri tiek attīstīti sadarbībā ar vietējo kopienu un ir cieši saistīti ar iedzīvotāju reālajām vajadzībām. Pētnieku komandā piedalās gan kolēģi no Cerībās balstītā modeļa grupas (Spensers Nailss (Spencer Niles) un Hjangs Džuns Jūns (Hyung Joon Yoon)), gan speciālisti, kas vada pakalpojumu centrus (Embera Klārka (Amber Clarke), Tanisa Gādarā (Tannis Goddard)), un ir paši iesaistīti pakalpojumu sniegšanā. Šajā procesā esmu piedzīvojis attīstību jaunos virzienos, piemēram, Tanisa Gādarā ar saviem kolēģiem ir izstrādājusi atsevišķu aktīvās iesaistīšanās uzdevumu kopumu īpaši tiešsaistes konsultācijām. Ir aizraujoši vērot, kā dažas no nodarbībām var transformēt, lai tās būtu pielietojamas un to rezultāti vērtējami tiešsaistes platformā.

Pašlaik pārveidoju arī savu dzīves stilu, attālinoties no pilsētvides un iepazīstot lauku dzīvi. Tagad lielākoties uzturos Saturnas salā (iedzīvotāju skaits ap 350), kur puse no salas teritorijas pieder nacionālajam parkam. Šajā idillē mēs ar sievu esam uzcēlušī māju uz 16 akru zemes gabala ar augļu kokiem, lielu dārzu un ērti piekļuvi parkam ar skatu laukumiem, no kuriem var vērot zobenvaļus, roņus un jūras lauvas. Pavasarī pļavas ir

pīpeņu pilnas, un manī veidojas arvien lielāka mīlestība pret zemi. Šajā kontekstā vides aizsardzība un “zaļo” kustība man ir ieguvusi pavisam jaunu nozīmi. Pastiprinoties klimata izmaiņām un raizēm par planētas nākotni, esmu aizdomājies par to, ko zaļais dzīvesveids nozīmē karjeras attīstībai. Labklājības izjūtas nodrošināšana ir attiecināma uz personības, sabiedrības, tautsaimniecības un fizisko esību, un tas ir aspekts, kam ir noteikti jāpievērš uzmanība, kad cenšamies definēt karjeras attīstības lomu 21. gadsimtā. Mums jāpievēršas ne vien atbalstam darba meklējumos, bet arī būtiskajiem jautājumiem par darba nozīmi cilvēka dzīvē un to, kā mūsu individuālā rīcība spēj pasauli mainīt uz labu.

Šajā izdevumā esmu iekļāvis arī pārdomas par karjeras izaugsmes treniņiem un karjeras konsultēšanu, lai izvērtētu dažādos veidus, kā abas šīs palīdzības formas ir pielietojamas. Daudzi no grāmatā iekļautajiem uzdevumiem būs noderīgi gan karjeras konsultantiem, gan koučiem, un es ceru, ka abu šo specializāciju pārstāvji veltīs lielākas pūles, lai savstarpēji ieklausītos un mācītos viens no otra.

Grāmatā esmu iekļāvis savas pārdomas par dažādām tēmām – par jau pieminētajām, kā arī vēl citām. Tāpat esmu papildinājis praktisko uzdevumu klāstu un padziļinājis ieskatu metaforā kā spēcīgā darba instrumentā. Man sirdij tuvi ir stāsti, jo katrā stāstā ir paslēptas metaforas, kas bagātina un atdzīvina stāstā iekļautos notikumus. Cilvēkiem mainoties, viņiem bieži vien ir nepieciešams saredzēt jaunas izvēles iespējas, un, protams, šo pārmaiņu virzītājas lielākoties ir metaforas.

Es patiesi ceru, ka jūs aizraus šajā grāmatā paustās idejas un aprakstītās nodarbības. Vienmēr esmu gatavs iesaistīties dialogā par savu darbu un priecāšos saņemt jūsu komentārus.

Veltīts maniem vecākiem Normam un Džīnai,

kas uzskatīja,

ka ir normāli

krāsot pāri līnijām.

Pateicības

Visos manuskripta sagatavošanas posmos man ļoti palīdzēja sievas Džinetas atsauksmes un atbalsts. Viņas radošās idejas un konstruktīvie komentāri bija ļoti noderīgi.

Es gribu pateikties Grejam Poinelam par tehnisko palīdzību rakstīšanas procesā. Viņš sagatavoja šī darba pirmā izdevuma maketu, un gribu īpaši izcelt viņa radošo pieeju šim darbam.

Es augstu novērtēju arī Nika Frīlinga dizainu un tehnisko palīdzību. Viņš ir ieguldījis daudz darba, lai šis izdevums būtu kvalitatīvs.

Šīs grāmatas pamatā ir konsultēšanas un supervīzijas darbs, ko daudzu gadu gaitā esmu veicis Britu Kolumbijas Universitātes un Nūvestminsteras skolu sistēmas atbalstītajā konsultāciju centrā. Man ir bijis prieks strādāt tik auglīgā darba vidē, un vēlos pateikties gan saviem kolēģiem un daudzajiem studentiem par viņu ieguldījumu, gan klientiem, kuri apmeklēja šo centru.

Saturs

1. Ievads	13
2. Konsultēšanas teorija, procesi un struktūras	18
Kopaina	20
Uz darbību vērsts, cerībās balstīts karjeras konsultēšanas modelis	22
Karjeras izaugsmes treniņš	25
Zaļās karjeras attīstīšana	27
Pārmaiņu dinamika	29
Karjeras darināšana	32
Konsultēšanas konvenciju izpēte	35
Konsultēšanas attiecību nodibināšana	39
Esība un darbība	43
Svarīguma izjūtas veicināšana	45
Kopējas valodas atrašana	48
Konsultēšanas attiecību apspriešana	51
Kopīga konsultēšanas mērķu izvirzīšana	55
Darbs ar klienta nevēlēšanos sadarboties	57
Nepieciešamais atvērziens	61
Saziņas prasmes — tradicionālās un metaforiskās	64
Kopsavilkums	73
3. Problēmu formulēšanas uzdevumi	74
Problēmas un gaidu formulēšana	76
Konsultēšanas problēmas precizēšana	80
Problēmu formulēšana, izmantojot metaforas	87
Gadījuma analīze	91
Kopsavilkums	97
4. Problēmu risināšanas uzdevumi: Sistemātiskā pašvērtēšana	99
Izpēte, analizējot informāciju	101

Kontekstuālā intervēšana	105
Izvaicāšana, uzsverot iespējas	107
Problēmas izstaigāšana	112
Izvaicāšanas otrā kārtā	115
Vispusīga karjeras izpēte	118
Padziļināta stāstu izpēte	124
Uzdevumu analīze	133
Darbavietas pievilcības faktori	136
Karjeras enkuri	140
Paplašināta intelektuālā karjeras pieeja	143
Kartīšu šķirošana	146
Agrīnie gadi	150
Kopsavilkums	152
5. Problēmu risināšanas uzdevumi: Dinamiskā pašvērtēšana	153
Domu kartēšana	155
Tehnoloģiju izmantošana	157
Problēmu risināšana pēc divu vai trīs krēslu metodes	159
Vairāki skatpunkti	161
Uzņēmēja skatpunkta izmantošana	163
Metaforas un simboli	165
Mācīšanās, spēlējot spēles	179
Stāstu stāstīšana	182
Proza un dzeja	188
Projektīvās metodes	191
Kopsavilkums	198
6. Problēmu risināšanas uzdevumi:	
Kontaktu dibināšana, lēmumu pieņemšana un sagatavošanās	199
Informācija par darba tirgu	201
Atbalsts un informatīvie kontakti — sadarbības tīkla veidošana	209
Tuvinieku iesaistīšana konsultēšanā	214
Lēmumu pieņemšanas stratēģijas	217

Paradoksālie risinājumi	222
Uzvedības vingrināšana	232
Iepriekš iegūtās izglītības novērtēšana — dialogs	236
Dzīvesgājums un atsauksmes sagatavošanas norādes	239
Kopsavilkums	245
7. Konsultēšanas procesa nobeiguma uzdevumi	246
Konsultēšanas procesa rezumēšana	248
Zaudējuma sajūtas un nedrošības atzišana	250
Rīcības plāna izstrāde	252
Pašvirzība	256
Nobeiguma ceremonijas	260
Nobeiguma pārdomas	261
8. Konsultēšanas kompetenču attīstīšana	262
Vispārīgais kompetences modelis	264
Refleksijas brīži	268
Trīs empātijas sejas	270
Konsultēšanas modelis praksē	274
Audio vai video ieraksta atskaņošana	276
Tiešās supervīzijas devums	278
Gadījumu metaforiskā konceptualizācija	280
Kopsavilkums	282
9. Kopskats	283
Aktīvās iesaistīšanās prakses metafora	285
Aktīvās iesaistīšanās pieeja konsultēšanā	287
Gadījuma piemērs: inovāciju un dažādības programma	289
Gadījuma piemērs: atbalsta programma tiešsaistē	291
Beigu piezīmes	292
Atsauces	293

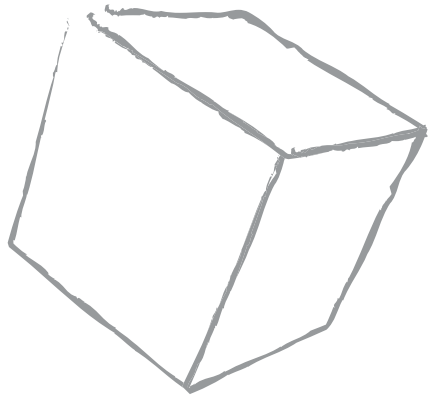
1. pielikums	309
Svarīguma noteikšanas anketa	310
Svarīguma noteikšanas anketas punktu skaitīšana	313
Svarīguma noteikšanas anketas rezultātu interpretēšana	316
2. pielikums	320
Kompetences vērtēšanas kontrolsaraksts	321
3. pielikums	324
Darbavietas pievilcības faktori	325
Darbavietas pievilcības faktoru tests	327
Darbavietas pievilcības faktoru klasificēšana	330
Desmit darbavietas pievilcības faktori	332
Darbavietas pievilcības faktoru diagramma	334
Mana darbavietas pievilcības faktoru diagramma	337
Mani darbavietas pievilcības faktori	338
4. pielikums	339
Ar mākslu saistītā vērtēšana	340
5. pielikums	343
Sadarbības tīklu veidošana: jautājumi pārdomām	344
Par autoru	346
Kontaktinformācija	348

Attēlu saraksts

1. attēls. Vēdzirnaviņas	23
2. attēls. Ritenis	53
3. attēls. Ceļu karte	79
4. attēls. Interaktīvais lēmumu pieņemšanas modelis	81
5. attēls. Ar bezdarbu saistītā emocionālā viņņošanās	84
6. attēls. Dzīves līnija	85
7. attēls. Konsultanta zīmējums	90
8. attēls. Riteņa segments	119
9. attēls. Struktūras noteikšanas vingrinājums	127
10. attēls. Uzdevumu analīzes diagramma	135
11. attēls. Metaforu kartītes	178
12. attēls. Karjeras iespēju paplašināšana	208
13. attēls. Lēmumu pieņemšanas tabula	219
14. attēls. Kompetences modelis	265

Pirmā nodaļa

IEVADS



Kā karjeras konsultantu izglītotājs esmu darbojies gan karjeras, gan individuālajās konsultācijās mikrorajona konsultāciju klīnikā un universitātes konsultāciju centrā. Pirms dažiem gadiem, vērojot konsultācijas (gan savas, gan citu), es sāku sev jautāt: „Kas te īsti notiek?” To izraisīja pieaugošās bažas, ka karjeras konsultēšanas teorija un prakse lielākoties nav paspējušas pielāgoties mūsdienu situācijai. Manuprāt, ir pienācis laiks karjeras konsultēšanas procesu padarīt aktīvāku, proti, izmantot pieeju, ko es saucu par aktīvo iesaistīšanos. Vairums cilvēku vēršas pie konsultanta ar tādām problēmām, kas neietilpst tikai karjeras vai personiskās dzīves kategorijā, — dzīve nav grāmata. Stāstot par karjeras sarežģījumiem, neizbēgami tiks pieminēti arī citi jautājumi un cilvēki, kas ar tiem ir saistīti. Piemēra pēc iedomāsimies rehabilitētu narkomānu, kam ir grūti atrast pastāvīgu darbu un kas ir atnācis uz karjeras konsultāciju mikrorajona konsultāciju centrā. Pirmās konsultācijas laikā nodarbinātības jautājumam klāt nāk attiecību problēmas, bērnība nelabvēlīgā ģimenē un

Manuprāt, ir pienācis laiks karjeras konsultēšanas procesu padarīt aktīvāku.

dusmu pārvaldība. Vai, piemēram, sievietei, kurai ir divi mazi bērni, lūdz karjeras konsultanta palīdzību, lai atgrieztos darba tirgū. Sākotnēji formulētā problēma ir saistīta ar izvēli starp divām iespējām: sākt

savu biznesu vai kļūt par sociālo darbinieci valsts iestādē. Pārrunu gaitā atklājas, ka viņas laulība ir nestabila, un tas būtiski ietekmē karjeras izvēli. Pat tad, kad cilvēks pie konsultanta vēršas ar šķietami konkrētu jautājumu par karjeru, ir liela varbūtība, ka konsultēšanas gaitā atklāsies arī citas problēmas. Tas liek domāt, ka, strādājot ar klientiem, mums ir jāraugās plašāk gan uz problēmām, gan konsultēšanas paņēmieniem. Personisko un karjeras jautājumu saplūšanu atzīst arī mūsdienu karjeras teorētiķi, piemēram, Deivids Blūsteins (*Bluestein, 2011*).

Pēdējo gadu laikā esmu novērojis, ka aizvien vairāk ir tādu klientu — sevišķi mikrorajonu konsultēšanas iestādēs —, kuriem vienlaikus ir jāpārvar vairāki šķēršļi. Vienkāršu gadījumu kļūst mazāk. Reiz es noorganizēju sapulci tādiem konsultantiem, kam šķiet, ka viņi strādā galvenokārt

ar margināliem klientiem. Ar „margināliem” es domāju tādus karjeras konsultēšanas klientus, kam ir dažādi sarežģījumi (piemēram, klienti, kam ir garīgās veselības problēmas vai atkarība; kam ir jāadaptējas citā kultūrā vai vieniem jāaudzina bērni; kas ir bijušie seksuālie varmākas vai ilgstoši bezdarbnieki vai kas ir atnākuši piespiedu kārtā). Atsaucās neticami daudz konsultantu — sanāca pilna zāle un pierakstījās daudz gribētāju, kam bija jāgaida iespēja piedalīties šajā diskusijā. Drīz tapa skaidrs, ka marginālie klienti strauji kļūst par vairākumu. Konsultanti stāstīja, ka tādu klientu skaits, kuriem jātiek galā ar daudziem šķēršļiem, pieaug. Šo jauno realitāti apliecināja arī mana dalība projektā „Atbalsta aplī” (*Guiding Circles*) — karjeras attīstīšanas iniciatīvā, kuras pamatā ir palīdzības sniegšana Kanādas pirmiedzīvotājiem.

Raugoties no konsultanta skatpunkta, saruna ar daudzu problēmu nomāktiem klientiem var būt mulsinoša. Šādos gadījumos mans jautājums „Kas te īsti notiek?” kļūst vēl aktuālāks. Pārmaiņas notiek soli pa solim, un pirmais solis bieži ir pats svarīgākais. Esmu pārliecināts, ka pirmo soli var spert vai nu personiskās dzīves, vai darba jomā; abu jomu mijiedarbība palīdzēs cilvēkam virzīties tālāk.

Ir interesanti pavērot konsultāciju struktūru. Vairums konsultāciju norisinās pēc noteikta modeļa. Sākumā parasti tiek veidotas attiecības un formulēta problēma. Lielākā daļa maģistrantu, ar kuriem esmu strādājis, ar šo posmu tika galā diezgan pārliecināti. Iespējams, viņiem palīdzēja iepriekš apgūtā Džerārda Īgana konsultēšanas pieeja (*Egan, 1986*). Viņi lietpratīgi izmantoja tādas prasmes kā pārfrāzēšana, precizēšana, empātija, izvaicāšana un rezumēšana.

Pēc pirmā konsultēšanas posma daudziem topošajiem konsultantiem pārliecība par nākamajiem soļiem tomēr zuda. „Ko tālāk?” viņi jautāja, cenzdamies apjaust, kā tikt galā ar daudzajām problēmām. Viņi saprata, ka ir jāpalīdz rast risinājumu klienta problēmām, tomēr uz klientu vērstajās attiecībās vienlaikus ir jāļauj klientam pašam uzņemties atbildību par savu uzvedību. Daudzus praktikantus šī pretruna nomocīja, un viņi

iestrēga nebeidzamā dialogā par risināmo problēmu. Būdam prakses vadītājs, es aizvien vairāk mudināju studentus konsultāciju laikā būt radošākiem un aktīvākiem — izmantot tādus paņēmienus kā metaforas, zīmēšana, padziļināta izpēte, rakstīšana un dzejošana, stāstu stāstīšana, uz risinājumu vērsti jautājumi, uzvedības modeļu izspēlēšana u. c. Šādu stratēģiju izmantošana radīja dinamiskāku gaisotni, un izskatījās, ka atvieglo arī klientu problēmu risināšanu. Es ierosināju lietderīgāk izmantot laiku starp konsultācijām — uzdot klientiem praktiskus mājasdarbus, kas ļautu iesākt turpināt, proti, meklēt informāciju internetā, intervēt profesionāļus un attīstīt personiskos kontaktus. Tieši šī pieeja, kas ir vairāk vērsta uz darbību, ir šīs grāmatas centrālā tēma, un nākamajās nodaļās tā tiks analizēta padziļināti.

Šajā darbā aprakstītā problēmu risināšanas pieeja atbilst skatījumam uz konsultantu kā attieksmes maiņas (angl. — *reframing*) veicinātāju. Parasti klienti nāk pēc padoma, jo ir iestrēguši. Viņi jūt, ka problēma ir jāatrisina, un bieži ir paši mēģinājuši to darīt; par šādu mēģinājumu ir uzskatāma arī vēršanās pie konsultanta. Raugoties uz savām problēmām (sākotnējā attieksme, angl. — *framing*), klienti nespēj saskatīt to risinājumu. Viņi nāk pie konsultanta, jo vēlas izdzirdēt citu viedokli, ieraudzīt citu pieeju, kā tikt galā ar šķietami neatrisināmo problēmu. Šādā situācijā ir ļoti redzams, ka daudzi klienti cer, ka konsultants atrisinās problēmu viņu vietā, tomēr konsultanti lielākoties eksperta lomu neuzņemas un tā vietā mēģina palīdzēt atrast jaunu skatpunktu, no kura raugoties būtu cerības atrisināt vismaz kādu problēmas aspektu, izmantojot cilvēka iekšējos resursus.

Problēmu risināšanas process ir cieši saistīts ar to, ka konsultants palīdz rast jaunu skatījumu, tāpēc liela loma tajā ir iztēlei un radošumam. Klientiem ir „iztēles krīze”, tāpēc konsultanti manis aprakstītajā sistēmā tiek mudināti būt radoši un izmantot iztēli, lai iedvesmotu klientus paraudzīties no cita skatpunkta. Šādos apstākļos klienti tiek rosināti kopā ar konsultantu likt lietā iztēli, lai nonāktu pie problēmas atrisinājuma. Klienti ne vien stāsta par savām problēmām, bet arī iemācās izmantot intuīciju un visas maņas, lai atrastu jaunu skatpunktu.

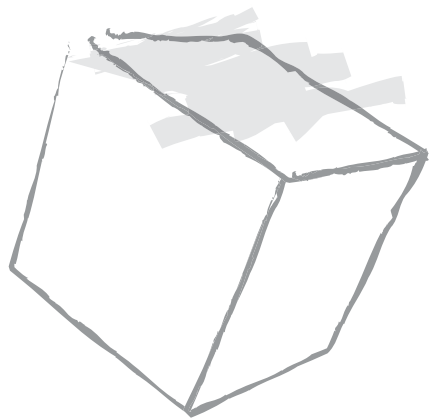
Radošums un iztēle ir izmantojami arī attiecībā uz vispārpieņemto konsultāciju struktūru (konsultāciju konvencijas). Lai konsultēšanu padarītu elastīgāku un atvērtāku, dažus šīs struktūras elementus es esmu sācis apšaubīt un mainīt. Dažas no šīm izmaiņām ir vienkārši papildinājumi, piemēram, konsultāciju telpā novietots statīvs ar lielām papīra lapām un flomāsteriem. Citas izmaiņas ir saistītas ar pašu konsultēšanas procesu. Es mācos konsultācijās atlicināt laiku arī pārdomām — gan konsultantam, gan klientam. Esmu mainījis arī konsultāciju laiku, lai grafiku varētu veidot elastīgāk. Šīs un citas izmaiņas ir palīdzējušas izveidot tādu konsultāciju struktūru, kas ir labāk piemērota plašajam izmantoto konsultēšanas metožu klāstam.

Konsultāciju cikla nobeigums ir veidots tā, lai tiktu apzināts un izcelts panāktais gan personiskās izpratnes, gan problēmu risināšanas ziņā. Svarīgs nobeiguma elements ir īstermiņa un ilgtermiņa rīcības plāna veidošana. Uzmanība tiek pievērsta arī emocionālajai jomai un ar konsultēšanas attiecībām saistītajām jūtām. Attiecību nobeigumam parasti ir raksturīga nedrošība un apmulsums.

Izmantojot terminu „aktīvā iesaistīšanās”, karjeras atbalsta sniegšanā var viegli aizrauties tikai ar „darbību”. Konsultēšanas procesā var izmantot dažādus vingrinājumus, kuros uzsvērtā iztēle, radošums un domāšana par iespējām. Tomēr lietderīgs karjeras atbalsts ir ne tikai vingrinājumi; tā ir arī sava veida „esība”, kas paredz saglabāt mieru neskaidrās situācijās un būt gatavam iesaistīt citus ar atvērtību, rotaļīgumu un elastīgumu.

Otrā nodaļa

KONSULTĒŠANAS TEORIJA, PROCESI UN STRUKTŪRAS



Pirms ilustrējam ar aktīvās iesaistīšanās modeli saistītos konsultēšanas uzdevumus, manuprāt, ir svarīgi aplūkot dažas teorijas un pamatjautājumus. Tie veido sistēmu un rada atbalstošu vidi piedāvāto konsultēšanas nodarbību īstenošanai.

Kopaina

Marks Savicks (*Savickas*, 2015) ir sagatavojis lielisku pārskatu par karjeras attīstību pēdējā gadsimta laikā. Tajā viņš apraksta trīs izaugsmes periodus, kuros ir noticis fundamentāls pavērsiens karjeras uztverē. Šos pavērsienus viņš apzīmē ar terminu „paradigmas maiņa” un atzīst, ka šīs izmaiņas ne vien rada sava veida apvērsumu, bet arī cita citu papildina.

Profesionālās karjeras atbalsts. 20. gadsimta sākumā Amerikā notika lielas pārmaiņas — imigranti un kolonisti sāka pārcelties no lauku saimniecībām uz pilsētu. Šajos apstākļos Frenks Pārsons (*Parson*, 1909) izveidoja profesionālās karjeras atbalsta sistēmu. Cilvēki tika aicināti pārdomāt, kādas ir viņu dotības un intereses, kādas iespējas viņiem ir pieejamas, un tad, „loģiski spriežot” (5. lpp.), šos elementus apvienot. Sev raksturīgo iezīmju un pieejamo iespēju salīdzināšana radīja sistēmu, kā pieņemt ar profesijas izvēli saistītus lēmumus. Šo salīdzināšanas pieeju labi ilustrē Džona Holanda teorija (*Holland*, 1959).

Karjeras attīstība. Pēc Otrā pasaules kara līdz ar vidusšķiras palielināšanos radās jauna paradigma — tā paredzēja ko vairāk par profesijas izvēli. Donalds Supers (*Super*, 1957) izstrādāja attīstības pieeju, saskaņā ar kuru indivīda pašnostāja (angl. — *agency*) un pilnveide attīstās, viņam uzņemoties dažādas lomas un iesaistoties dažādos pasākumos. Karjera tagad nozīmēja ko vairāk par darba atrašanu; tā paredzēja arī pārdomas par savu dzīvesveidu un dzīves laikā pieņemto lēmumu izvērtēšanu. Tika formulēti izaugsmes un attīstības posmi, un priekšplānā izvirzījās pašuztvere un darba vērtības.

Trešā paradigma. Ekonomikas stabilitāte un izaugsme nebija ilga, un drīz cilvēki sāka saprast, ka nevar paļauties uz to, ka organizācijas nodrošinās ekonomikas progresu un drošību visas dzīves garumā. Nestabilitāte nesaskanēja ar cilvēku gaidām pēc karjeras attīstības, tāpēc radās vajadzība pēc jauna skatījuma. M. Savicks (*Savickas*, 2015) šo jauno domāšanas

paradigmu apzīmē ar terminu „dzīves plānošana” (angl. — *life designing*). Tās pamatā ir sadarbība — klienti un konsultanti kopīgi darbojas, lai rastu jēgu un atrisinātu problēmas. Lai gan „dzīves plānošana” ir uzmanību piesaistošs termins un atbilst dažiem trešās paradigmas posmiem, kopējā darbības joma, manuprāt, ir plašāka.

M. Savicks (*Savickas*, 2015) atzīst, ka trešā paradigma ir plaša, un pārskatā ietver arī dažus tādus jēdzienus, kuri parādās aktīvās iesaistīšanās teorijā (cerība un izturība, darba darināšana (angl. — *job crafting*), svarīgums). Aktīvā iesaistīšanās pavisam noteikti iederas šīs jaunās jomas centrā. Bez jau minētā es vairāk uzsveru elastīgumu, radošumu, metaforas un paradoksālās teorijas (haosa teorija, pozitīvā nedrošība, plānotā nejaušība, S likne), kas ir aprakstītas 6. nodaļā. Jāatzīst, ka trešā paradigma ir ļoti apjomīga un prasa plašāku redzējumu.

Uz darbību vērsts, cerībās balstīts karjeras konsultēšanas modelis

Spensers Nailss, Hjangs Jūns un Normens Amundsons (*Niles, Amundson, & Neault, 2010*) ir izstrādājuši teorētisku modeli, kas labi sader ar tikko aprakstīto trešo karjeras paradigmu. Saskaņā ar to karjeras konsultēšanas procesa centrā ir uz darbību vērsta cerības. Šī pieeja pievēršas vairākām kompetencēm, un to var attēlot kā vējdzirnaviņas. Centrā atrodas uz darbību vērsta cerības, un tās ir savienotas ar šādām kompetencēm: a) refleksija, b) skaidrība par sevi, c) redzējuma veidošana, d) mērķa izvirzīšana un plānošana, e) īstenošana, f) pielāgošanās (sk. 1. attēlu).

Šī modeļa teorētiskajā pamatā ir apvienotas trīs teorijas. Alberta Banduras (*Bandura, 2001*) pašnostājas teorijā uzsvērta pašvērtēšana, nākotnes notikumu iztēlošanās, rīcības plāna veidošana, mērķu īstenošana un pārraudzīšana. Čārlzs Snaiders (*Snyder, 2002*) īpaši pievēršas cerībām un piedošanai. Viņš nošķir tādas cerības, kas ir tikai sapņošana atvērtām acīm, un tādas, kuru pamatā ir mērķi un pārliecība, ka ir iespējams aktīvi rīkoties un šos mērķus sasniegt. Viņa skatījums uz cerībām ir līdzīgs tam, ko mēs saucam „uz darbību vērsta cerības”. Duglasa Hola (*Hall, 1996*) darbā ir uzsvērts, cik svarīga karjeras mērķu sasniegšanai ir identitāte un spēja pielāgoties. Nelineāro un elastīgo karjeras attīstības aspektu aprakstīšanai viņš izmanto terminu „mainīgā karjera”. Visi kopā šie trīs teorētiskie skatpunkti veido stabilu pamatu mūsu modelim.

1. attēls. Vēdzirnaviņas



Uz darbību vērstas cerības paredz „iztēloties jēgpilnu mērķi un būt pārliecinātam, ka, atbilstoši rīkojoties, var gūt pozitīvus rezultātus” (Niles, Yoon, Balin, & Amundson, 2010, 102. lpp.). Lai kāda arī nebūtu situācija, tie cilvēki, kam ir izteiktas uz darbību vērstas cerības, spēj labāk izvērtēt iespējas, sākt rīkoties un pārvarēt šķēršļus. Uz darbību vērstas cerības apvieno pašnostāju, iespēju izvērtēšanu un mērķus. Lai noteiktu uz darbību vērsto cerību līmeni, S. Nailss, H. Jūns un N. Amundsons (Niles, Yoon, & Amundson, 2014) konsultantiem iesaka izmantot trīs jautājumus: 1. Vai klients spēj formulēt konkrētu un jēgpilnu mērķi? 2. Vai klientam ir plāns, kā šo mērķi sasniegt? 3. Vai klients var veikt un veiks nepieciešamos soļus, lai šo mērķi sasniegtu?

Šajā modelī pašizpēte ir sadalīta divos elementos — refleksijā un skaidrībā par sevi. Refleksija ir process, kurā cilvēks analizē savus uzskatus, domas, uzvedību, jūtas un apstākļus (Niles, Amundson, & Neault, 2011). Refleksija ir saistīta ar plašām dzīves tēmām, un cilvēki sev uzdod jautājumus par to, kas dzīvē ir svarīgs, ko viņi dzīvē grib sasniegt, kādas ir viņu iespējas utt. Refleksijai ir raksturīga dinamiska iekšējo un ārējo faktoru mijiedarbības apzināšanās.

Skaidrība par sevi ir vērsta uz padziļinātu prasmju, interešu, vērtību un personisko faktoru identificēšanu. Šajā posmā cilvēks vairs neuzdod plašos jautājumus, bet cenšas izprast savas unikālās iezīmes un vērtības.

Redzējuma veidošana ir domāšana par nākotnes iespējām. Daudziem klientiem, kas ierodas uz konsultāciju, ir šaurs skatījums uz savām iespējām. Karjeras konsultants palīdz paraudzīties plašāk un noteikt vēlamos nākotnes rezultātus. Redzējuma veidošanā uzmanība tiek pievērsta tam, kas ir iespējams, nevis tam, kas ir varbūtējs (*Pryor, Amundson, & Bright, 2008*).

Mērķu izvirzīšana un plānošana ietver rūpīgas pārdomas un konkrētus rīcības soļus. Tas nozīmē iespēju loka sašaurināšanu un iespējamo ceļu iezīmēšanu. Šajā jomā ir svarīgi izvirzīt precīzi formulētus, reālus un izpildāmus mērķus. Visas darbības ir vērstas uz mērķu sasniegšanu.

Īstenošanas un pielāgošanās posmā notiek virzība uz priekšu un vienlaikus tiek atzīts, ka viss var arī nenotikt, kā plānots. Lai mainītu mērķus un atrastu jaunus ceļus uz tiem, ir jābūt elastīgam. Šo situāciju var raksturot ar terminu „pozitīvā nedrošība”, proti, notiek pozitīva rīcība, bet tiek saglabāta modrība attiecībā uz mainīgajiem apstākļiem.

Aplūkojot šo modeli, ir svarīgi apzināties, ka šie soļi nav akmenī cirsti. Ja viss nenotiek, kā plānots, iespējams, ir laiks visu pārdomāt vēlreiz un rast lielāku skaidrību par sevi. Šim modelim ir raksturīga iespēja pastāvīgi pārslēgties no viena posma uz citu. Tāpat kā ar vēdzirnaviņām, būtiska loma ir *videi* — vējš var mainīt norišu ātrumu.

Mēs šo modeli, kas ir vērsts uz darbību un balstīts cerībās, esam izmantojuši dažādi. 4. nodaļā ir iztirzāts mūsu izveidotais vērtēšanas instruments — cerībās balstītais karjeras tests (CBKT). Ir aprakstīti arī vairāki tiešsaistes karjeras atbalsta pasākumi, ko esam izstrādājuši pētījuma gaitā. Daudzviet tekstā ir ietvertas arī citas atsauces uz šo modeli un dažādām karjeras atbalsta stratēģijām.

Karjeras izaugsmes treniņš

Lai gan šī ir grāmata par karjeras konsultēšanu, domāju, ka daudzus no šiem jēdzieniem un atbalsta stratēģijām var izmantot arī karjeras izaugsmes treniņos. Vairākus gadus esmu bijis iesaistīts karjeras izaugsmes treniņos (angl. — *career coaching*) Britu Kolumbijas Universitātes Mūžizglītības un karjeras centrā (*UBC Life and Career Centre*), kur palīdzēju izveidot Korporatīvā izaugsmes treniņa sertifikātu. Es arī vadīju dažus viņu izaugsmes treniņa programmas kursus.

Izstrādājot korporatīvā izaugsmes treniņa programmu Britu Kolumbijas Universitātē, viens no pirmajiem uzdevumiem bija definēt, kas ir „karjeras izaugsmes treniņš”. Izveidotā definīcija bija šāda: „Izaugsmes treniņam ir raksturīgs ATTIECĪBĀS BALSTĪTS mācību process, kas noved pie pārmaiņām, un izaugsmes treniņa attiecību un sarunu mērķis ir atbalstīt klientu pārmaiņu īstenošanā. Šajā procesā arī izaugsmes treneris var iemācīties ko tādu, kas izraisa pārmaiņas.”

Diāna Stobere un Entonijs Grānts (*Stober & Grant, 2006*) norāda, ka ir radušies vairāki jauni izaugsmes treniņa veidi. Sākotnēji izaugsmes treniņš bija vērsts uz mērķa sasniegšanu (*Ives, 2008*), bet tagad situācija ir mainījusies. Izaugsmes treniņa jēdziens ir paplašinājies: tagad tas ietver arī humānistisku izaugsmi un pilnveidi un vairāk uzsver izziņu, sistēmu un uzvedības maiņu. Izaugsmes treniņam un konsultēšanai ir šādas kopīgas iezīmes:

- tie ir paredzēti dažādām iedzīvotāju grupām;
- tiem ir raksturīga individualizēta, pielāgota pieeja;
- tie ir balstīti uz izaugsmi divās savstarpēji saistītās — apzināšanās un atbildības — jomās;

- tiek izmantota gan uzklauššana, gan izvaicāšana;
- tiek veidotas vienlīdzīgas, uz sadarbību vērstas attiecības;
- tie ir paredzēti, lai palīdzētu cilvēkiem piekļūt savām zināšanām, resursiem, pieredzei un intuīcijai.

Šos principus tāpat ievēro daudzi karjeras speciālisti, kas sevi sauc par karjeras konsultantiem.

Esmu novērojis, ka starp konsultēšanas un izaugsmes treniņa speciālistiem valda diezgan liela neuzticēšanās un nesaskaņa. Izaugsmes treneri, aprakstot konsultēšanu, bieži uzsver disfunkciju, padziļinātu analīzi, ilgstošas līgumattiecības, diagnozi un vērtēšanu. Savukārt konsultanti, runājot par izaugsmes treniņu, izsakās piesardzīgi par īsajām apmācības programmām un bažijas par virspusīgumu un pārāk lielo pievēršanos rīcībai un problēmu risināšanai. Kaut arī šī kritika ir daļēji pamatota, uzdoto jautājumu pamatā ir arī politiski un ekonomiski apsvērumi. Strādājot ar abām grupām, esmu secinājis, ka daudz ko var atrisināt, citam citā ieklausoties, kā arī apzinoties un cienot gan atšķirīgo, gan līdzīgo.

Daži no konsultēšanas un izaugsmes treniņa kopsaucējiem, manuprāt, ir uz risinājumu vērsta pieeja, pozitīvā psiholoģija un profesionālo attiecību izpēte. Manis aprakstītā aktīvā iesaistīšanās ir daudz ko aizguvusi no šīm teorētiskajām un praktiskajām jomām, tāpēc tā ir saistīta gan ar konsultēšanu, gan ar izaugsmes treniņu.

Zaļās karjeras attīstīšana

2015. gada ANO Klimata pārmaiņu konference aizsāka svarīgu globālu iniciatīvu, kas saistīta ar vides aizsardzību. Parīzē sapulcējās 195 līderi, lai apspriestu un apstiprinātu zaļo iniciatīvu nozīmību. Zaļais skatījums nozīmē, ka tiek atzīta mijiedarbība starp cilvēka darbību, ekonomiku, dabisko ekosistēmu un sociālajiem faktoriem, kā arī tiek uzsvērta veselīgas fiziskās, ekonomiskās un sociālās vides veidošana un uzturēšana.

Šajā brīdī jūs varbūt sev sakāt: es saprotu, ka tas viss ir labi un pareizi, tikai kāds tam sakars ar karjeras attīstīšanu? Lai to saprastu, ir jāapzinās, ka zaļais dzīvesveids nozīmē ne tikai atjaunojamo energoresursu izmantošanu — tam ir arī sociālais aspekts, kas ir saistīts ar vispārējo labklājību.

Par zaļās karjeras attīstīšanas ideju es uzzināju pirms dažiem gadiem, lasot dāņu autora Pētera Planta darbu (*Plant, 1999*). Viņš rakstīja par to, cik svarīga ir zaļo pieeju pašvērtēšana un ka ir nepieciešama arī to ētiskā un ekonomiskā vērtēšana. Kopš tā laika „zaļo lāpu” darba tirgus kontekstā ir pacēlušies daudzi karjeras atbalsta teorētiski un praktiski, kas pēta šādus jautājumus.

- Kādas jaunas darbavietas un specialitātes pašlaik rodas?
(sk. www.planetfriendly.net)
- Kā esošās darbavietas var izmainīt, lai tās atbilstu zaļajam modelim?
- Kā šo jauno skatījumu var ietvert darba meklēšanā?

Lai gan šie jautājumi ir svarīgi, man šķiet, ka šo diskusiju var paplašināt un ietvert tajā plašāku sociālo skatījumu.

Esot zaļi, mēs varam maksimāli izmantot savas kolektīvās stiprās puses. Tas sekmē dažādību, mūžizglītību un pilnveidi. Mūs individuāli

tas mudina uzzināt vairāk par savu patieso būtību, par mūsu unikālā „psiholoģiskā DNS” dabu. Lai iegūtu šādas zināšanas, mums ir jāpārdomā, kas mums dzīvē dod prieku. Prieka mirkli norāda uz to, kas mūs aizrauj, un, to noskaidrojot, mēs varam gūt lielāku skaidrību un labāk iepazīt sevi. Ar šo procesu ir saistīts „karjeras plūsmas” jēdziens, kas plašāk ir aplūkots 4. nodaļā.

Personiskā mērogā zaļais dzīvesveids ir saistīts ne tikai ar cilvēka rīcību, bet arī to, vai viņš ir godīgs un paties. Patiesi zaļš cilvēks cenšas saskaņot personiskās vērtības, uzskatus un principus ar ārējo pasauli. Šāds cilvēks vēlas rīkoties godīgi (tikums) un tā padarīt pasauli labāku.

Konsultanti, kas strādā saskaņā ar zaļajiem uzskatiem, saprot, ka ir svarīgi tikt galā ar problēmām un sarežģījumiem, mainot skatpunktu, proti, nevis risināt problēmas, bet radīt to, kas ir svarīgs. Radošā noskaņojumā cilvēki ir pašpārliecinātāki, viņu problēmas sarūk, viņi atbrīvojas un vieglāk ļaujas plūsmai (*Elkin, 2003*).

Zaļo orientāciju raksturo noteikti jautājumi.

- Kas tev ir svarīgs, un kādu dzīvi tu vēlētos sev radīt?
- Kā tava karjeras izvēle sader ar tavu būtību un iespēju padarīt pasauli labāku?
- Kas ir jādara, lai to sasniegtu, proti, lai tas īstenotos?
- Kāds ir pirmais solis?

Nobeigumā gribu teikt, ka saistībā ar zaļo dzīvesveidu ir svarīgi atzīt, ka karjeras attīstīšana ir kas vairāk nekā palīdzības sniegšana klientiem, sagatavojot viņus kārtējai CV izsūtīšanas kampaņai. Zaļā pieeja nozīmē patiesu pieredzi, kurā karjeras speciālisti un viņu klienti ir tiešām svarīgi. Mums ir jācenšas radīt cerību, rīkoties godīgi un būt ar kalpa sirdi.

Pārmaiņu dinamika

Kā gan cilvēki piedzīvo pārmaiņas savā dzīvē? Šis plašais jautājums aizvirza diskusiju prom no pārmērīgas pievēršanās konkrētām konsultēšanas lomām un pasākumiem un uzlabo izpratni par vispārīgo pārmaiņu procesu, kas ir visa pamatā. Manu viedokli par šo tēmu ir ietekmējušas dažas Melkolma Gledvela idejas (*Gladwell, 2000*). Viņš analizē epidēmiju un tendenču izplatīšanās dinamiku. Straujās attīstības izpēte ir palīdzējusi viņam definēt dažas būtiskas pārmaiņu procesa iezīmes. Esmu atļāvies brīvi traktēt Gledvela radītos jēdzienus un interpretēt viņa sistēmu, lai aprakstītu trīs faktorus, kas veicina pārmaiņas.

1. Ietekmīgi cilvēki

Cilvēki var ietekmēt, un daži no viņiem ir apveltīti ar tādām īpašībām un pilda tādus pienākumus, kas pārmaiņu procesā ļauj viņiem būt spēcīgiem un pārliecinošiem. Padomājiet par tiem cilvēkiem, kam uz jums ir bijusi liela ietekme! Kas viņus padara īpašus? Uzdevis šo jautājumu un apsvēris dažādās iespējas, es izveidoju vairākus aprakstus. Piemēram, ietekmīgie cilvēki ir sirsnīgi un līdzjūtīgi; viņi ir zinīgi un kompetenti; viņi ir drosmīgi un ir gatavi iziet ārpus profesionālās lomas, lai palīdzētu; viņi uzklauša un tikai tad sniedz padomu; viņi ir pacietīgi; viņi dara vairāk, nekā prasīts; viņi saprotami izskaidro katru procesa posmu; viņi nebaidās atzīt, ka ir kļūdījušies; viņi ir neatlaidīgi; viņi neuzskata, ka būtu pārāki par citiem, un neizturas augstprātīgi; viņi ir godīgi; viņus interesē tas, ko jūs darāt, un viņi vēlas palīdzēt; viņi liek jums saprast, ka jūsu vajadzības ir svarīgas. Iespējams, arī jūs būtu minējis dažas no šīm iezīmēm, un, bez šaubām, varētu šo sarakstu vēl papildināt, bet svarīgākais

Mums ir jāizpēta savas attiecības ar klientiem, jāpaplašina sava loma, jāapgūst jaunas prasmes un jābūt gataviem iesaistīt klientus, izmantojot emocijas, izziņu un uzvedību ietekmējošas darbības.

ir tas, ka pastāv noteiktas saskarsmes prasmes un iezīmes, kas cilvēkus padara ietekmīgus. Ietekmi nenosaka tikai ieņemamais amats (piemēram, karjeras konsultants). Noteiktas lomas un darba pienākumi to gan var veicināt, taču jebkurā lomā vislielākos panākumus var gūt, tikai papildinot to ar savām īpašībām, prasmēm un vērtībām.

2. Būtiska, atmiņā paliekoša un pārveidojoša pieredze (aizķeršanās faktors)

Pārmaiņas veicina lietderīgas informācijas pieejamība un dalība aizraujošos un personiski nozīmīgos pasākumos. Pieejamās informācijas apjoms šķiet bezgalīgs, tāpēc vissvarīgāk ir to organizēt jēgpilnās vienībās. Ričards Vērmens (*Wurman*, 1989) norāda, ka neapstrādāti dati vērtību iegūst tikai tad, kad tiem tiek piešķirta forma un mērķis un tie kļūst par jēgpilnu informāciju. Bez informācijas pārbagātības ir vēl viens izaicinājums, proti, idejas ir jāpasniedz tā, lai tās paliktu atmiņā, un te aktīvā iesaistīšanās rāda, ko var. Padomājiet par savu ikdienu un to informācijas gūzmu, kas gāžas pār jums no visām pusēm. Kāda informācija aizķeras? Šo jēdzienu es mācīju kopā ar kolēģi Greju Poinelu, un mēs sagatavojām vingrinājumu, kurā cilvēkiem jākoncentrējas uz kādu jēdzienu, piemēram „sadarbības attiecības”. Sākumā grupas locekļiem tiek dots uzdevums sameklēt tā definīciju vārdnīcā. Pēc brīža uzdevums tiek mainīts un viņiem ir jāapraksta sadarbības attiecības, izmantojot metaforas. Visbeidzot grupas locekļiem ir jāizdomā, kā sadarbības attiecības varētu attēlot fiziski, un tas arī jāparāda. Kaut arī noderīgi ir visi trīs zināšanu veidi, nav šaubu, ka vairums cilvēku labāk atcerēsies metaforas vai fiziskās darbības. Ja mūsu atmiņa darbojas pēc šāda principa, kādēļ gan konsultēšanā mēs tik ļoti paļaujamies uz mutvārdu saziņu? Noteikti ir rodams pamatojums tādām mācībām, kurās vairāk tiek izmantoti vizuālie materiāli un kustības. Arvien biežāk es pārlicinos, ka ir noderīgi izmēģināt tādus konsultēšanas veidus, kuros cilvēki tiek iesaistīti ar visām maņām, ne tikai vārdisku diskusiju. Protams, ar to vien, ka pasākumi paliek atmiņā, nepietiek. Lai tiktu veicinātas pārmaiņas un pārveidošanās, tiem ir jābūt arī personiski nozīmīgiem. Tātad pasākumi ir ne tikai izklaidējoši; pastāv cieša saikne starp pasākuma mērķi un klienta personiskajām problēmām.

3. Konteksta izmaiņas

Pārmaiņu iespējamību lielā mērā nosaka dažādi aspekti ārpus konsultāciju kabineta. Dzīves apstākļi izjauc daudzus labus nolūkus. Konsultantam ir jāreķinās ar to, kas norisinās klienta pasaulē, un jāiedarbojas uz viņa pasauli tā, lai veicinātu un izraisītu pārmaiņas. Parasti šāda praktiska rīcība konsultēšanā tiek izmantota minimāli. Mūsu izpratnei par konsultēšanu ir jāaptver uzvedības izmaiņas, kā arī pārmaiņas izziņas un emocionālajā jomā.

Diezgan netradicionāla nodarbinātības konsultante Andrea Frūlinga (*Andrea Fruhling*) pastāstīja dažus labus piemērus par to, kā viņa, būdama ietekmīga persona, konsultācijās rada atmiņā paliekošu un pārveidojošu pieredzi. Viņa aprakstīja savu darbu ar introvertu klienti, kas runāja ļoti klusu un piedzīvoja grūtības darba intervijās. Pēc ne visai veiksmīgiem mēģinājumiem uzlabot darba intervijā nepieciešamās prasmes konsultāciju kabinetā Andrea aizveda klienti uz auto stāvlaukumu un turpināja vingrinājumus, klientei stāvod vienā stāvlaukuma pusē, bet pašai — otrā. Esmu pārliecināts, ka šī pieredze jau nu klientes atmiņā aizķersies. Vairāk pievēršoties uzvedībai un apstākļiem, Andrea izveidoja apģērbu krājumu, un klienti varēja saņemt apģērbu intervijām. Viņa ne vien iztīrāja intervijas protokolu, bet arī palīdzēja klientiem mainīt ģērbšanās stilu. Tērpa nomaiņas pieredze palīdz ļoti praktiski un arī labi paliks klientu atmiņā. Visas šīs darbības pieder pie radošām, ar aktīvo iesaistīšanos saistītām konsultēšanas attiecībām.

Manuprāt, mums, karjeras konsultantiem, ir jāuzdrošinās apvienot un izmantot visus trīs līmeņus. Mums ir jāizpēta savas attiecības ar klientiem, jāpaplašina sava loma, jāapgūst jaunas prasmes un jābūt gataviem iesaistīt klientus, izmantojot emocijas, izziņu un uzvedību ietekmējošas darbības.

Karjeras darināšana

Karjeras attīstīšana bieži tiek raksturota kā loģiska, sakārtota, pārvaldīta un secīga. Termins „karjeras vadība” saskan ar šo ieskatu un apliecina, ka karjera ir process, ko mēs plānojam un virzām pretī skaidri noteiktiem mērķiem. Lai gan šāds skatījums nav aplams, mūsdienu steidzīgajā pasaulē, kur izmaiņas, šķiet, kļuvas par vienīgo nemainīgo realitāti, ir nepieciešamas arī jaunas paradigmas, kas vērstas uz jaunievedumiem un elastīgumu (Herr, 1999). Kā piemērotāks apzīmējums dinamiskajam un nepastāvīgajam karjeras procesam ir ieteikts termins „karjeras darināšana” (Poehnell & Amundson, 2002).

Amatniecībai raksturīgā „darināšana” apvieno trīs elementus. Atšķirībā no mākslas tā ir funkcionāla: tiek radīts kaut kas praktisks un noderīgs. Lai radītu produktu, ir vajadzīgas zināšanas un prasmes. Un, visbeidzot, ir nepieciešams arī radošums un jaunievedumi. Lai kļūtu par amata meistarū, ir jāapvieno prasme, radošums un kultūrai un apstākļiem atbilstoša produkta radīšana. Šos pašus faktorus var attiecināt uz karjeras procesu, tāpēc tiek izmantots termins „karjeras darināšana” (Poehnell & Amundson, 2002).

*Karjeras darināšanas metafora
palīdz cilvēkiem no jauna
atklāt savu radošo potenciālu
un sākt mainīt gan domāšanu, gan
rīcību.*

Šādam skatījumam uz karjeras attīstīšanu ir daudz priekšrocību, piemēram, tas, ka mēs ieraugām dažādus karjeras procesus. Pirmām kārtām tā ir iesaistīšanās. Klienti karjeras darināšanā nav pasīvi, viņi aktīvi iesaistās. Maikls Artūrs, Kers Inksons un Džūdita Pringla (Arthur, Inkson, & Pringle, 1999) ir izteikuši domu, ka cilvēki darba meklējumos aktīvi izvēlas savu ceļu, atrodot jaunas iespējas un tiekot galā ar ierobežojumiem. Mihājs Čiksentmihāji (Csikszentmihalyi, 1991, 1997) šo iesaistīšanos

apraksta kā procesu, kurā tiek panākta optimāla „plūsma”. Tā vietā, lai ietu pa iestaigātām karjeras takām, iesaistītie un „plūsmas stāvoklī” nonākušie cilvēki izdomā un izmēģina jaunus esības un darbības veidus.

Aktīva iesaistīšanās karjeras darināšanā cilvēkus parasti ļoti uzlādē. Viņus pārņem aizrautība un kaislība, un reizēm gandrīz neizsmeļams enerģijas pieplūdums. Vienlaikus viņos valda miers un rāmums, ko rada darbošanās projektos, kuros tiek izmantota radošā enerģija. Roberts Fricis (*Fritz*, 1989) apgalvo, ka starp redzējumu un pašreizējo realitāti pastāv radoša spriedze, kas palīdz ģenerēt radošo enerģiju. Izmantojot šo enerģiju karjeras attīstīšanā, cilvēks gūst personisku gandarījumu un piepildījumu.

Visbeidzot, karjeras darināšana raisa savas varēšanas apziņu. Tas ir sajūtams divējādi. No vienas puses, tā ir spēja redzēt tālāk par priekšā esošajiem šķēršļiem vai traucējošajiem ieradumiem un sākt veidot jaunus ceļus. No otras puses, rodas jaunas iespējas un sakarības. Cilvēki ar lielāku izpratni un pašpaļāvību spēj labāk pamanīt jaunus virzienus un izvērtēt pieliktās pūles.

Daudzi cilvēki, cenšoties tikt galā ar karjeras maiņu, jūtas kā iestrēguši — viņi nespēj iztēloties sev jaunu nākotni. Lai pārvarētu šādu iztēles krīzi, ir vajadzīgs jauns, radošāks, domāšanas veids, kas palīdz apzināties savu varēšanu. Karjeras darināšanas metafora palīdz cilvēkiem no jauna atklāt savu radošo potenciālu un sākt mainīt gan domāšanu, gan rīcību nebijušā veidā. Mūsdienu sabiedrībā vairums cilvēku ir pieņēmuši domu, ka mēs meklējam un atrodam darbu gluži tāpat kā preces veikalā. Ja nav gatava darba, t. i., organizāciju izveidotu darbvietu, kas tiek reklamētas avīzē, cilvēkam ar šādu patērētāja domāšanu atliek tikai gaidīt, līdz kāds cits viņam darbvietu radīs. Mazo uzņēmumu skaita pieaugums un aktīva uzņēmējdarbība liecina, ka var rīkoties arī aktīvāk. Tā vietā, lai gaidītu, kad parādīsies darbvietas, klienti var uzņemties lielāku atbildību un paši veidot jaunas iespējas.

Karjeras darināšana kā jauna pieeja karjeras konsultēšanā tālāk ietekmē arī konsultantu apmācību un konsultēšanas praksi. Uzmanības centrā ir aktīva iesaistīšanās un gatavība iesaistīt klientus dažādos veidos (fiziski,

mentāli, emocionāli, garīgi). Tiek uzsvērts arī radošums un iztēle, pie kā jāpiestrādā gan konsultantiem, gan klientiem. Konsultantiem būtu jāmacās visu mūžu. Amatnieki zina, ka meistarību var iegūt, mācoties kursus, apgūstot programmu vai strādājot pie meistara par mācekli. Ir jāgrib un jābūt gatavam nemitīgi pilnveidoties. Izcilā audēja Elsa Rēgensteinere (*Regensteiner*, 1970, 7. lpp.) par apmācības nepieciešamību ir teikusi tā:

„Kā jau visos amatos, vispirms ir jāapgūst pamati un teorija un tikai tad ir iespējams izmantot visas radošās iespējas. Bet izgudrojumi var sākties mācību procesā, savukārt tehniskajai pilnveidei nav jābūt garlaicīgai.”

Konsultēšanas konvenciju izpēte

Jebkurā starppersonu saziņā pastāv noteiktas sociālās konvencijas, kas nosaka šīs mijiedarbības likumus un robežas. Konvenciju vēsture un nolūks laika gaitā bieži vien ir aizmirsti. Vairums cilvēku pieņem šīs konvencijas kā pašsaprotamas, un viņiem būtu krietni jāpiedomā, lai sociālās mijiedarbības noteikumus aprakstītu. Lai labāk izprastu sociālo konvenciju vietu ikdienas dzīvē, padomājiet, kas notiek, kad cilvēki vakarā iet ciemos. Šajā pasaules daļā (Kanādā — tulk. piez.) parasti tiek sagaidīts, ka ciemiņš atnesīs mazu dāvaniņu (piemēram, pudeli vīna vai ziedus). Ja norunātais laiks ir plkst.

Es aizvien biežāk sev jautāju un prātoju, kā pārstrukturēt konvencijas tā, lai būtu vairāk iespēju īstenot aktīvo konsultēšanu, ko es piedāvāju.

19.00, dažas minūtes drīkst kavēties (bet nedrīkst ierasties agrāk!). Atkarībā no tā, kādu cilvēku jūs apciemojat, pastāv noteiktas gaidas par to, kādas tēmas ir piemērotas sarunai un kādas nav; divas izteikti jutīgas tēmas ir politika un reliģija.

Etiķete nosaka arī to, kādu maltīti pasniegt, cik daudz drīkstētu ēst, cik ilgi sarunāties ar vienu klātesošo, kad ir laiks doties projām u. tml. Daudzas konvencijas, saskaņā ar kurām mēs dzīvojam, atklājas tikai tad, kad nonākam jaunās situācijās un sastopam cilvēkus, kuri vadās pēc citām konvencijām.

Sociālās konvencijas ir iedibinātas arī konsultēšanas attiecībās. Padomājiet, kā cilvēki atnāk uz konsultāciju, kā viņi tiek sagaidīti un uzņemti, cik daudz laika tiek atvēlēts viņu apmeklējumam. Padomājiet arī par konsultāciju telpām un pieejamajiem materiāliem. Kādas varētu būt gaidas attiecībā uz šo sociālo mijiedarbību starp konsultantu un klientu, un kā tās varētu atšķirties atkarībā no dzimuma, vecuma, sociālā slāņa un kultūras piederības?

Ir vērtīgi padomāt arī par to, kā sociālās konvencijas ir mainījušās laika gaitā. Iztēlojieties, kāda būtu sajūta, ieejot Zigmunda Freida kabinetā vai apmeklējot konsultanta biroju kara gados, kad konsultantu no klienta šķīra

masīvs galds. Mūsdienās vairums konsultantu savu darba vietu ir iekārtojuši tā, lai telpā nebūtu fizisku šķēršļu.

Gadiem ilgi es pieņēmu konsultēšanas vidi tādu, kāda tā ir, līdz ar daudzām citām nekur nedefinētām nozares konvencijām, taču tagad es aizvien biežāk sev jautāju un prātoju, kā pārstrukturēt konvencijas tā, lai būtu vairāk iespēju īstenot aktīvo konsultēšanu, ko es piedāvāju. Lūk, dažas jau iedibinātas konvencijas vai pieņēmumi, kas man nāk prātā, domājot par šo situāciju (iespējams, jūs zināt vēl kādas).

1. Konsultēšana ir strukturēta laika vienībās (bieži tās ir piecdesmit minūtes), un ir maz iespēju būt elastīgam.
2. Pastāv nekur nerakstīts pieņēmums, ka konsultācijas galvenokārt būs verbālas. Parasti telpā nav ne papīra, ne marķieru, un, pat ja būtu, telpā nav ērtas darba vietas. Arī telpas izmēri būtiski ierobežo iespēju veikt fiziskas kustības.
3. Daudzos gadījumos maz uzmanības ir pievērsts telpas iekārtojumam, t. i., attēliem, krāsām, telpaugiem. Zinot, cik svarīga loma konsultēšanā ir iztēlei, telpa būtu jāveido tā, lai tā labāk veicinātu iztēles procesu.
4. Ir pieņemts, ka konsultācija galvenokārt notiek formātā „viens pret vienu”. Laulātais vai cits tuvs cilvēks uz konsultāciju tiek paņemts līdzī tikai atsevišķos gadījumos. Reiz es novēroju konsultāciju, uz kuru klients negaidot bija atnācis kopā ar savu meitiņu. Konsultācija izvērtās mazliet komiska, jo abi pieaugušie centās sarunāties, bet bērns tikmēr mēģināja ar plaukstu aizspiest tēvam muti.
5. Pastāv vārdos neizteikts pieņēmums: tiklīdz klients un konsultants kabinetā sāk konsultāciju, viņu dialogs netiks pārtraukts (izņemot dažas pauzes). Pārtraukumi parasti notiek īpašos gadījumos, ja ir kādas sevišķas grūtības. Konsultācijas pārtraukšana pusceļā, lai būtu laiks pārdomām vai konsultācijai ar citu speciālistu, ir jauna koncepcija.

6. Iziešana no konsultāciju biroja, lai kopā ar klientu pastaigātos pa parku, saistās ar zināmu nedrošību. Viens no raīžu avotiem noteikti ir atbildība, taču man šķiet, ka šī nedrošība ir saistīta ne tikai ar juridiskajiem aspektiem, proti, ir paredzēts, ka konsultēšana notiek šim nolūkam īpaši sagatavotā telpā.
7. Konsultācijas notiek ik pēc nedēļas, ja vien nerodas īpaši apstākļi. Tam nav nekāda speciāla iemesla, un konsultācijas var notikt arī biežāk vai retāk atkarībā no nepieciešamības un tā, cik daudz klients dara ārpus konsultācijām.
8. Pastāv arī nekur nerakstīti pieņēmumi par to, cik ilgs laiks ir nepieciešams, lai konsultēšana būtu „laba”. Parasti tiek uzskatīts, ka pozitīvu rezultātu sasniegšanai vajag vairāk par vienu konsultāciju. Pat tad, ja mērķis šķiet sasniegts vienā konsultācijā, konsultants jūtas spiests ieplānot vēl kādu. Ar to es nedomāju, ka konsultēšana var tikt pabeigta un to vajadzētu pabeigt vienā konsultācijā, bet gan to, ka šādu iespēju nevajadzētu izslēgt kā neiespējamu (*Talmon*, 1990). No minētā var secināt, ka konsultanti varētu strādāt efektīvāk, ja konsultācijas būtu intensīvākas, proti, ja atvēlētais laiks tiktu izmantots maksimāli lietderīgi.

Stāstot par sociālajām konvencijām, es negribu izklausīties pārāk kritisks. Dažas no tām sekmē arī manis piedāvāto konsultēšanas metodi. Piemēram, mūsu konsultēšanas centrā reģistratūras darbinieks un koordinators par klientiem rūpējas un izturas draudzīgi, lai ikviens justos gaidīts. Tur var dabūt kafiju, tēju, kakao un zupu. Uzgaidāmā telpa ir plaša un ērta. Šī struktūra skaidri liecina, ka klienti ir svarīgi, tomēr man šķiet, ka visas konsultēšanas konvencijas būtu jāpārskata.

Konvencijas pašas par sevi nav problēma; problēma ir tā, ka netiek atvēlēts laiks, lai izpētītu, kā tās ietekmē vēlamo konsultēšanas virzību. Lai konsultēšana varētu kļūt aktīvāka, ir vajadzīgas jaunas konvencijas, citādi mēs riskējam ieliet jaunu vīnu vecos traukos. Mazliet no tā, kā esmu pārveidojis konsultēšanas vidi, jūs varat redzēt šīs grāmatas papildmateriālos *DVD* formātā (latviešu valodā izdotajām grāmatām tie

nav pieejami — red. piez.). Tur redzamajās konsultācijās īpašu uzmanību pievēršiet tāfeles novietojumam un izmantojumam. Pavērojiet arī biroju, kur ir izmantotas košas krāsas un telpaugi.

Lai varētu mainīt konvencijas, vispirms ir jāsaprot, pēc kādiem noteikumiem mēs strādājam; pēc tam mēs varam sākt iedibināt tādas konvencijas, kuras sekmē mūsu darbību. Es cenšos iedibināt tādas konvencijas, kas atbilst konsultēšanas pieejai, kurā tiek novērtēta iztēle, radošums un dzīvesprieks.

*Lai konsultēšana varētu kļūt
aktīvāka, ir vajadzīgas
jaunas konvencijas,
citādi mēs riskējam
ieliet jaunu vīnu vecos traukos.*

Priekšplānā izceļot aktīvo iesaistīšanos, tiek gaidīts, ka konsultanti būs gatavi darbā izmantot visdažādākās stratēģijas (zīmēšana, metaforas, kustības, simboli). Lai viņi tam būtu sagatavoti, es mudinu viņus turēt pa rokai tam nepieciešamos materiālus un būt brīvākiem attiecībā uz šādu iespēju izmantošanu. Īsi sakot, konsultanti ir jāiedrošina izmantot savu radošumu un iztēli ar pilnu jaudu, un tad arī klienti kļūs radošāki un elastīgāki, meklējot risinājumu savām problēmām (priekšnoteikums klienta vadītām izmaiņām). Konsultāciju intensitāte arī liecina, ka „te viss notiek un mēs cītīgi strādāsim, lai pēc iespējas produktīvāk izmantotu gan kopā pavadīto laiku konsultācijās, gan laiku starp tām”. Kad konsultanti raisa šādas gaidas, konsultēšanas procesā parādās atbildība — „mums abiem būs cītīgi jāstrādā”.

Konsultantiem pārejot uz aktīvās iesaistīšanās konsultēšanas filozofiju un praksi, viņi pilnībā nododas savam darbam. Tāpat viņi kritiski novērtē esošās robežas un nosaka jaunas, kas labāk atbilst iztēlei un aktīvām mācībām. Es nesaku, ka saskaņā ar šo pieeju konsultantiem nav nekādu robežu. Skaidrs, ka tās ir nepieciešamas, lai nodrošinātu gan klienta, gan konsultanta fizisko un emocionālo drošību. Ir jārespektē tiesiskās, ētiskās un starppersoniskās robežas. Es tikai vēlos norādīt uz to, ka dažas no šīm robežām, iespējams, ir pārāk šauras un varētu tikt paplašinātas.

Konsultēšanas attiecību nodibināšana

Labs sākumpunkts, runājot par konsultēšanas attiecībām, ir Kārļa Rodžersa darbi (*Rodgers*, 1951, 1961, 1980). Viņa izstrādātie konsultēšanas attiecību pamatnosacījumi ir iekļauti gandrīz visās konsultēšanas teorijās. Aizvien vairāk tiek atzīts, ka Rodžersa attiecību struktūra atbilst arī kognitīvi biheiviorālajai teorijai un praksei (*Tursi & Cochran*, 2006). Trīs galvenie konsultēšanas attiecību nosacījumi ir patiesums, bez nosacījumiem pozitīva attieksme un empātiska sapratne.

Analizējot būtiskos konsultēšanas nosacījumus, es tiem vēl pievienotu elastīgumu.

Būt **patiesam** un īstam konsultēšanas attiecībās nozīmē nolikt malā ierastās profesionālās lomas un pievērsties otram cilvēkam atklāti un godīgi. Patiess kontakts nozīmē to, ka cilvēku rīcība, jūtas un domas ir saskanīgas. Klienta un konsultanta sastapšanās neietver slepenus nolūkus vai aizsargreakciju. Gan konsultants, gan klients rīkojas spontāni un dalās pieredzē. Patiesums palīdz pieņemt nepilnības. Konsultantam nav strikti jāspēlē eksperta loma, un viņš var atklāti paust apmulsumu un atzīt, ka ir pieļautas kļūdas.

Bez nosacījumiem pozitīva attieksme ir cieši saistīta ar tādiem jēdzieniem kā apstiprinājums, cieņa, pieņemšana un rūpes. Tā apliecina gatavību pieņemt otru cilvēku netiesājot. Bez nosacījumiem pozitīva attieksme nozīmē to, ka klients tiek uztverts kā vienreizējs un vērtīgs neatkarīgi no viņa rīcības. Konsultants vienlaikus var pieņemt pašu klientu, bet nepieņemt viņa rīcību. Šī atšķirība starp rīcību un iekšējo vērtību ir svarīgs jēdziens, kas būtu jāņem vērā, bet bieži tas tiek pārprasts. Izrādot beznosacījumu pieņemšanu, konsultanti klientus uzņem ar sirsnību un spēcīgu pārliecību, ka viņi paši spēj atrisināt savas problēmas.

Empātiska sapratne ir konsultantu mēģinājums precīzi uztvert klienta pieredzes pasauli (jūtas un domas). Signāli, kas veicina sapratni, izpaužas ne tikai valodā, bet arī neverbālajā jomā un uzvedībā. Dažas situācijas ir diezgan viegli saprotamas, bet citās ir dziļāk jāizprot to pamatā esošās jūtas. Bieži konsultantu apmācībā tiek netieši pieņemts, ka mēs visi esam empātiski un vajag tikai iemācīties sapratni paust. Manuprāt, tas tomēr ir sarežģītāk; lai gan mēs visi esam kaut kādā mērā empātiski, starp dažādiem cilvēkiem var būt ļoti lielas atšķirības. Empātijas avotu ir grūti noteikt, taču teorētiķi, piemēram, Maikls Švalbe (*Schwalbe, 2007*), norāda, ka empātijas attīstību ietekmē tādi faktori kā bezpalīdzības pieredze, kontakti ar cilvēkiem, kas ir ļoti atšķirīgi no mums, un mūsu attiecības ar citiem (plašāks iztirzājums 8. nodaļā). Ir skaidrs, ka cilvēkiem, kuri uzņemas konsultanta lomu, ir jābūt ļoti empātiskiem. Turklāt konsultantiem ir ne tikai jāizjūt empātija, bet arī jāiemācās paust savas jūtas gan vārdos, gan bez tiem. Empātijas izrādīšana ir saistīta ar risku, un tai ir jābūt iejūtīgai un cieņpilnai. Vispirms ir jāapgūst formula „jūs jūtaties..., jo...”, bet ar to vien nepietiek. Bieži vien apskāviens īstajā brīdī var izteikt daudz vairāk nekā jebkas cits.

Apsverot šos trīs būtiskos konsultēšanas nosacījumus, ir jāatceras, ka tiem ir jābūt savstarpēji saistītiem vienā veselumā. Šo saistību atspoguļo Kārļa Rodžersa pārdomas (84 gadu vecumā) par kādreiz notikušu konsultāciju:

„Es atceros, ka tā man bija ļoti sarežģīta intervija, jo viņa sāka runāt par to, ko es no klienta nepavisam negaidīju. Tad es sev jautāju: „Vai es varu būt sagatavojies nezināmajam, neparedzētajam, kaut kam tādām, par ko man nebija ne jausmas, ka tas var notikt? Un vai es varu būt netiesājošs? Vai es varu mierīgi uzklaut jebko un pieņemt, neizsakot par to savu spriedumu? Vai es varu notvert to sajūtu, ko šajā brīdī piedzīvo mans klients? Un vai es varu pieņemt to, ka sākumā es gandrīz noteikti pieļāušu kļūdas?” Es nesapratīšu īsti pareizi, jo man

patīk spēt pieņemt faktu, ka es varu kļūdīties, un tad sevi pārļaut, lai nonāktu uz viena viļņa ar klientu. Un nebūt kritiskam pret sevi, ja man ir pagrūti saprast īsto domu. Un laikam galvenais, ko es sev jautāju, ir: „Vai es varu atbrīvoties un patiešām iejusties otra cilvēka pasaulē — tieši tādā, kāda tā ir viņam?” Tajā brīdī es aptveru vēl kaut ko: šī būs pavisam īsa intervija, apmēram 15 minūtes. „Vai es varu sagatavoties tam, ka nekas daudz, iespējams, nenotiks, taču vienlaikus būt gatavs, ka 15 minūtēs kādreiz notiek kaut kas ļoti svarīgs? Citiem vārdiem sakot, es gribu būt pēc iespējas elastīgāks un atvērtāks jebkam, kas notiks.”
(*Boy & Pine, 1990, 143.–144. lpp.*)

Te aprakstīto pieeju daudzējādā ziņā iemieso vārdi „elastīgums” un „atvērtība”. Lai to īstenotu, mums ir jābūt gataviem rūpīgai pašizpētei. Ļoti interesanti ir daudzie jautājumi, kurus Rodžerss sev uzdod, gatavojoties, viņaprāt, sarežģītai intervijai. Tie atspoguļo iepriekš aprakstītos jēdzienus — patiesumu, bez nosacījumiem pozitīvu attieksmi un empātiju, kā arī gatavību nemitīgi uzdot sev jautājumus par savu darbību. Analizējot būtiskos konsultēšanas nosacījumus, es tiem pievienotu vēl ceturto — elastīgumu. Elastīguma jēdziens noteikti atbilst tai pieejai, kuru demonstrē Rodžerss. Tas arī atspoguļo nepieciešamību pielāgoties mainīgajam darba tirgum un sociālajai videi. Edvīns Hers (*Herr, 1993, 1997*) ir norādījis, ka 21. gadsimtā konsultantam ir ļoti svarīgi būt elastīgam. Elastīgums izpaužas kā iztēle, radošums un atvērtība jaunām situācijām. Tas ir saistīts arī ar „rotāļīgu” attieksmi, gatavību mainīt tēlus un konstrukcijas jaunus veidos (*Thorsted, 2008*).

Attiecības bieži tiek veidotas, cilvēkiem kopā sēžot un saturīgi sarunājoties. Dažkārt, aprakstot konsultantu atvērto stāju (konvencija) individuālajā karjeras konsultēšanā, tiek izmantots akronīms SOLER.

S - *squarely facing the client* (**tieši pretī klientam**)

O - *openness of posture* (**atvērta poza**)

L - *leaning forward (slightly)* (**mazliet saliecies uz priekšu**)

E - *eye contact* (**acu kontakts**)

R – *relaxed* (**atbrīvojies**)

Dažiem konsultantiem un klientiem šis process noteikti ir piemērots, tomēr jāatzīst, ka cilvēkus var iesaistīt arī citādi. Daudzi klienti dod priekšroku mazāk tiešai saziņai. Esmu konstatējis, ka dažiem noder papīra lapa, kur pierakstīt idejas un metaforas. Citiem, savukārt, lietderīgāks būs kopīgs darbs pie projekta vai pastaiga svaigā gaisā.

Esība un darbība

Iepriekšējā apakšnodaļā izteiktais ierosinājums ar „elastīgumu” papildināt Rodžersa minētos pamatnosacījumus — patiesumu, bez nosacījumiem pozitīvu attieksmi un empātisku sapratni — ir būtisks solis ceļā uz pilnvērtīgu aktīvās iesaistīšanās pozīciju. Lai gan tas ir ļoti svarīgs, man šķiet, ir vērts aplūkot vēl vienu soli, proti, attiecības starp „esību” un „darbību”. Es augstu vērtēju karjeras konsultēšanas darbības aspektu, taču konsultēšana ir kas vairāk par aktīvu rīcību. Konsultēšanas rīcības aspektam ir jābalstās „esības” stāvoklī (Hansen & Amundson, 2009; Thrift & Amundson, 2005). Starp visām aktivitātēm un aizņemtību ir jāmeklē un jāatrod arī miers vētras epicentrā. Miera stāvoklim ir raksturīga gatavība būt pilnībā klātesošam un gaidīt notikumu tālāko attīstību, necenšoties neko risināt, — vienkārši būt klāt gatavībā iesaistīties un paļauties, ka klienta stāsts sāks atklāties. „Gara klusumā” cilvēks sāk ieklausīties savā klusajā iekšējā balsī, savās intuitīvajās zināšanās. Šie „klusie” jēgas meklējumi ir tā „esība”, kas ir karjeras attīstīšanas pamatā (Amundson, 2008).

*„Gara klusumā” cilvēks
sāk ieklausīties klusajā
iekšējā balsī, savās
intuitīvajās zināšanās.*

Tā kā esmu atlicinājis laiku klientu stāstiem, esmu arī iemācījies atslābt un gaidīt, kad atklāsies to jēga. Ja esmu pārāk straujš, es palaižu garām svarīgas stāstītā detaļas. Gaidīšana prasa no manis pacietību, pašpārlicību un paļāvību, ka jēga atklāsies pati, ja vien es būšu mierīgs. Šim procesam ir sava gaita (brīžiem lēnāka, nekā man gribētos), un man ir tikai jāgaida, līdz kaut kas notiks.

Aprakstītais process ir aktīvs tajā ziņā, ka mieru atdzīvina apbrīns par dzīves noslēpumainību. Te nav vienkāršu atbilžu. Tas nūdien ir paradoksāls „esības” stāvoklis, kurā vienlaikus ir gan aktivitāte, gan miers. Lai sasniegtu šādu „esības” stāvokli, cilvēkam ir jāraugās gan sevī, gan uz āru.

To, cik svarīgi ir samazināt ātrumu, es pieredzēju gluži burtiski, nesēn atkopjoties pēc gūžas protezēšanas. Viens no rehabilitācijas programmas vingrinājumiem bija lēna pastaiga līdz ielas galam un atpakaļ, kas dažkārt aizņēma veselu stundu, kaut arī savulaik es to varēju veikt 10 minūtēs. Kad biju „lēnas pastaigas stāvoklī”, pasaule izskatījās citāda. Es pamanīju atspulgušus peļķes un zāles stiebrus spraucamies cauri asfalta plaisām. Kaut arī es negribētu šajā palēninātajā stāvoklī palikt, tas man atklāja, ka, dzīvojot lēnāk, mēs daudz ko uztveram citādi.

Gadu gaitā esmu sapratis, ka ar sarežģījumiem bieži var labāk tikt galā, ja kļūstu lēnāks, nevis ātrāks. Tieši mierā un klusumā parādās jauns skatījums un jaunas idejas. Bieži šajā ziņā norisinās īsta cīņa, kad cenšos turēties preti kārdinājumam traukties uz priekšu bez pietiekamas iedziļināšanās vai izpratnes.

Kā atrast šo mieru un klusumu, šo „esības” sajūtu? Praktiskās filozofijas konsultants Dr. Fins Torbjorns Hansens (*Finn Thorbjorn Hansen*) ir teicis, ka tā ir filozofija, dzeja, māksla un dažu veidu meditācija, kas atver mūsu acis uz ikdienas dzīves un savas profesijas noslēpumiem. Tās ļauj mums iegūt jaunu izpratni, kas palīdz skaidrāk pamatot savas darbības ar spēcīgāku „esības” sajūtu. Es pilnībā piekritu šī apgalvojuma pamatdomai un uzskatu, ka sava loma te ir garīgumam un ticībai. Ir jātic, ka atbildes atnāks, ja vien es būšu mierīgs un uzmanīgi ieklausīšos savā klusajā iekšējā balsī.

Svarīguma izjūtas veicināšana

Konsultēšanas attiecības var aplūkot, arī izejot no tā, cik lielā mērā konsultanta un klienta attiecībās izpaužas „svarīgums”. Svarīguma jēdzienu, kas ir indivīda pašuztveres neatņemama sastāvdaļa, pirmoreiz aprakstīja Moriss Rozenbergs un Klēra Makalo (*Rosenberg & McCullough*, 1981). Nensija Šlosberga, Anna Linča un Artūrs Čikerings, strādājot augstākās izglītības vidē, svarīgumu definēja kā cilvēku uzskatus — patiesus un aplamus —, ka viņi kādam ir svarīgi, ka kāds viņiem pievērš uzmanību, ka viņi citiem nav vienaldzīgi un ka viņus augstu vērtē (*Schlossberg, Lynch, & Chickering*, 1989). Kad cilvēki jūt, ka ir kādam svarīgi, uzlabojas viņu pašsajūta, viņi jūtas saistīti ar citiem un pastiprinās viņu cilvēciskā pašnostāja (*Chen*, 2006). Turpretī, kad cilvēki jūt, ka nav svarīgi, viņu attiecības ar citiem pavājinās, parasti viņi ieraujas sevī un kritas viņu pašapziņā. Svarīguma jēdziens ir izmantots saistībā ar klientiem bezdarbniekiem (*Amundson*, 1993) un saistībā ar labsajūtu darbavietā (*Connolly & Myers*, 2003). Andrea Diksone Reila apgalvo, ka svarīgums ir ļoti strauji piesaistījis konsultantu, sociologu un psihologu uzmanību (*Dixon Rayle*, 2006).

*Svarīgums ir cilvēku uzskati —
patiesi un aplami —, ka viņi
kādam ir svarīgi,
ka kāds viņiem pievērš
uzmanību,
ka viņi citiem nav vienaldzīgi
un ka viņus augstu vērtē.*

Nensija Šlosberga, Anna Lasāla un Renija Goleka (*Schlossberg, Lassalle, & Golec*, 1988) raksta, ka svarīgums izpaužas vairākos līmeņos. Pirmais līmenis ir vajadzība pēc **redzamības** — klientam ir jājūt, ka viņa klātbūtne ir ņemta vērā un ka tiek pieliktas pūles, lai viņš justos gaidīts. Tas sākas ar pirmo kontaktu, un tajā ir iesaistīts ne vien konsultants, bet arī citi biroja darbinieki. Skaidrojot šo jēdzienu konsultantiem, es lūdzu iztēloties, kā viņi rīkotos, ja pie viņiem grasītos ierasties kāds nozīmīgs cilvēks. Kā viņi sagatavotos? Mūsu konsultēšanas klīnikā cilvēki tiek sagaidīti reģistratūrā un

pats konsultants pavada viņus līdz konsultāciju telpai un piedāvā karstu vai aukstu dzērienu. Telpā ir vieta, kur pakarināt virsdrēbes, viņu vizītes laikā konsultants neatbild uz tālruņa zvaniem utt. Uzceļot klientus uz svarīguma pjedestāla, ienākšanai konsultāciju telpā tiek piešķirta īpaša nozīme.

Otrais svarīguma līmenis no uzmanības parādīšanas pāriet uz otra cilvēka **vērtības apliecināšanu**. Lai cilvēkam parādītu, ka viņš ir svarīgs, ir jāatvēl laiks viņa problēmu un ar tām saistīto izjūtu uzklaušanai. Konsultāciju unikālais aspekts: klientam vajadzētu saņemt nedalītu otras personas (konsultanta) uzmanību.

Trešais svarīguma līmenis izpaužas brīdī, kad klientam ir iespēja ne vien palīdzību saņemt, bet arī **piedāvāt palīdzību** citiem. Daudziem cilvēkiem, redzot, ka arī viņi spēj ko piedāvāt, būtiski uzlabojas pašapziņa. Grupas konsultācijās vienmēr ir iespēja palīdzēt citiem dalībniekiem. Piemēram, bezdarbniekus var vairāk iesaistīt nodarbinātības centra darbībā. Varbūt viņiem var uzticēt kādu darbiņu kopā ar centra darbiniekiem un konsultantiem, lai viņi varētu uzņemties lielāku atbildību par sniegtajiem pakalpojumiem.

Pēdējais, ceturtais, svarīguma līmenis izpaužas tad, kad klients patiesi uzskata, ka ir izveidojis **gan personiskas, gan profesionālas attiecības** ar konsultantu. Daudzējādā ziņā šo pozitīvo sajūtu rada izturēšanās pret klientu ar empātiju, patiesumu, bez nosacījumiem pozitīvu attieksmi un elastīgumu. Tas nenozīmē personisku draudzību, bet to, ka ir sasniegts stāvoklis, kad personiskas rūpes sniedzas tālāk par teorētiskām profesionālajām robežām. Ja ir panākta šāda līmeņa saikne, klienti ir pārliecināti, ka konsultantiem viņi rūp kā cilvēki un ka konsultanti vēl kādu laiku būs ieinteresēti sekot līdz viņu turpmākajām gaitām. Svarīguma sajūtu pastiprina arī pārraudzības pasākumi: saņemts tālruņa zvans vai e-pasta vēstule, kad konsultācijas jau pabeigtas, var nozīmēt ļoti daudz.

Svarīguma attieksmes izrādīšana konsultācijās daļēji ir atkarīga no tā, kas norisinās konsultanta dzīvē. Ir grūti izturēties pret citiem kā svarīgiem,

ja pašam darbā vai personiskajā dzīvē radušās problēmas. Šādos apstākļos konsultantam ir grūti koncentrēties un viņš var kļūt izklaidīgs.

Konsultantu personiskās vajadzības ir viens no būtiskajiem pamatelementiem, kas nodrošina pakalpojuma efektivitāti. 1. pielikumā ir redzama svarīguma skala, ko konsultanti izmanto, lai novērtētu, cik viņi jūtas svarīgi attiecībā ar vadītājiem un citiem cilvēkiem. Šīs svarīguma anketas pamatotība un uzticamība ir izvērtēta Marka Korbjēra un Normena Amundsona darbā (*Corbiere & Amundson, 2007*).

Vispārējais svarīguma jēdziens ir izmantojams daudzās dzīves jomās. Tā kā es bieži ceļoju, es daudz izmantoju taksometra pakalpojumus. Man atmiņā palikusi kāda situācija, kad es nolaidos pilsētas lidostā un ar taksometru devos uz viesnīcu centrā. Iekāpjot mašīnā, es biju noguris un atlaidos sēdekli, lai atpūstos un izbaudītu braucienu cauri pilsētai. Drīz mēs iekļuvām sastrēgumā, un, kad skats aiz loga paliek nemainīgs, nekas manu uzmanību nepiesaista vairāk kā skaitītāja tikšņi. Pirms vairākiem gadiem es šajā pilsētā biju dzīvojis, tāpēc pārzināju ielu tīklu un sapratu, ka mēs šo sastrēgumu varam apbraukt pa dažām sānieliņām. No pašapliecināšanās pozīcijas vispirms man iešāvās prātā doma dot norādījumus, bet, tā kā es tikko biju pabeidzis darbu pie pētījuma par svarīgumu, nolēmu izmēģināt citu taktiku. Taksometra vadītājs bija citas kultūras pārstāvis, un es pavaicāju, no kurienes viņš ir (viņš bija no Etiopijas) un kā viņam patīk šī pilsēta. Mēs sākām sarunu, un drīz viņš iegrieza mašīnu sānielā, teikdams, ka šo nejēdzību var apbraukt. Drīz tas izvērtās par lielisku braucienu, un es sasniedzu viesnīcu rekordīsā laikā. Skaitītājs rādīja 13 \$, taču vadītājs teica, ka pietikšot ar 10 \$. Es gribēju dot viņam 15 \$, un mēs sākām tirgoties. Šī pieredze deva man mācību, ko vēlāk varēju izmantot ne vien attiecībā ar taksometra vadītājiem, bet arī daudziem citiem. Iespējams, ja mēs cits citam vairāk radītu sajūtu, ka viņi ir svarīgi, daudzi dzīves pārbaudījumi un likstas ietu mums secen.

Kopējas valodas atrašana

Ieradušies uz konsultāciju, klienti bieži vien uzreiz sāk stāstīt par savu problēmu, tomēr, pirms ķeraties pie lietas un apspriežat problēmu, ir ieteicams nodibināt personiskāku kontaktu un parunāt par viņu stiprajām pusēm (*Harris, Thoresen, & Lopez, 2007; Schutt, 2007*). Atvēlot laiku tam, lai noskaidrotu klientu stiprās puses un personisko situāciju, var labi izveidot attiecības un arī iegūt informāciju, kas vēlāk konsultēšanas procesā var izrādīties noderīga. Esmu konstatējis, ka, tiekoties ar jaunu klientu, ir lietderīgi izmantot multikulturālās konsultēšanas principus (*Amundson, Westwood, & Prefontaine, 1995*). Dažos aspektos katra jauna situācija ir multikulturāla mijiedarbība neatkarīgi no rases vai kultūras dinamikas. Konsultants un klients nāk no dažādām „pasaulēm”, un ir svarīgi veltīt mazliet laika tam, lai konstatētu gan līdzīgo, gan atšķirīgo (*Pedersen, 1997*).

Sākotnējā posmā diskusijai vajadzētu norisināties kā ikdienišķai sarunai, nevis gandrīz kā nopratināšanai, un šajā procesā ir būtiski ievērot pamatnosacījumus — patiesumu, cieņu, empātisku sapratni un elastīgumu.

Bieži vien robežas, ko konsultanti novelk starp privātām un publiski apspriežamām tēmām, ir pārāk konservatīvas un nekādi neatspoguļo klientu gatavību pastāstīt savu stāstu.

Mana pieredze rāda, ka daudzi konsultanti diezgan negribīgi iesaistās ikdienišķākā sarunā ar klientu. Dažkārt tas ir saistīts ar vēlmi būt „profesionāliem”, taču vēl biežāk — ar personisku uzskatu, ka, uzdodot noteiktus jautājumus, viņi ir pārāk uzmācīgi. Bieži vien robežas,

ko konsultanti novelk starp privātām un publiski apspriežamām tēmām, ir pārāk konservatīvas un nekādi neatspoguļo klientu gatavību pastāstīt savu stāstu. Vairums cilvēku labprāt runā par sevi un šāda veida sarunu uztver kā zīmi, ka otram viņš ir svarīgs.

Ja neesat īsti drošs, vislabāk ir klientam tieši pavaicāt, vai šādu jautājumu drīkst uzdot. Ja vien šie jautājumi ir labvēlīgi un atspoguļo

dabisku zinātkāri, grūtību parasti nav. Strādājot ar klientiem šādi, es sarunu sāku tā:

„Man prieks, ka jūs šodien atnācāt. Pirms ķeramies pie lietas, mēs varētu veltīt pāris minūtes tam, lai iepazītos. Vai esat ar mieru? .. [Pozitīvas atbildes gadījumā] Varbūt pastāstiet man kaut ko par sevi, piemēram, kur jūs dzīvojat, cik sen jau tur esat, cik liela ir jūsu ģimene, ar ko nodarbojaties brīvajā laikā un tamlīdzīgi!”

Īstenojot šo iepazīšanās posmu strukturētāk, var veikt vingrinājumu „Ko man patīk darīt”. Man nav ne jausmas, kas ir tā autors, bet vienā no manām nodarbībām man to parādīja studente, kura apgalvoja, ka papīra lapu ar šo uzdevumu esot atradusi kādā pamestā Jaunzēlandes baznīcā. Kopš tā laika šo vingrinājumu esmu izmantojis daudzas reizes, un man tas ļoti patīk. Vispirms palūdziet klientam paņemt tīru papīra lapu un kreisajā pusē uzrakstīt līdz 20 nodarbēm, ko viņam patīk darīt. Tām jāaptver visi dzīves aspekti — gan personiskie, gan tie, kas saistīti ar darbu. Kad saraksts ir gatavs, palūdziet klientu izvērtēt katru no uzrakstītajām nodarbēm saskaņā ar šādiem jautājumiem.

1. Cik sen jūs ar to nodarbojaties?
2. Cik tas izmaksā?
3. Vai jūs to darāt viens vai ar kādu kopā?
4. Vai šī nodarbe ir jāplāno vai arī tā ir spontāna?
5. Kādu gandarījumu gūstat no šīs nodarbes (var minēt vairākas iespējas) - mentālu, emocionālu, fizisku vai dvēselisku?

Izvērtējot mīļākās nodarbes saskaņā ar šiem jautājumiem, klientam ir iespēja noskaidrot savu apmierinātības līmeni, savukārt konsultants gūst labu priekšstatu par klienta dzīvi. Kad klausāties, kā klienti apraksta savu

situāciju, un konstatējat ko kopīgu, ir labi par to kaut ko iestarpināt. Piemēram, ja klients stāsta, ka viņam patīk spēlēt tenisu, es piebilstu, ka man arī patīk šis sporta veids. Šādi kopsaucēji stiprina attiecības un var noderēt kā tēmu avots, strādājot ar metaforām (sk. 3. un 5. nodaļu). Šādi iegūta informācija var noderēt arī vēlāk, jau runājot par karjeras jautājumiem.

Kopējas valodas atrašanas principus var izmantot daudzās situācijās, kad grūtības sagādā dažādība. Viena no šādām jomām, protams, ir kultūras atšķirības, tomēr var runāt arī par atšķirībām, kas saistītas ar vecumu, dzimumu, invaliditāti, izglītības līmeni, reliģiju, ekonomisko stāvokli, seksuālo orientāciju utt. (*Weinrach & Thomas, 1996*). Ir jāatzīst skatpunktu atšķirība un vienlaikus jāizceļ kopīgais.

Konsultēšanas attiecību apspriešana

Klientam un konsultantam satiekoties, ir jāvienojas, kādas lomas katrs šajās jaunajās attiecībās spēlēs. Timo Vehemetēns (*Vahamottonen*, 1998) šo procesu raksturo kā pārrunas, kurās klients un konsultants kopīgi cenšas izprast, kā viņi īstenos visus konsultēšanas posmus. Šādas iespējamās pārrunas spēcīgi ietekmē tas, kā iesaistītās puses uztver savu identitāti.

Flečers Pīkoks (*Peacock*, 2001), izmantojot uz risinājumu vērstu pieeju, apgalvo, ka klienti var uzņemt trīs veidu lomas. Pirmā ir „viesis” — cilvēks, kuru uz konsultāciju ir norīkojis cits speciālists. Šādam klientam pašam neliekas, ka viņam būtu kāda problēma, un viņš pret šo procesu var izturēties visai skeptiski. Nākamā loma ir

„klients” — cilvēks, kas saskata problēmu un ir gatavs rīkoties. Šāds klients vislabāk iederas lielākajā daļā konsultēšanas modeļu. Un, visbeidzot, — „kurnētājs” jeb cilvēks, kurš zina, ka viņam ir problēma, taču nav gatavs neko darīt, lai to risinātu.

Uz ierosinājumiem viņš parasti

atbild ar „jā, bet...”: jā, jūsu ierosinājums ir izklausās noderīgs, bet nē — tas nedarbosies. Kurnētājs ieņem pasīva upura nostāju un jūt, ka viņi nekādi nespēs viņa situāciju uzlabot.

Pārrunu laikā konsultantiem var būt nepieciešams izglītēt klientus par daudzajiem faktoriem, kas ietekmē karjeras virziena izvēli, un virzīt viņus uz lielāku sadarbību.

Atbilstoši šīm lomām konsultantam ir jāizmanto dažādas atbildes. Sarunā ar viesi ir svarīgi nesteigties ar rīcību, bet dot viņam pietiekami daudz laika, lai viņš varētu situāciju izvērtēt un izlemt, vai te var būt kas noderīgs. Viesis ir jāiedrošina, sniedzot pozitīvas atsauksmes par viņu pašu un viņa iespējām. Tiekoties ar kurnētāju, ir svarīgi procesu palēnināt un, iespējams, iesaistīt viņu kādā novērošanā, lai viņš pamanītu, ka kaut kas tomēr izdodas (pozitīvie izņēmumi), un nekoncentrētu savu uzmanību tikai uz negatīvo. Klients parasti ir gatavs rīkoties, un viņam ir jāuzdod mājasdarbi un tieši uzdevumi.

F. Pīkoks (*Peacock*, 2001) atzīst, ka šīs kategorijas nav akmenī cirstas un izmaiņas vai svārstības var notikt pat vienas sarunas laikā.

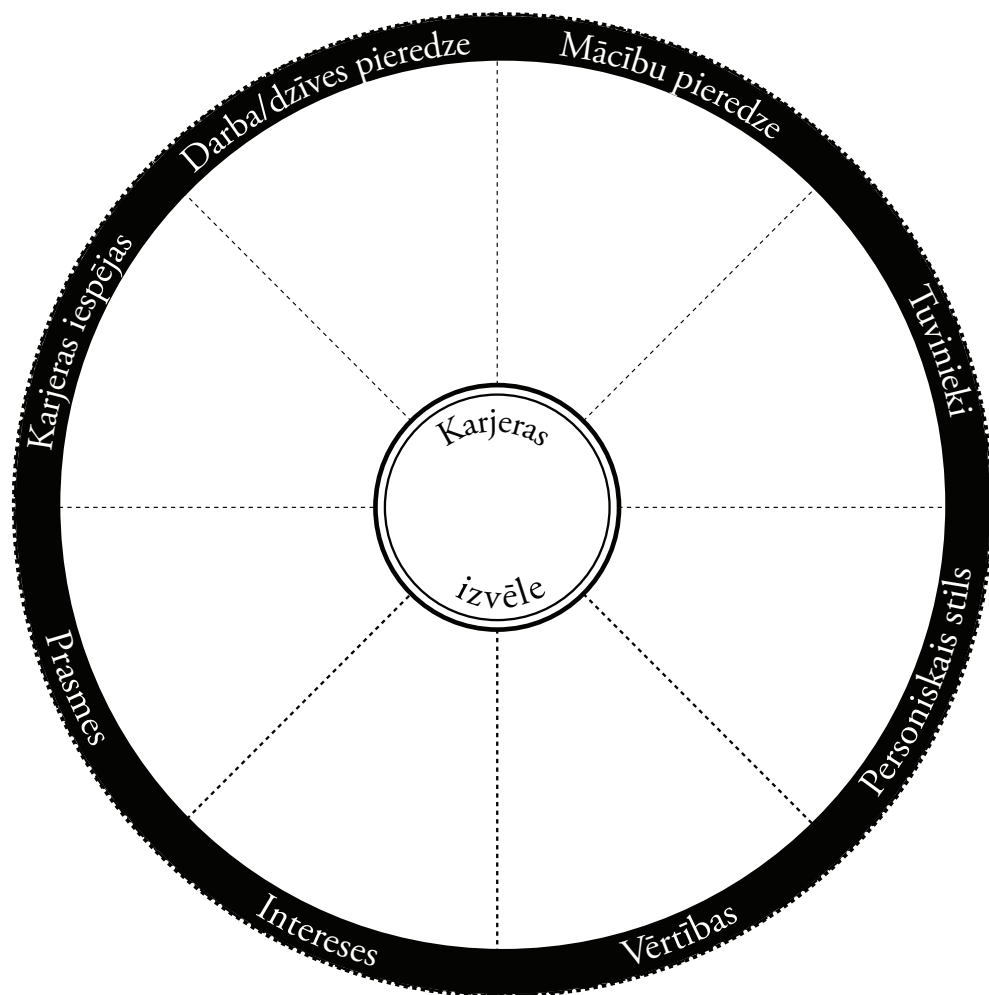
Vēl viens pārrunu aspekts ir identitātes veidošanās sociālā daba. Daniels Gilberts un Džoels Kūpers (*Gilbert & Cooper*, 1985, 83. lpp.) uzskata, ka „mūsu pašvērtējums ir atkarīgs no tā, kā mūs vērtē citi. Kopīgi veidotā sociālajā realitātē cilvēki nosaka cits cita identitāti — savā ziņā mēs kļūstam par to, par ko mūs uzskata citi”. Līdz ar to klients un konsultants, cenšoties definēt un pārdefinēt savas lomas, viens otru savstarpēji ietekmē.

Viens no jautājumiem, kas jānoskaidro jau pašā sākumā, ir konfidencialitāte. Klientiem ir jāzina, kā konsultanti izmantos par viņiem iegūto informāciju un kas tiks apspriests ar citiem. Īpaši svarīgi tas ir situācijās, kad citas personas ir iesaistītas kā supervizori vai notiek konsultēšanās pie cita speciālista.

Runājot par pašām konsultācijām, klienti bezdarbnieki darba meklējumu procesā bieži jūtas atzīti par nederīgiem (*Westwood & Ishiyama*, 1991). Viljama Borgena un Normena Amundsona pētījumā (*Borgen & Amundson*, 1987) ir teikts, ka daudzu cilvēku bezdarba pieredzi var raksturot kā „emocionālu viļņošanos”. Šādā nestabilā situācijā konsultantiem var būt grūti veikt pārrunas par konsultēšanas attiecībām. Daži klienti var būt aizdomu pilni un vairīties no attiecībām, kurās otram jāuzticas. Citi, iespējams, jūtas nospiesti un cer, ka konsultants uzņemsies atbildību un problēmu atrisinās. Lai kāds arī nebūtu izejas punkts, konsultantiem ir jābūt gataviem pavadīt kādu laiku pārrunās par konsultēšanas procesa īpatnībām.

Daudzi klienti karjeras konsultantus uztver kā apveltītus ar burvju nūjiņu (tā brīžiem tiek uztverti karjeras testi), kas klientiem ļaus atrisināt problēmas īsā laikā bez īpašas pašu piepūles. Pārrunu laikā konsultantiem var būt nepieciešams izglītēt klientus par daudzajiem faktoriem, kas ietekmē karjeras virziena izvēli, un virzīt viņus uz lielāku sadarbību. Viens no rīkiem, ko esmu izmantojis šādās sarunās, ir 2. attēlā redzamais ritenis (*Amundson*, 1989; *Amundson & Poehnell*, 2004).

2. attēls. Ritenis



Kad aprakstu katru riteņa elementu, klienti sāk saprast, ka konsultēšana ir sarežģīts process, kas prasa arī lielu atdevi no viņu puses. Parasti es jau pašā sākumā skaidri pasaku, ka viedokli varēšu izteikt tikai pēc tam, kad būsīm apkopējuši izejas datus. Parasti izpētes procesā viņiem pašiem kļūst skaidrs, kurā virzienā doties, un mans viedoklis vairs nav īsti vajadzīgs, ja nu vienīgi

atbalstam un iedrošinājumam. Šajā laikā es cenšos paskaidrot, ko es sagaidu no mūsu attiecībām, t. i., paužu vēlmi, lai tiktu īstenota uz sadarbību vērsta pieeja.

Klienti, kas pret karjeras konsultantiem ir piesardzīgi, parasti atnāk uz konsultāciju tikai tad, ja tas jādara obligāti. Tas, protams, nav vēlams konsultāciju sākumpunkts, taču dažās aģentūrās tā nūdien notiek un konsultantam ir jābūt tam gatavam. Šādos apstākļos ir lietderīgi sākt ar to, ka klienta negribīgums un ar to saistītās jūtas tiek atklāti atzītas. Ir svarīgi gan tas, lai klientam tiktu atvēlēts laiks savu jūtu un raīžu paušanai, gan tas, lai konsultants neieņemtu aizstāvības pozīciju pret klienta pausto viedokli. Pēc sākotnējās tvaika nolaišanas vēlams pievērsties pašreizējām attiecībām (situācijas noskaidrošana) starp klientu un konsultantu un tam, ko būtu labi sasniegt šīs sadarbības laikā. Pieredze rāda, ka vislabāk ir dot klientiem kaut kādas izvēles iespējas attiecībā uz konsultāciju turpmāko gaitu. Iespējams, viņi ir spiesti nākt uz konsultācijām, bet viņiem tiek dota iespēja izlemt, kā šī konsultēšana notiks. Dodot klientiem šādu brīvību, bieži var izveidot apmierinošas profesionālās attiecības. Tomēr ir svarīgi būt gatavam pieņemt arī tādu situāciju, kad klients nesadarbojas. Kā saka, tu vari pievest zirgu pie upes, bet nevari piespiest to dzert.

Pārrunas var norisināties dažādos līmeņos, un dažkārt tās ir jāveic atkārtoti (*Amundson, 1994*). Ja klienta pašsajūta uzlabojas, viņam var rasties vēlēšanās dažus konsultēšanas procesa nosacījumus izmainīt. Vairumā gadījumu konsultanti ar šādu lielāku personisko iesaistīšanos ir apmierināti, jo tā liecina par panākto progresu.

Lomu un identitāšu apspriešana konsultēšanas attiecībās, protams, ir tikai viens no plašā pārrunu procesa aspektiem. Konsultēšanas situācijas izmaiņas var atstāt ietekmi arī uz attiecībām personiskajā un profesionālajā dzīvē. Karjeras konsultēšana var palīdzēt cilvēkiem justies pašpārliecinātākiem, izstrādāt stratēģiju, kā kontrolēt negatīvo iekšējo monologu, iemācīties, kā sevi pasniegt, un izveidot sistemātisku rīcības plānu, kam jāpalīdz gūt sekmes.

Kopīga konsultēšanas mērķu izvirzīšana

Aprakstītais pārrunu process ir izmantojams arī, lai izvirzītu mērķus atsevišķām konsultācijām un visam konsultēšanas procesam. Pirms konsultēšanas klientam parasti ir priekšstats par vēlamu rezultātu, un šie mērķi var būt un arī nebūt reālistiski un atbilstoši gaidāmajai konsultēšanai. Savs skatījums ir gan konsultantam, gan klientam, tāpēc mērķi var būt jākorrigē, lai tie atbilstu reālajām iespējām. Džons Volters un Džeina Pellere (*Walter & Peller, 1992*) piedāvā šādas mērķu izvirzīšanas vadlīnijas.

1. Formulējot vēlamus rezultātus, izmantojiet pozitīvus apgalvojumus.
2. Aprakstot mērķus, vairāk lietojiet darbības vārdus nekā lietvārdus.
3. Pievērsieties tūlītējai nākotnei — tam, kas ar klientu notiks uzreiz pēc konsultācijas.
4. Esiet konkrēts un pārdomājiet nianšes.
5. Uzsveriet tos mērķus, kurus klients var ietekmēt.
6. Formulējiet mērķus vienkārši.

Konkrētu un sasniedzamu mērķu izvirzīšana ir pastāvīgs process, kas raksturīgs katram konsultēšanas posmam. Klients un konsultants sadarbojas, lai izvēlētos skaidru virzienu. Esmu konstatējis, ka dažkārt situāciju labāk ļauj izprast mērķa sasniegšanas skala. Atbilstoši šai pieejai jūs lūdzat, lai klients padomā, kur viņš atrodas tagad (atskaites līnija; 0), uz kādiem rezultātiem viņš var pamatoti cerēt (+1) un kāds būtu ideālais rezultāts (+2). Un pretēji: kas notiktu, ja situācija pasliktinātos (-1), un kas būtu pilnīga katastrofa (-2)? Lai ilustrētu šo procesu, iedomājieties

33 gadus vecu neprecējušos vīrieti, kas strādā organizācijā, kur pašlaik notiek štatu samazināšana. Konsultēšanas laikā klients nebija drošs, vai sākt meklēt citu darbu vai palikt savā organizācijā (atskaites līnija; 0). Domājot par saviem mērķiem, viņš saprata, ka no konsultēšanas gaida norādes par to, kādu lēmumu pieņemt. Klients zināja, ka lēmums būs jāpieņem pašam, bet gribēja iegūt papildu informāciju, kas palīdzētu izvēlēties (+1). Viņaprāt, ideālā gadījumā konsultants skaidri pateiktu, kā rīkoties tālāk (+2).

Raugoties uz negatīvo pusi, klients cerēja, ka saruna ar konsultantu viņam neradīs vēl lielāku apjukumu (-1),

bet absolūta katastrofa (-2) būtu

tad, ja viņš pieņemtu nepareizo

lēmumu. Šajā gadījumā par

diskusiju un pārmaiņu centru

kļuva paši mērķi. Divi galvenie

izskatāmie jautājumi bija atbildība un nepieciešamība pieņemt darba

tirgus nenoteiktību. Ļoti svarīgi jēdzieni te bija „pozitīvā nedrošība” un

„pašnostāja” (plašāk — 6. nodaļā).

*Klients un konsultants sadarbojas,
lai izvēlētos skaidru virzienu.*

Lai klienti sekmīgi izvirzītu un sasniegtu mērķus, liela uzmanība ir jāpievērš personiskajai motivācijai un vides ierobežojumiem. Elastīgums un neatlaidība ir nepieciešami daudzās situācijās, un grūtībās klientiem ir jābūt gataviem pielāgoties. Jūs varat palīdzēt klientiem sagatavoties grūtām situācijām, piedāvājot atbalstu (iedrošinājumu un sekošanu līdzī paveiktajam) un karjeras atbalstu (kontemplatīvu un praktisku).

Darbs ar klienta nevēlēšanos sadarboties

Konsultanta vēlme palīdzēt klientam ne vienmēr tiek uztverta atsaucīgi, un dažkārt konsultanti var nonākt nepatīkamā situācijā. Sākumā viņi ar entuziasmu vēlas glābt savus klientus. Diemžēl daži klienti viņu gaidas neattaisno, un, galu galā, glābšana izrādās neveiksmīga. Tas rada neapmierinātību, un konsultants no glābēja var

Tas, ka klienti konsultācijās vai to starplaikā nestrādā pietiekami centīgi, par kaut ko liecina. Vai nu konsultants skrien viņiem pa priekšu, vai arī klientiem tobrīd trūkst motivācijas.

kļūt par vajātāju, sākot glābt pret klienta gribu. Vairums šādu glābšanas mēģinājumu ir lemti neveiksmei, un konsultanti kļūst par upuriem.

Ir grūti izvairīties no šādām situācijām un vienlaikus nezaudēt dedzīgumu, tomēr

konsultantiem tas ir jāapgūst. Ir jābūt gan dedzīgiem, gan vienlaikus ar cieņu jāizturas pret klienta izvēlēto problēmas risinājumu. Tas, ka klienti konsultācijās vai to starplaikā nestrādā pietiekami centīgi, par kaut ko liecina. Vai nu konsultants skrien viņiem pa priekšu, vai arī klientiem tobrīd trūkst motivācijas.

Lai atrisinātu sarežģītu situāciju ar klientu, ir jāsaprot, kāds ir viņa negribīguma cēlonis. Tālāk aprakstīti pieci raksturīgākie cēloņi.

1. Bailes no nezināmā

Daudzi klienti nelabprāt tiekas ar konsultantu, jo viņiem ar šādām attiecībām ir maz pieredzes vai tās nav vispār. Iespējams, viņiem ir nepareizs priekšstats par to, kas konsultācijā notiek, un tas var ietekmēt konsultēšanas procesu. Dažkārt viņi uzskata, ka konsultanti ir kā

burvju mākslinieki, kam ir īpašs tests, kurš visu pateiks priekšā. Citi, savukārt, uztraucas par to, kas viņiem būs jāizpauž, un nav droši par šādu sarunu konfidencialitāti. Nedrošība jaunā situācijā ir dabiska, tāpēc konsultantiem šajos apstākļos ir sīki jāpastāsta par konsultēšanas procesu un jānodibina kontakts ar saviem klientiem.

2. Nevēlēšanās problēmu atzīt vai uzņemties par to atbildību

Izšķirties par konsultāciju apmeklēšanu var būt grūti arī tāpēc, ka cilvēki sabiedrībā valdošo aizspriedumu dēļ baidās tikt uzskatīti par jukušiem vai vainīgiem pie kādām problēmām. Sabiedrībā, kur augstu tiek vērtēts spēks un neatkarība, palīdzības meklēšanu var uztvert kā personiskā vājuma pazīmi. Karjeras konsultēšana ir sociāli pieņemamāka nekā personiskā konsultēšana, tomēr arī attiecībā uz to pastāv vairāki aplami priekšstati. Daudzi cilvēki vēršas pie karjeras konsultantiem, kaut gan patiesībā vēlas saņemt palīdzību personisku problēmu risināšanā, tāpēc nav brīnums, ka klientiem ir grūti atzīt gan problēmas, gan savu personisko atbildību par tām. Tas nenozīmē, ka klientiem ir jābūt vienpersoniski atbildīgiem par sarežģītām situācijām; noteikti ir daudz gadījumu, kad cilvēki ir nepamatoti atlaisti no darba u. tml. Svarīgi ir tas, lai viņi būtu gatavi reālistiski novērtēt gan sevi, gan ārējos apstākļus.

3. Darba zaudēšana un izdegšana darba meklējumos

Pētījums, ko veicu kopā ar savu kolēģi Bilu Borgenu (*Bill Borgen*), liecina, ka daudzos gadījumos bezdarba pieredze ir kā emocionāla viļņošana (*Borgen & Amundson, 1987*). Tai raksturīga zaudējuma sajūta (šoks, dusmas, raizes, nemiers) un izdegšana (drosmes zudums, stagnācija, dusmas, izmisums, bailes). Šādā mainīgā emocionālajā noskaņojumā klienti var būt demotivēti un aizvainoti. Acīmredzamo nepatiku var mazināt, atvēlot viņiem laiku savas reakcijas atzīšanai un situācijas uztveres normalizēšanai.

4. Klients pret birokrātisko sistēmu

Daudziem klientiem ir bijusi negatīva pieredze saistībā ar dažādām valsts un izglītības iestādēm. Iepriekšējās attiecības ar birokrātisko sistēmu ietekmē arī to, kā viņi attiecas pret konsultantiem, īpaši tiem, kuri arī pieder pie sistēmas. Šādos apstākļos konsultants viegli var nonākt situācijā, kurā viņam jāaizstāvas. Esmu secinājis, ka, tā vietā, lai atbildētu uz kritikas lāvīnu, labāk ir ļaut klientam brīdi nolaist tvaiku, apliecināt, ka izprotat viņa aizvainojumu, un paraudzīties uz priekšu, lai saprastu, ko šajā situācijā var paveikt.

5. Otršķirīgi ieguvumi

Daži klienti konsultēšanu var uztvert kā apdraudējumu finansiālajam atbalstam (bezdarbnieka pabalsts, sociālā palīdzība, atbalsta maksājumi), ko viņi saņem. Īpaši tad, ja viņi pie konsultanta ir norīkoti, viņi var nevēlēties atklāti apspriest patieso situāciju. Ir svarīgi, lai konsultants to noskaidrotu jau sarunas sākumā, citādi viņš pats var apjukt un kļūt neapmierināts ar turpmākajām attiecībām.

Lai tiktu galā ar klientu nevēlēšanos iesaistīties, vispirms būtu jānoskaidro šādas attieksmes iemesli (*Vogel, Wester, & Larson, 2007*), turklāt konsultantam ir arī jāsaprot, kā viņa paša reakcija klientu nevēlēšanos sadarboties uztur un dažkārt pat veicina.

Darbodamies valsts finansētajā vajadzību izvērtēšanas programmā *Starting Points*, esmu strādājis ar daudziem negribīgiem klientiem, un daudzi no viņiem konsultēšanas gaitā sāka aktīvi iesaistīties (*Amundson & Borgen, 2000*). Bieži vien klienti, kas sākotnēji bija ļoti nobažījušies par šo programmu, vēlāk sāka to ļoti atbalstīt. Šo pārvērtību izraisīja tas, ka bija izveidota atsaucīga un droša konsultēšanas vide, kur notika atklāta saziņa un tika izrādīta vēlme būt klientam līdzās, nevis viņu kontrolēt.

Lai uzveiktu nevēlēšanos sadarboties, ir vajadzīga pacietība, empātija, atklāta saruna par lomām un pienākumiem, kā arī nenonākšana

aizstāvēšanās pozīcijā un gatavība nosūtīt pie cita speciālista, ja tas šķiet nepieciešams. Linna Bezansona, Kerola Dekofa un Normens Stjuarts (*Bezanson, DeCoff, & Stewart, 1985*) apgalvo, ka konsultantam, lai pārvarētu klienta nepatiku, ir jāveic šādi soļi: a) jāpārvalda pašiem sava reakcija uz klienta nevēlēšanos sadarboties; b) jārada klientam droši un skaidri konsultēšanas apstākļi; c) jārada klientus motivējoši konsultēšanas apstākļi; d) jāizmanto īpašas konsultēšanas prasmes (klienta negribīguma atzīšana, viņa iesaistīšana atkārtotā mērķu un riska izvērtēšanā, atbilstošu konfrontācijas stratēģiju izmantošana).

Tē vēl jāpiebilst, ka konsultantiem var neizdoties iesaistīt jēgpilnās konsultēšanas attiecībās pilnīgi visus klientus. Daži cilvēki tam vienkārši nav gatavi. Ir jāzina, kad pāriet malā un atklāti atzīt, ka konsultēšana nav īstenojama (ja nepieciešams, jānosūta pie cita speciālista). Konsultanti ir tikai daļa no palīdzības sniegšanas vienādojuma, un bez atsaucības no klienta puses neko daudz paveikt nevar.

Iemācīties tikt galā ar klienta nevēlēšanos sadarboties nav viegli, bet tas var sniegt arī lielu gandarījumu. Bieži tieši sarežģītie klienti ir tie, kas iedarbina visas sviras un pārbauda konsultanta spēju robežas. Tiekot galā ar grūtām situācijām, konsultanti apgūst un pilnveido jaunas konsultēšanas prasmes, kā arī ceļ savu pašapziņu. Tā viņi sagatavojas būt inovatīvi un elastīgi un pieņemt aktīvās iesaistīšanās konsultēšanas pieejas izaicinājumus.

Nepieciešamais atvēziens

Fiziskā pasaule var būt labs metaforu avots psiholoģisko procesu dinamikas aprakstīšanai. Viens no piemēriem ir atvēziens (*Amundson, 2003*). Neatkarīgi no tā, vai vēzējat āmuru, slotu vai golfa nūju, lai priekšmetu pavirzītu uz priekšu, vispirms tas ir jāvirza atpakaļ. Šī pretējā virzienā vērstā kustība palīdz radīt enerģiju un dod impulsu vēzienam uz priekšu. Es domāju, ka šāda dinamika ir raksturīga arī karjeras plānošanai. Tā vietā, lai sāktu īstenot steigā izveidotu rīcības plānu, noderīgāk būtu vispirms izanalizēt pagātņi, noteikt stiprās puses un prieka avotus, kā arī celt pašapziņu (atvēzienam raksturīgās darbības). Mēs, konsultanti, ar atvēzienu esam saistīti daudzējādā ziņā — mēs palīdzam klientiem īstenot šo atvēziena procesu, lai viņi darbotos pēc iespējas lietderīgāk un efektīvi sasniegtu mērķus.

Vajadzību pēc atvēziena skaidri apliecina tas, kā cilvēkus ietekmē stresa situācijas. Mēs ar kolēģi Bilu Borgenu sākām pētīt šo procesu, analizējot atvēzienu darba zaudējuma gadījumos (*Borgen & Amundson, 1987*) un pēc tam arī dažādos darba dzīves aspektos (*Earnshaw, Amundson, & Borgen, 1990; Amundson, Borgen, Jordan, & Erlebach, 2004*). Visos aplūkotojos gadījumos jau pēc dažus mēnešus ilgas pastāvīgas spriedzes

cilvēki ierāvās sevī un viņu pašapziņa samazinājās. Tas bija pārsteidzoši, cik daudz pašpārliecības var pazust tik īsā laika posmā!

Mēs palīdzam klientiem īstenot šo atvēziena procesu, lai viņi darbotos pēc iespējas lietderīgāk un efektīvi sasniegtu mērķus.

Pazemināta pašpārliecība cilvēkiem traucē izmantot citu pozitīvās atsauksmes par sevi.

Viņiem patīk dzirdēt pozitīvus komentārus, taču prātā viņi dzirdētajam nenotic (runājot tēlaini, tas notek kā pīlei ūdens). Savukārt ar negatīvām atsauksmēm tas ir gluži pretēji — lai gan viņi par dzirdēto nav priecīgi, šie izteikumi paliek atmiņā, t. i., tie pastiprina viņu negatīvo paštēlu.

Cilvēkiem ar lielu pašpārliecību rezultāti ir gluži pretēji. Vienīgais veids, kā izlauzties cauri mazās pašpārliecības saziņas barjerai, ir nodrošināt, lai sniegtās atsauksmes būtu cieši saistītas ar reālo dzīvi un uzrunātu cilvēkus saistībā ar ikdienas dzīves notikumiem. Padziļinātas intervēšanas pieeja, kas aprakstīta 4. nodaļā, labi raksturo tādu konsultēšanu, kura nodrošina labu pamatu atgriezeniskajai saiknei.

Kad cilvēki ir zaudējuši pašpārliecību, viņi arī nespēj izveidot rīcības plānu. Viņi var to izdarīt „ķeksīša pēc”, taču šāds plāns nekad nebūs dzīvotspējīgs. Ja konsultants uzstāj, lai plāns tiktu izveidots šādos apstākļos, viņam nevajadzētu brīnīties, ka tas netiek īstenots. Efektīva rīcības plānošana ir atkarīga no apņemšanās plānu īstenot, taču, ja cilvēkam nav pašpārliecības, tad tas ir lemts neveiksmei jau pašā sākumā. Viljams Borgens un Aza Sofija Maljo (*Borgen & Maglio*, 2007) veica pētījumu par to, kas veicina un kas kavē rīcības plānošanu. Vairāk nekā 90 % pētījuma dalībnieku apgalvoja, ka būtisks motivējošais faktors ir pārliecība par sevi un konkrēto situāciju.

Valdības finansējuma dalītāji bieži vien nesaprot, kāpēc būtu jāatbalsta cilvēki, kuri nevirzās uz priekšu ar rīcības plānošanu. Kādā manis vadītā augsta līmeņa valdības sanāksmē es ievēroju, ka vairums klātesošo ir golfa spēlētāji. Es pajautāju, cik sitieni, viņuprāt, būtu jāveic, lai bumbiņa ieripotu pirmajā bedrītē, ja viņiem nebūtu ļauts atvēzēties? Šis jautājums piesaistīja viņu uzmanību, un pēkšņi viņi saprata, ko es ar to gribu pateikt.

Dažu konsultantu problēma ir tā, ka viņiem tik ļoti patīk atvēziens, ka viņi netiek par to tālāk. Kustība uz priekšu tā arī netiek veikta, un uzmanība tiek pievērsta tikai jaunām un jaunām izpētes darbībām. Labu atvēzienu raksturo īsa un koncentrēta kustība atpakaļ, tad kustība uz priekšu un kontakts ar mērķi. Kustība neapraujas, bet tiek pabeigta, lai netraumētu sportistu. Tātad atvēziens nav nebeidzams pārskatīšanas periods; tas ir vienkāršs un īss dzīves izvērtēšanas posms, kura nolūks ir palielināt pašizpratni un pašpārliecību. Kolīdz pārskatīšanas process ir pabeigts, klients atsāk rīcības plānošanu (dažkārt jaunus virzienos).

Izmantojot atvēziena metaforu, es dažkārt pieminu arī līdzību par sviras garumu. Turot rokā bumbiņu metēju (piemēram, metot bumbiņas sunim), ir redzams, ka šāds „rokas pagarinājums” ļauj bumbiņu aizvest tālāk. Savā ziņā to var salīdzināt ar personisko kontaktu ietekmi, proti, iesaistot darba meklēšanas procesā citus, cilvēks var aizsniegties līdz tādām darba iespējām, kas pašam nebūtu sasniedzamas.

Atvēziena pieeja labi tiek izmantota vajadzību izvērtēšanas programmā *Starting Point* (Westwood, Amundson, & Borgen, 1994). Pirmais solis ir attiecību izveidošana. Pēc tam tiek konstatētas emocionālās reakcijas un gaidas attiecībā uz nākotnes plānošanu (izmantojot ceļu karti un emocionālo viļņošanas, kas aplūkoti 3. nodaļā). Tālāk tiek īstenota izvaicāšana, kas palīdz noteikt prasmes, attieksmi un vērtības un līdz ar to celt pašapziņu. Šī darbība nepārprotami ir kā atvēziena elements — pēc tās ir uzlabojusies cilvēku pašizpratne un palielinājusies pašpārliecība. Tiek īstenota arī kāda papildu darbība: citas atbalsta personas (ģimene un draugi) tiek lūgtas pastāstīt par dažādām stiprajām pusēm un karjeras iespējām (6. nodaļa „Tuvinieku iesaistīšana konsultēšanā”). Pēc šiem pasākumiem tiek pārskatīta iepriekš izmantotā ceļu karte, un tajā var veikt dažas izmaiņas. Piemēram, kāds cilvēks neticēja savām spējām turpināt izglītošanos, bet, ieguvis lielāku pašpārliecību, viņš iesaistījās profesionālās izglītības programmā. Cits cilvēks izglītības ieguvi izmantoja kā iegastu tam, lai nevajadzētu meklēt darbu. Viņš neticēja savai spējai atrast darbu, bet minētais vingrinājums palīdzēja viņam pietuvoties darba meklēšanai. Ne vienmēr plāna izmaiņas ir tik kardinalas, taču pilnīgi noteikti plānošanai ir jābūt cieši saistītai ar pašapziņu.

Atvēziena darbības ir dažādas, un šim vispārīgajam principam atbilst daudzas no šajā grāmatā aprakstītajām nodarbībām. Visām atvēziena darbībām ir kopīgs tas, ka tās ir balstītas dzīves pieredzē. Tā nav tikai labu vārdu sacīšana otram cilvēkam; ir jābūt arī saprotamai saiknei starp vārdiem un realitāti. Ja šādas saiknes trūkst, cilvēki atbalstu novērtē, taču tas maz ko ietekmē. Kad cilvēki cīnās ar pašapziņas problēmām, viņiem ir vajadzīgas pozitīvas, konstruktīvas un realitātē balstītas atsauksmes.

Saziņas prasmes — tradicionālās un metaforiskās

Šajā nodaļā ir aplūkoti vairāki svarīgi uzdevumi, kas saistīti ar pozitīvu profesionālo attiecību izveidi. Lai sasniegtu šo mērķi, ir vajadzīgas labas saziņas prasmes (gan tradicionālās, gan metaforiskās). Aprakstot šīs prasmes, ir jāapzinās, ka prasmes var strukturēt dažādi. Tālāk aprakstītais tradicionālo saziņas prasmju kopums ir aizgūts no grupas konsultēšanas apmācības programmas, kas izstrādāta Kanādas federālās valdības vajadzībām (*Borgen, Pollard, Amundson, & Westwood, 1989*). Ir sniegta īsa katras prasmes definīcija un ilustratīvs piemērs.

A. Tradicionālās prasmes

1. Pārfrāzēšana

Lietojot šo prasmi, jūs saviem vārdiem pārstāstāt otra teikto (tā nav burtiska atkārtošana). Pārfrāzējot tiek uzsvērts ziņas saturs.

Piemērs. „Ja esmu sapratis pareizi, jūs šodien vēlētos daļu laika pavadīt, trenējoties rīt ieplānotajai intervijai.”

2. Precizēšana

Dažkārt ir nepieciešams pārbaudīt (uzdot precizējošus jautājumus), lai pārliecinātos, ka sacīto esat sapratis pareizi. To darot, jūs aprakstāt dzirdēto, formulējat apmulsuma iemeslu un dodat otram cilvēkam iespēju paskaidrot.

Piemērs. „Kad aprakstījāt savu pēdējo darbu, es īsti nesapratu, vai jums patika tur strādāt vai arī patiesībā gribējāt atrast citu darbu?”

3. Vienkāršās empātijas izrādīšana

Vienkāršā empātija ir paplašināta pārfrāzēšana. Izrādot empātiju, jūs atspoguļojat gan jūtas, gan saturu. Bieži tiek izmantota formula „jūs jūtaties..., jo...”, tomēr ir svarīgi mainīt izteikuma formu (neizmantojot vienu formulu pārāk bieži), lai jūs neizklausītos samākslots.

Piemērs. *„Ir kaitinoši, ja kāds jums neļauj pilnībā izteikt savu domu.”*

4. Rezumēšana

Rezumējot jūs apkopojat, strukturējat un integrējat galveno domu. Tas kalpo kā tēmas nobeigums, kā uztvertā pārbaude un pāreja no vienas tēmas uz otru.

Piemērs. *„Paskatīsimies, vai esmu sapratis pareizi. Jūs nevarējāt veikt ieplānotos tālruņa zvanus, jo bija radušās problēmas ar tālruņa līniju un jūs nebijāt kārtīgi izgulējies?”*

5. Informācijas sniegšana

Sniedzot informāciju, tai ir jābūt konkrētai, skaidri saprotamai, neapdraudošai un kodolīgai. Šī prasme attiecas arī uz tādām situācijām, kad cilvēkiem jāiesaka, kā iegūt papildu informāciju.

Piemērs. *„Man ir informācija par šo koledžu — es varu jums to parādīt. Jūs varat arī izmantot bibliotēkā pieejamo datoru, lai aplūkotu citas iespējas.”*

6. Sarunas vadīšana

Sarunas vadīšanas procesā jūs nodrošināt, ka tiek iztirzāti visi problēmas aspekti. Darbā ar grupu jūs mudināt, lai savu viedokli izteiktu ikviens.

Piemērs. *„Mēs daudz esam runājuši par to, kādas priekšrocības radītu mācību atsākšana. Bet vai būtu arī kādas grūtības?”*

7. Sakarību veidošana

Sakarību veidošanas prasmes tiek izmantotas, lai parādītu to, kas ir līdzīgs un kas atšķirīgs dažādu cilvēku viedokļos. Tās var izmantot arī, lai parādītu saistību starp atšķirīgām idejām.

Piemērs. *„Jūs sliecaties par labu datorzinībām, taču vecāki vēlas, lai jūs apsvērtu iespēju studēt medicīnu.”*

8. Bloķēšana

Intervijas laikā var rasties situācija, kad ir jāaptur nevēlama, neētiska vai nepiemērota rīcība. Izmantojot bloķēšanu, jūsu vārdiem vajadzētu saskanēt ar ķermeņa valodu.

Piemērs. *Konsultants mazliet pacel roku. „Redzu, ka esat satraukts, bet, ja jūs kliedzat, ar jums ir grūti sarunāties. Lūdzu, runājiet mierīgāk!”*

9. Atbalstīšana

Atbalstīšana ir citu iedrošināšana un uzslavēšana. Atbalstot citus, ir ieteicams izteikties pēc iespējas konkrētāk.

Piemērs. *„Tas bija lieliski! Man tiešām patika, kā jūs iestarpinājāt šo jautājumu mūsu intervijas treniņa sākumā.”*

10. Ierobežošana

Ierobežošanas prasme tiek izmantota, lai klientiem noteiktu robežas un ierobežojumus. No bloķēšanas ierobežošana atšķiras, piemēram, ar to, ka ierobežojot bieži kaut kas tiek apturēts, lai pie tā atgrieztos vēlāk.

Piemērs. *„Redzu, ka šī jaunā ideja jūs ļoti aizrauj, bet vai mēs nevarētu vispirms izskatīt mājasdarbu un tad iet jaunā virzienā? Veltīsim 15 minūtes mājasdarbam un tad izmēģināsim kādu no šīm jaunajām idejām.”*

11. Vienprātības panākšana

Vienprātības panākšana nozīmē, ka pirms darbības sākšanas ir jāpanāk visu pušu piekrišana. Cenšoties panākt vienprātību, klusēšanu nedrīkst uztvert kā piekrišanu; ir obligāti jāpārjautā.

Piemērs. *„Pirms turpinām, es gribu pārjautāt, vai jūs pilnībā piekrītat šim plānam.”*

12. Atvērtu jautājumu uzdošana

Uzdodot atvērtos jautājumus, jūs mudināt otru uz refleksiju un savas domāšanas paplašināšanu. Sākumā parasti nav vēlams uzdot jautājumus, kas sākas ar „kāpēc”, jo, lai uz tiem atbildētu, var būt nepieciešama tāda situācijas izpratne, kādas klientiem vēl nav.

Piemērs. *„Kādas bija jūsu domas un sajūtas, kad uzzinājāt, ka šis kurss tiks piedāvāts tikai nākamgad?”*

13. Padziļinātas empātijas izrādīšana

Izrādot padziļinātu empātiju, jūs paužat, ka saprotat tās jūtas un pieredzi, kas ir izteiktas netieši. Tā ir pievēršanās jautājumiem, kas netiek atzīti, tādiem kā nolūki, vēlmes, bailes un vajadzības.

Piemērs. *„Jūs it kā šķietat pārliicināts, ka varēsiet veikt šos darījumus zvanus, taču es manu arī nelielas šaubas. Tās ir diezgan biedējoši zvanīt nepazīstamiem cilvēkiem.”*

14. Norādīšana uz stiprajām pusēm

Norādīšana uz stiprajām pusēm nozīmē, ka klientiem ir jāpalīdz apzināties viņu veiksmes, nevis neveiksmes. Uzmanība tiek pievērsta konkrētai rīcībai vai attieksmei, kura tiek noliegta, taču, pēc jūsu novērojumiem, pastāv. Daudzi cilvēki sevi novērtē par zemu, un viņiem ir jāatgādina (ar konkrētas uzvedības piemēriem), ka viņiem ir arī stiprās puses.

Norādīšana uz stiprajām pusēm nozīmē, ka klientiem ir jāpalīdz apzināties viņu veiksmes, nevis neveiksmes.

Piemērs. „*Jūs teicāt, ka nespējat ātri domāt negaidītās situācijās, taču iepriekšējā nodarbībā es novēroju, ka stresa apstākļos jūs tiekat galā diezgan labi. Kad es jums uzdevu jautājumu, kas grāmatā nebija aplūkots, jūs padomājāt un labi atbildējāt.*”

15. Konfrontēšana

Konfrontējot jūs vērsat klienta uzmanību uz nekonsekvenci viņa uzvedībā vai attieksmē. Parasti tas tiek formulēts kā jautājums, nevis apgalvojums, un to vajadzētu izmantot reti.

Piemērs. „*Pēdējā konsultācijā man radās iespaids, ka jūs gribat iegūt šo mācību grāmatu, lai varētu izpildīt dažus uzdevumus. Šodien es redzu, ka neesat pie tiem ķēries. Kāpēc tā?*”

16. Noskaidrošana

Noskaidrošana ir tieša un atklāta saruna ar otru cilvēku par to, kas notiek jūsu attiecībās. Šī saziņa var norisināties vairākos līmeņos, un vajadzētu tikt atklāt slēpto dinamiku.

Piemērs. „*Es redzu, ka šajā treniņa nodarbībā jūs nejūtaties labi. Vai to izraisa mana rīcība?*”

17. Pašatklāšanās

Pašatklāšanās ir konsultanta personiskās pieredzes pastāstīšana citiem. Tā var palīdzēt atbrīvot slēptās jūtas (dusmas, bailes u. c.), kas netiek atzītas un traucē klientam virzīties tālāk. Atklājoties jums jābūt patiesam un jājūt, cik daudz un cik dziļi savu pieredzi izklāstīt konkrētajā situācijā.

Piemērs. *„Stāsts par jūsu neveiksmi atgādina manu pieredzi pirms pāris gadiem. Mani, tāpat kā jūs, ārkārtīgi satricēta, ka visiem ir vienalga, kas ar mani notiek.”* (Sakarību veidošana un pašatklāšanās)

18. Procesa novērošana

Procesa novērošana ir refleksija par ilgākā laika posmā novērotu konsultēšanas procesa dinamiku un tās vārdiska aprakstīšana.

Piemērs. *„Man prieks, ka jūs šodien smaidāt. Atceroties, kā jūs jutāties, kad atnācāt pirmo reizi, man grūti noticēt, cik ļoti esat mainījies.”*

Vēl viena saziņas prasme, kas bieži netiek pienācīgi novērtēta, ir HUMORS. Spēja pasmieties par sevi un dažām sarežģītām dzīves situācijām ir lieliska dāvana. Ar atbilstošu humoru var vieglāk izveidot attiecības un mazināt spriedzi. Humors var izpausties dažādi. Daži spēj ieraudzīt kaut ko uzjautrinošu jebkurā situācijā, savukārt citi izmanto strukturētāku pieeju.

Spēja pasmieties par sevi un dažām sarežģītām dzīves situācijām ir lieliska dāvana.

Piemērs, kas rāda humoru saistībā ar nodarbinātību, ir vēstule, kuru es atradu internetā (*Riley Guide, www.rileyguide.com*). Šīs vēstules autors nav zināms, taču acīmredzot tā ir nosūtīta

universitātes katedras vadītājam kā atbilde uz atteikuma vēstuli (personu vārdi, protams, ir izdomāti).

Cienītais profesors Ombre!

Paldies par Jūsu 8. marta vēstuli. Pēc rūpīgām pārdomām man ar nožēlu Jūs jāinformē, ka es nevaru pieņemt Jūsu atteikumu piedāvāt man lektora amatu Jūsu katedrā.

Šogad veiksmē mani ir lutinājusi ar neticami daudzām atteikuma vēstulēm.

Tā kā kandidātu loks ir tik dažāds un daudzsološs, es nespēju pieņemt visus noraidījumus.

Par spīti Tovandas Universitātes izcilajām spējām un iepriekšējai pieredzei pieteikumu noraidīšanā, es uzskatu, ka šoreiz Jūsu atteikums neatbilst manām vajadzībām, tāpēc es uzņemšos lektora amatu Jūsu katedrā, sākot ar šā gada maiju. Uz drīzu tikšanos.

Lai jums veicas, noraidot turpmākos pieteikumus.

Ar cieņu

Godārs Juvils

B. Metaforiskās prasmes

Iepriekš aprakstītās saziņas prasmes ir diezgan raksturīgas un tiek mācītas lielākajā daļā konsultantu apmācības programmu, bet mani interesē arī metaforu lietošana komunikācijas procesā. Metaforas ir vizuāli tēli, ko izmantojam ikdienas saziņā. Viljams Lidons, Elisone Kleja un Šerija Spārka (*Lyddon, Clay, & Sparks*, 2001) apgalvo, ka metaforas konsultēšanā kalpo dažādiem nolūkiem: 1) lai veidotu attiecības; 2) lai noskaidrotu un simboliski atainotu klienta emocijas; 3) lai atklātu un apstrīdētu klienta vārdos neizteiktos pieņēmumus; 4) lai tiktu galā ar klientu nevēlēšanos

sadarboties; 5) lai palīdzētu klientiem paskatīties uz savu situāciju jaunā gaismā.

Metaforas var būt ļoti noderīgas emocionālā stāvokļa aprakstīšanai. Piemēram, viens cilvēks savu izmisumu varētu raksturot kā cīņu ar vējdzirnavām, otrs — kā skriešanu ar pieri sienā, bet trešais varētu teikt, ka sitas kā pliks pa nātrēm. Visi šie izteicieni attēlo izmisumu, taču metaforas atklāj, ka pieredze ir atšķirīga. Esmu konstatējis, ka metaforas mums palīdz precīzāk izteikt savas jūtas. Tādiem vārdiem kā „izmisums” vai „prieks” var būt vairākas nozīmes, un metaforas palīdz labāk saprast, kādas ir šīs jūtas.

Metaforas kā saziņas prasmi var izmantot, lai paustu empātisku sapratni un sekmētu konsultēšanas procesu. Aplūkosim šādu dialogu.

Klients izklāsta garu un sarežģītu stāstu par karjeras un personiskajām grūtībām.

Konsultants: „Jūsu dzīvē nūdien daudz kas notiek. Izklausās, it kā jūs būtu sapinies tīklā un netiktu uz priekšu.”

Klients: „Jā, es tiešām jūtos kā sapinies, un dažreiz man liekas, ka mani grib nosmacēt.”

Konsultants: „Vai varat pastāstīt vairāk par šo smakšanas sajūtu — kā tā rodas?”

Šajā piemērā „tīkla” metafora palīdzēja klientam identificēt un tālāk izpētīt „smakšanas” sajūtu. Šis process izrādījās ļoti lietderīgs, jo pievērsa uzmanību būtiskiem sociālās dinamikas aspektiem.

Metaforas var arī saāķēt kopā (vēl viena metafora) ar zīmēšanu. Piemēram, ja kāds apgalvo, ka skrien ar pieri sienā, jūs varat palūgt, lai viņš to uzzīmē. Analizējot zīmējumu, klients varētu izpētīt, kā no šī nepatīkamā stāvokļa izklūt. Varbūt būs nepieciešamas kāpnes vai āmurs, lai tiktu otrpus sienai. Varbūt pietiks pāris soļus atkāpties, lai skatījums kļūtu plašāks.

Un iesākumā varētu noderēt ķivere, lai trieciens, sitoties ar galvu pret sienu, būtu mazāks. Lai kādi palīglīdzekļi arī nebūtu vajadzīgi, klients ar konsultantu sadarbojoties var attēlu mainīt, lai iegūtu labvēlīgāku vizuālo rezultātu.

Konsultanti klientu izteiktās metaforas var arī apstrīdēt. Reiz es strādāju ar sievieti, kura sevi raksturoja kā kājslauķi: visi viņu uztvēra kā pašsaprotamu un pirms ienākšanas noslaucīja uz viņas kājas. Uz to atbildot, es viņu raksturoju ar metaforu „sienas sega”. Paklāju var nolikt uz grīdas, taču to var piestiprināt arī pie sienas kā mākslas darbu.

Lai iemācītos metaforas lietot, vispirms ir jāiemācās tās atpazīt ikdienas sarunās. Reiz es strādāju ar konsultanti, kura apgalvoja, ka nekad nelieto metaforas. Vēlāk sarunā es pavaicāju, kā viņai klājas darbā. Viņa teica, ka situācija nav laba un brīžiem jāstaigā uz pirkstgaliem. Neko neteikdams, es piecēlos un sāku iet ap viņas krēslu uz pirkstgaliem — viņa mani saprata bez vārdiem. Metaforas izmanto visi, un konsultantu apmācības laikā ir jāpalīdz cilvēkiem tās identificēt un iemācīties, kā šos vizuālos tēlus izmantot karjeras konsultēšanas procesā. Šajā grāmatā metaforas ir izmantotas daudzviet. To lietošana ir aplūkota arī 3. un 5. nodaļā.

Lai izmantotu šeit aprakstītās tradicionālās un metaforiskās saziņas prasmes, ir pastāvīgi jāpraktizējas un jābūt atvērtam konstruktīvai atgriezeniskajai saiknei. Šajā sadaļā aplūkotās prasmes aptver plašu saziņas prasmju loku, un tās var izmantot visos konsultēšanas procesa līmeņos, proti, gan problēmu formulēšanas uzdevumos, gan problēmu risināšanas uzdevumos, gan arī nobeiguma posmā. Pieredzējuši un labi apmācīti konsultanti te atsevišķi aplūkotās prasmes bieži apvieno sarežģītās kombinācijās. Daži jautājumi, kas saistīti ar konsultēšanas prasmju un stratēģijas attīstīšanu, ir aprakstīti 8. nodaļā.

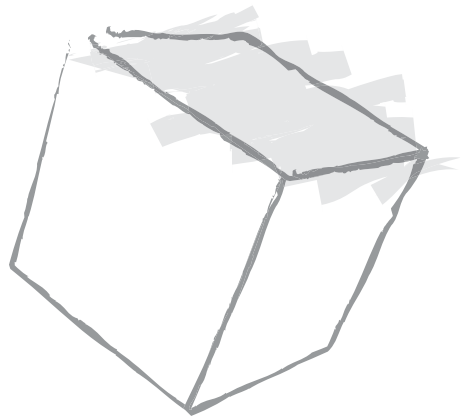
Kopsavilkums

Līdz šim izklāstītās idejas ir svarīgas, lai varētu izprast karjeras konsultēšanas kontekstu. Konsultēšanas konvencijas ir jāpārskata un jāpārstrukturē, lai konsultācijās vairāk tiktu izmantota iztēle un radošums. Pati konsultēšana ir lielā mērā atkarīga no tā, vai ir izveidotas labvēlīgas un saprotamas konsultēšanas attiecības, kurās ir skaidri definētas gaidas un mērķi. Labvēlīgu attiecību nodibināšanu nosaka daudzi faktori, un dažkārt to ir grūti izdarīt, tomēr vairumā gadījumu, saprotot, kāpēc klients nevēlas sadarboties, kā arī pilnveidojot un izmantojot dažādas tradicionālās un metaforiskās saziņas prasmes, ir iespējams izveidot konstruktīvu konsultēšanas klimatu.

Tālāk no konsultēšanas procesa un struktūrām pāriesim pie pašiem konsultēšanas uzdevumiem, kas raksturo karjeras konsultēšanu. Šie uzdevumi sākas ar problēmu formulēšanas jautājumiem, tad pievēršas problēmu risināšanai un beidzas ar konsultēšanas procesa nobeiguma posmu.

Trešā nodaļa

PROBLĒMU FORMULĒŠANAS UZDEVUMI



Kā jau minēju iepriekšējās nodaļas beigās, tagad no konsultēšanas pamatprocesu un struktūru aplūkošanas pāriesim pie praktiskiem uzdevumiem, kuri attiecas uz karjeras konsultēšanas aktīvās iesaistīšanās modeli. Šie uzdevumi ir iedalīti saskaņā ar šādām tēmām: problēmas formulēšana, problēmas risināšana un konsultēšanas nobeigums. Pirmā uzdevumu grupa, kas aplūkota šajā nodaļā, ir saistīta ar to, kā klienti formulē savas problēmas un konsultēšanas procesu. Konsultantam ir jāļauj klientiem pilnīgi aprakstīt savu situāciju un apspriest iespējamo sadarbību, lai kopīgi rastu risinājumu.

Problēmas un gaidu formulēšana

Ja klients uz konsultāciju ir atnācis brīvprātīgi, sākotnējā problēmas izklāstīšana ir pietiekami vienkārša un lielākoties dabiski notiek uzreiz pēc „sagaidīšanas scenārija” — ikdienišķas sarunas, kurā klients tiek lūgts īsi pastāstīt par sevi u. tml. Apsēdušies konsultēšanas telpā, lielākā daļa klientu drīz vien sāk runāt par savām problēmām. Ja iestājas klusums vai izveidojas neveikla situācija, konsultants var sākt sarunu, jautājot apmēram tā: „*Tātad — kāds jautājums jūs uz šejieni ir atvedis?*” Šī jautājuma nolūks ir aizvirzīt sarunu no attiecību veidošanas uz konkrētāku pievēršanos problēmai. Atbildes uz šo jautājumu var būt ļoti atšķirīgas. Daži klienti problēmu formulē īsi un konkrēti, savukārt citi runā gari un plaši vai grib izklāstīt divas trīs savstarpēji saistītas problēmas.

Mana pieredze liecina, ka šajā brīdī problēmu vajag pieņemt tā, kā to formulē, un tālāk izvaicāt klientu par to, kādu risinājumu viņš gaida un kāda ir viņa izpratne par konsultēšanas attiecībām. Dialogu palīdzēs sākt šādi jautājumi: „*Ko konkrēti jūs cerat sasniegt mūsu konsultācijās? Kā mēs varētu sadarboties, lai sasniegtu jūsu aprakstītos uzdevumus?*” Šīs sarunas laikā tiek pārrunātas konsultēšanas attiecību lomas. Vairāki ar to saistīti problēmjaudājumi ir aplūkoti iepriekšējās nodaļas sadaļā „Konsultēšanas attiecību apspriešana”.

*Ja problēmas būtība nav skaidra,
jāatvēr laiks tam,
lai klientam palīdzētu konkretizēt,
ko viņš cer panākt.*

Pēc sarunas par klienta gaidām var atgriezties pie sākotnēji formulētajām problēmām. Ja problēmas būtība nav skaidra, jāatvēr laiks tam, lai klientam palīdzētu konkretizēt, ko viņš cer panākt. Ja problēmas ir vairākas, iespējams, klientam tās jānodala un jāsakārto prioritārā secībā. Lai panāktu skaidrību, ir jāizmanto tādas saziņas prasmes kā pārfrāzēšana, precizēšana, empātija, sarunu vadīšanu un rezumēšana.

Filips Pacula (*Patsula*, 1992) iesaka sākotnējā vērtēšanas procesā mēģināt saprast klienta problēmu, palīdzot viņam formulēt savus ierobežojumus, proti, definēt gan savas grūtības, gan to cēloni. Lūk, daži piemēri.

„Es nevaru atrast darbu, jo rūpnīca ir slēgta un šajā apkārtnē darba nav.”

„Lai es varētu pieteikties vairākām reģistratūras darbinieku vakancēm, man ir jāiziet datorapmācības kursi.”

„Es nezinu, ar ko lai sāku darba meklējumus, jo man nav skaidrs, kādā virzienā vēlos attīstīt savu karjeru.”

Lai palīdzētu klientam konkretizēt savus ierobežojumus, jūs varat izteikt klienta problēmas rezumējumu. Tikko minētā pirmā piemēra gadījumā jūs varētu atbildēt šādi:

„Tātad jūs uzskatāt, ka nevarat atrast darbu tāpēc, ka rūpnīca ir slēgta, un tāpēc, ka apkārtnē nav līdzīga darba piedāvājuma.”

Klients uz rezumējumu atbildēs vai nu ar apstiprinājumu, vai precizējumu.

Saistībā ar problēmas precizēšanu ir lietderīgi izmantot nodarbināmības parametrus. Saskaņā ar šo sistēmu klienti parasti meklē palīdzību šādos jautājumos:

1. karjeras virziena izpēte un lēmuma pieņemšana;
2. profesionālo vai vispārīgo prasmju pilnveidošana;
3. darba meklēšanas paņēmieni;
4. darba saglabāšanas prasmes.

Dažiem klientiem būs aktuāls viens no šiem jautājumiem, bet citiem — vairāki. Problemātisko jautājumu noteikšanā klientiem var palīdzēt ceļu kartes metafora (sk. 3. attēlu no programmas *Starting Points* (Borgen, 1995, adaptācija)). Ceļā uz jaunu darbu klienti piedzīvo dažādas grūtības jeb šķēršļus, bet viņi var tās atrisināt, īstenojot pasākumus, kas attēlā parādīti kā apvedceļi. Kaut arī šī ceļu karte ir lineāra, klienti var censties pārvarēt vienlaikus vairākus šķēršļus.

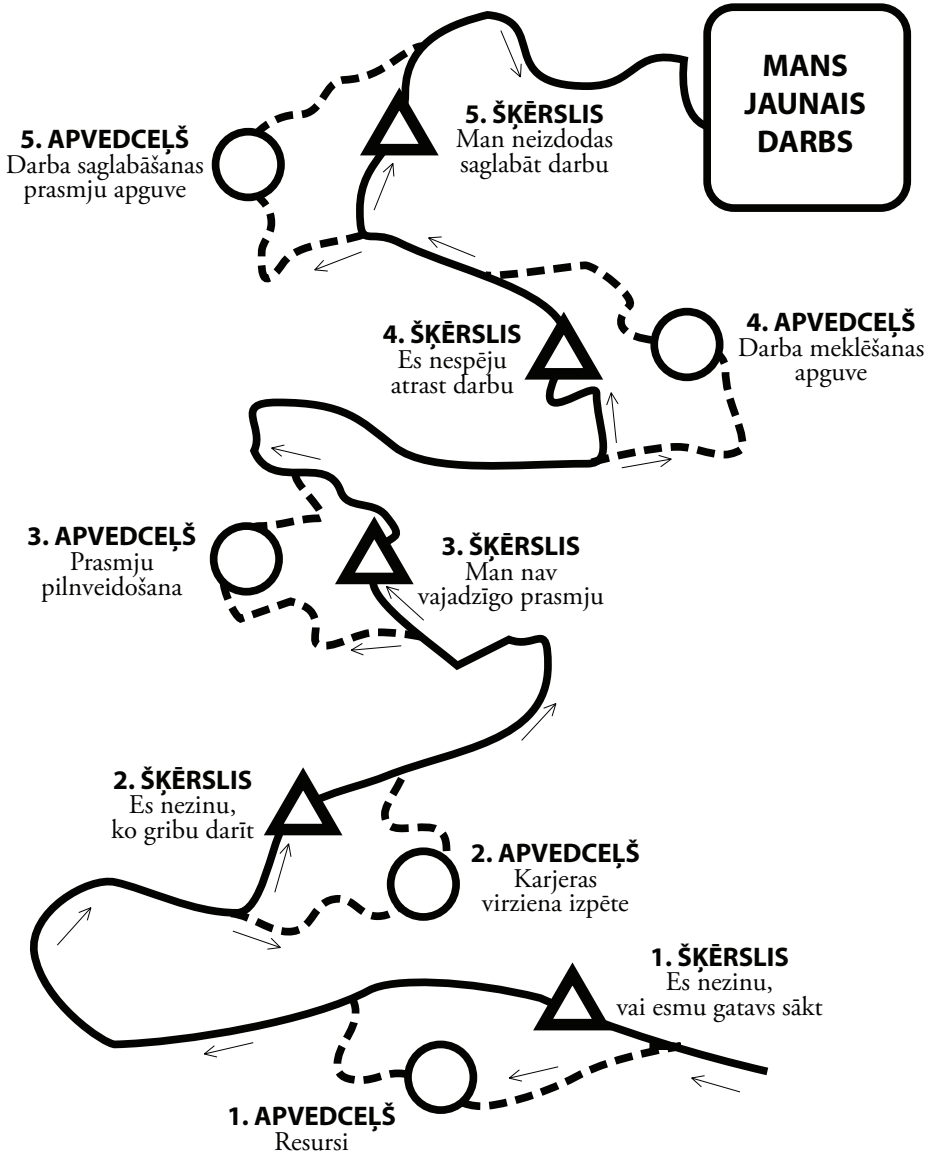
Šī ceļu kartes ilustrācija ir noderīga metafora, jo četri no šķēršļiem atbilst nodarbināmības parametriem. Sākumā ir iekļauts papildu šķērslis — tas attēlo situāciju, kad klienti nav pārliecināti, vai ir gatavi šo procesu sākt. Šī nedrošība var būt saistīta ar alkohola vai narkotiku lietošanu, ar grūtībām atrast bērnam aukli vai dažādām citām problēmām.

Aplūkojot sarežģītāku situāciju, jāatzīst, ka daudziem konsultēšanas speciālistiem ir jāstrādā ar klientiem, kuri uz konsultāciju nav ieradušies labprātīgi. Šādos gadījumos, pirms ķeraties pie problēmas, vispirms ir jāapspriež jautājums par dalību piespiedu kārtā. Konsultanti šo sarunu var sākt šādi:

„Redzu, ka jūs uz konsultēšanu esat nosūtīts. Varbūt mēs sākumā varētu parunāt par to, ko jūs par to domājat un kā šajā situācijā jūtaties?”

Kā jau iepriekšējā nodaļā minēju, šajā brīdī ir svarīgi ļaut klientam nolaist tvaiku par šo obligātā apmeklējuma tēmu. Konsultantiem stāstītajā jāklausa ar izpratni un bez nosodījuma. Pēc kāda laika klientam var pavaicāt, vai viņam nav radušies kādi jautājumi, ja nu jums reiz kāds laiks būs jāpavada kopā. Tas veido pamatu sākotnējai problēmas noskaidrošanai. Ja problēmu nevar identificēt, interviju labāk pabeigt. Interesanti, ka, ja klientiem sākumā tiek dota iespēja nolaist tvaiku, vairumā gadījumu viņi izvēlas konsultēšanu turpināt.

3. attēls. Ceļu karte



Konsultēšanas problēmas precizēšana

Uz konsultāciju atnākušie klienti parasti ir ieradušies tāpēc, ka ir savā ziņā iestrēguši. Viņi meklē jaunu skatījumu uz savu problēmu (**attieksmes mainīšana**). Konsultants tiek uzskatīts par attieksmes maiņas veicinātāju, kas var palīdzēt pārvarēt ceļā esošos šķēršļus. Vispirms ir svarīgi saprast situāciju pilnībā. Tas nozīmē, ka konsultantam ir jāierauga dažādās problēmas šķautnes un notikumi līdz pat brīdim, kad klients meklē palīdzību pie konsultanta, proti, ir jāzina, kāda ir bijusi klienta rīcība, kāds ir viņa sākotnējais skatījums uz problēmu, kas izraisa lēmumu pieņemšanu, kāds ir ietekmējošais konteksts un kā situāciju ir ietekmējuši ārējie apstākļi. Attiecības starp šiem dažādajiem komponentiem ir redzamas interaktīvajā karjeras lēmumu pieņemšanas modelī (sk. 4. attēlu).

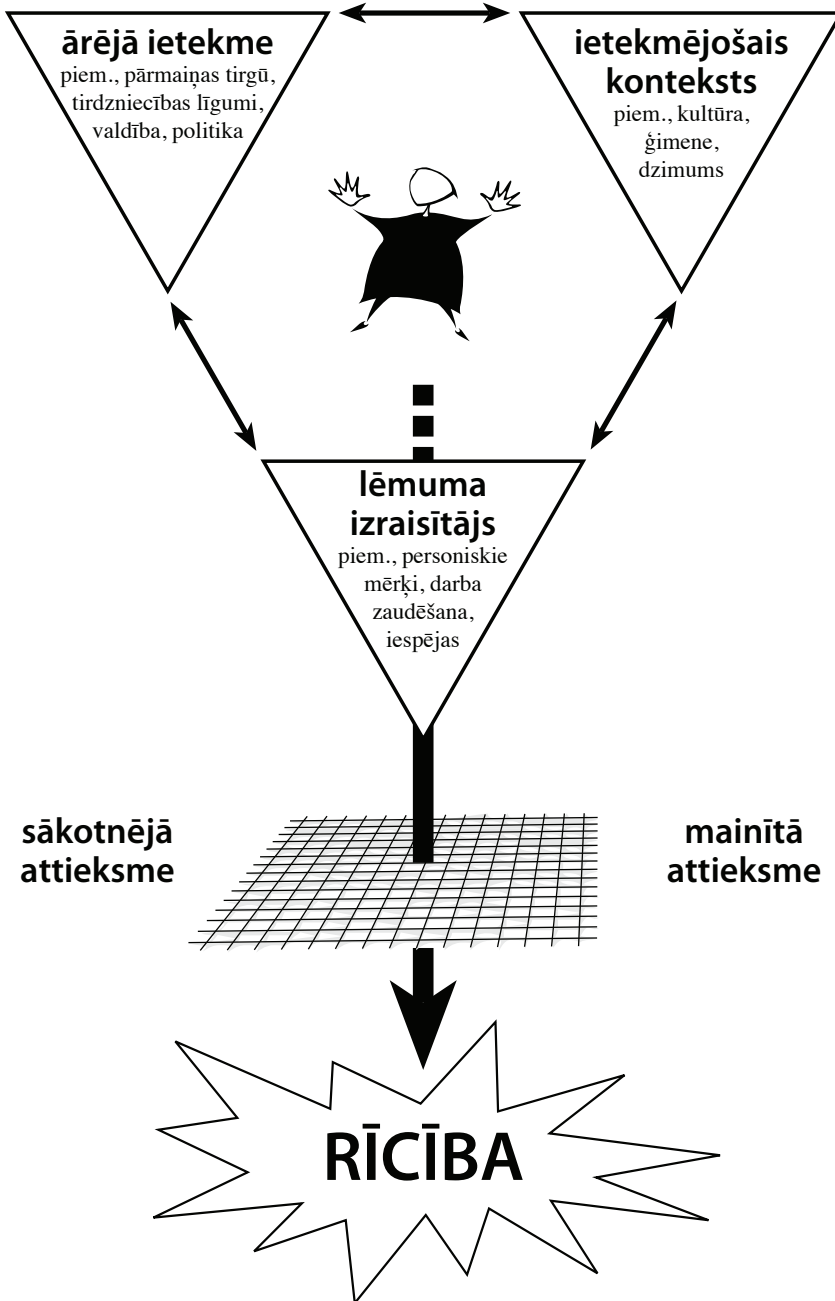
Lai iegūtu pilnīgu priekšstatu par klienta situāciju, ir rūpīgi jāpārdomā visi tās aspekti (kognitīvais, afektīvais, biheivoriālais un kontekstuālais).

Uz konsultāciju atnākušie klienti parasti ir ieradušies tāpēc, ka ir savā ziņā iestrēguši. Viņi meklē jaunu skatījumu. Konsultants tiek uzskatīts par attieksmes maiņas veicinātāju, kas var palīdzēt pārvarēt ceļā esošos šķēršļus.

Būtisks karjeras konsultēšanas procesa elements ir klienta izvaicāšana par viņa stāstu, lai iegūtu detalizētāku informāciju. Izpēti var sākt, analizējot **lēmuma pieņemšanas izraisītājus**, kas uzskatāmi par sākumpunktu. Lēmuma izraisītāji ir vai nu ārēji, vai iekšēji. Ārējie izraisītāji ir darba zaudēšana, izglītības iestādes vai apmācības programmas pabeigšana, ģimenes stāvokļa izmaiņas, tuvnieka nāve u. tml. Savukārt iekšējie izraisītāji

ir, piemēram, zīmīga vecuma sasniegšana (30, 40, 50, 65 gadi) vai agrāk izvirzīto mērķu nesasniegšana (*Schlossberg & Robinson*, 1996). Lai saprastu karjeras lēmumu izraisītāju dinamiku, ir izmantojami šādi jautājumi.

4. attēls. Interaktīvais lēmumu pieņemšanas modelis



1. **Pirmie iespaidi.** „Kad jūs pirmoreiz uzzinājāt, ka (zaudēsiet darbu)?” vai „Kad jūs pirmoreiz sajutāt, ka (jums vajadzētu mainīt karjeru)? Kā jūs tobrīd jutāties?”
2. **Pārejas periods.** „Kas notika starplaikā — pēc tam, kad jūs pirmoreiz to uzzinājāt (nodomājāt), un pirms jūs tiešām aizgājāt no darba? Par ko jūs tolaik domājāt un kā jutāties?”
3. **Tuvinieki.** „Kā uz to reaģēja citi (darbības, domas, jūtas)?”

Vis svarīgākais šajā brīdī ir izprast pašu stāstu un tā pirmsākumus. Šajā posmā īpaši noder tādas saziņas prasmes kā atvērto jautājumu uzdošana, pārfrāzēšana, precizēšana, empātijas izrādīšana un rezumēšana.

Aprakstot lēmuma izraisītājus, parasti tiek pieminēta arī **ārējā ietekme**, kas problēmu, iespējams, ir veicinājusi. Ārējā ietekme ir apkārtējie apstākļi, kas noved pie konkrēta lēmuma izraisīšanas. Piemēram, vienkāršu darba cilvēku dzīvi var būtiski ietekmēt valstu tirdzniecības līgumi, izmaiņas biržā, pārmaiņas darba tirgū un tamlīdzīgi notikumi. Bieži šī ietekme ir globāla un grūti kontrolējama, tomēr tā var būtiski skart karjeras plānošanu.

Citi faktori, kas bieži tiek pieminēti sarunā par lēmuma izraisītājiem, ir saistīti ar **ietekmējošo kontekstu**. Šis jēdziens aptver kultūru, ģimeni, dzimumu, starppersoniskās lomas, traumatisku pieredzi un patības pamatstruktūru. Jāpiebilst, ka jebkāda diskusija par ietekmējošo kontekstu šajā posmā ir tikai sagatavošanās; šī tēma tiks plašāk aplūkota vēlāk konsultēšanas procesā (pēc tam, kad situācija būs pilnībā izpētīta).

Pēc sarunas par lēmuma izraisītājiem tiek aplūkota klienta **sākotnējā attieksme pret problēmu** un viņa **rīcība**. Šī virzība no pagātnes uz tagadni ļauj dziļāk izpētīt, kā klients ir sākotnēji raudzījies uz savu problēmu, kā viņš ir rīkojies, mēģinot to atrisināt, un kādas ir bijušas ar to saistītās emocijas. Šajā posmā ir piemēroti šādi jautājumi:

„Tagad parunāsim par to, kas ir noticis kopš jūsu aiziešanas no darba (kopš pieņēmtāt lēmumu mainīt karjeru). Kādas šajā laikā ir bijušas jūsu domas, un kā esat juties? Ko esat darījis? Kā notikušais ir ietekmējis citus cilvēkus? Kādu emocionālo un/vai finansiālo atbalstu esat saņēmis šajā laikā?”

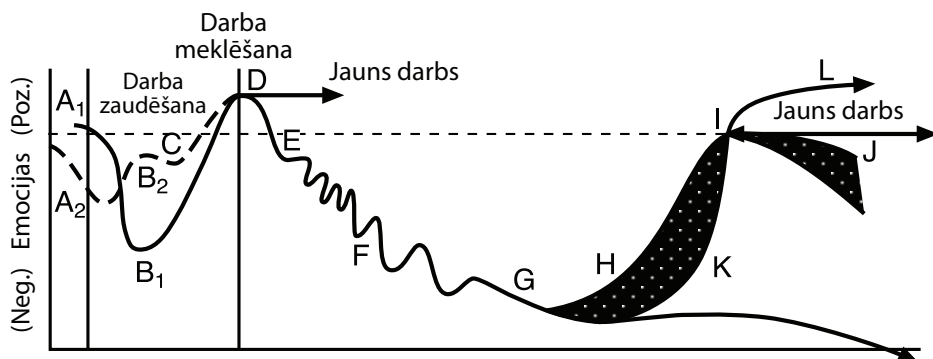
Šajā brīdī ir svarīgi klientam atgādināt gan par viņa panākumiem (ko viņš ir iemācījies), gan par to, kas izraisījis vilšanos. Ir jāuzsver arī viņa izrādītā iniciatīva. Viens no acīmredzamiem, bet bieži nenovērtētiem soļiem ir ierašanās uz konsultāciju. Ja cilvēks uz konsultāciju ir atnācis brīvprātīgi, viņš ir izrādījis iniciatīvu; tas liecina, ka viņš ir motivēts atrast risinājumus.

Kad klienti formulē savu problēmu, nepalaidiet garām stāsta emocionālos elementus! Ir viegli aizrauties ar stāsta detaļām un palaist garām šo ārkārtīgi svarīgo aspektu. Lai palīdzētu klientiem pievērsties ar bezdarbu saistītajiem emocionālajiem elementiem, palūdziet viņiem salīdzināt savas emocijas ar emocionālo viņņošanās, kas redzama 5. attēlā.

Viļņošanās diagramma ir veidota pēc agrāk veikta pētījuma par bezdarba dinamiku (*Borgen & Amundson, 1987; Amundson & Borgen, 1987*). Izmantojot šo diagrammu kā atsauces punktu, cilvēkiem ir vieglāk normalizēt dažus piedzīvotās emocionālās reakcijas aspektus.

Bieži no klientu stāstītā ir grūti uztvert precīzu notikumu secību. Es šādos gadījumos izmantoju vienu no konsultēšanas rīkiem — dzīves līniju. Dzīves līnija līdzinās biržas indeksam (laika nogriežni attēloti kāpumi un kritumi). Dzīves līnijas piemērs ir redzams 6. attēlā.

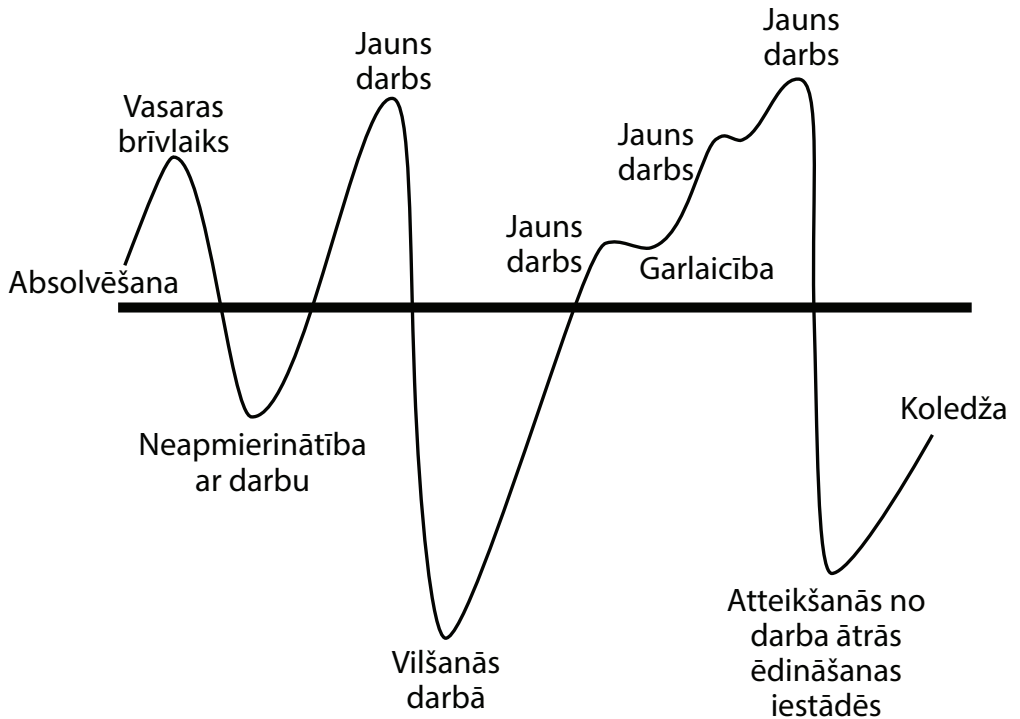
Kad klienti, stāstot savu stāstu, izmanto šo metodi, viņi labāk spēj identificēt svarīgākos pavērsienus. Dzīves līniju var izmantot arī, lai klienta aprakstīto situāciju rezumētu. Kopā ar klientiem veidojot šo diagrammu, jūs varat noskaidrot viņu izpratni gan par notikušo, gan par katras situācijas emocionālo ietekmi.

5. attēls. *Ar bezdarbu saistītā emocionālā viļņošanās*

- | | | | |
|----------------|---|---|---|
| A ₁ | Sākotnējā negatīvā reakcija uz darba zaudēšanu (šoks, dusmas) | F | Izolēšanās no stresa, kas saistīts ar darba zaudēšanu (apātija) |
| B ₁ | Refleksija par darba zaudējumu (raizes, nemiers) | G | Noraidījuma pārņemšana uz sevi (nederīgs, izolēts, vientuļš, pašplūsmā) |
| A ₂ | Darba zaudējuma pieņemšana (nemiers, bažas, noliegums) | H | Atbalsts, atkārtota apmācība (cerību pilns, saprasts, iedrošināts) |
| B ₂ | Sākotnējā reakcija uz darba zaudēšanu (atvieglojums) | I | Nemitīga darba meklēšana |
| C | Darba zaudējuma pieņemšana (apņēmība, emociju pārvaldīšana) | J | Ļaušanās ar stresu saistītai reakcijai |
| D | Darba zaudējuma pieņemšana (cerības, optimisms, lepnums) | K | Atkārtota sevis un savu vērtību izvērtēšana |
| E | Sākotnējā reakcija uz stresu, kas saistīts ar darba meklēšanu (spriedze, drosmes zaudēšana, bailes, dusmas, izmisums) | L | Izlīdzināšanās (pozitīvs, izmainījies) |

Nu stāsts ir skaidrs un ir jāpāriet uz nākamo izpratnes līmeni, proti, jāaplūko ietekmējošais konteksts. Kā minēts iepriekš, tas nozīmē ietekmi, ko rada kultūra, ģimene, dzimums, starppersoniskās lomas, traumatiska pieredze un patības struktūra (vērtības, personība, pašcieņa, intereses). To, kā ietekmējošais konteksts virza lēmumu pieņemšanu, var ilustrēt ar šādu piemēru. Kāda jaunieša tēvs centās sākt savu uzņēmējdarbību, taču cieta neveiksmi un bankrotēja. Šis notikums spēcīgi ietekmēja gan jauniešu, gan ģimeni kopumā. Pieņemot ar karjeru saistītus lēmumus, puisis rūpīgi meklēja tādu profesiju, kas nodrošinātu stabilitāti. Diezgan

6. attēls. Dzīves līnija



loģiski šķita kļūt par skolotāju, un kādu laiku dzīvē gāja gludi. Mainoties ekonomiskajai situācijai, skolā notika štatū samazināšana, un jaunieši satrauca doma, ka viņš var zaudēt darbu. Situāciju vēl vairāk pasliktināja aizvien skaidrākā apjausma, ka skolotāja profesija viņam nepatīk. Šādā situācijā konsultēšana nebūtu iespējama, ja netiktu gūts priekšstats par agrākajiem ietekmējošajiem apstākļiem. Izpratne par ģimenes kādreizējo traumatisko pieredzi neizskaidro visu, taču tā norāda uz dažiem faktoriem, kuri traucē uzņemties risku.

Ietekmējošā konteksta analīze nenozīmē tikai pāris jautājumu vai uzdevumu; šis process ir daudz sarežģītāks. Vispirms ir jāieklausās un jāsadzird norādes attiecību veidošanas un problēmu formulēšanas posmā.

Aprakstot savas karjeras vai dzīves problēmas, klienti bieži piemin dažādas situācijas, un ir lietderīgi uzdot papildu jautājumus par šīm konkrētajām jomām. Klientam var vienkārši palūgt nosaukt tos faktorus, kas, viņaprāt, ir ietekmējuši ar karjeru saistītos lēmumus. Dažkārt šī tiešā pieeja trāpa tieši desmitniekā un ļauj jums pievērsties galvenajiem jautājumiem. Ja ir pietiekami daudz laika un intereses, var veikt padziļinātu izpēti, izmantojot visaptverošu, strukturētu interviju. Neatkarīgi no tā, kāda metode tiek izmantota, ir jāpatur prātā, ka sākotnējo viedokli par problēmu lielā mērā var ietekmēt līdzšinējā pieredze.

Vēl viens ietekmējošā konteksta aspekts ir patības struktūra, kas attiecībā uz citām, drīzāk ārējām, ietekmēm funkcionē kā regulators. Kā piemēru var minēt pašnostājas vai pašefektivitātes līmeni, ko cilvēks demonstrē konkrētā situācijā. „Tiem cilvēkiem, kam ir augsta pašapziņa un pašnostāja, ir vieglāk proaktīvi reaģēt uz ārējiem apstākļiem un kontrolēt ilgtermiņa ietekmi (Amundson, 1995a, 12. lpp.). To, kā tiek uztverti lēmuma izraisītāji, veidota attieksme un izvēlēti turpmākie soļi, lielā mērā ietekmē arī citi patības aspekti, t. sk. vērtības, intereses, personība un dotības. Savā ziņā paruna „neredzēsi — neticēsi” ir jāpārformulē kā „neticēsi — neredzēsi”. To, ko mēs ieraugām, nosaka mūsu pasaules skatījums.

Problēmu formulēšana, izmantojot metaforas

Līdz šim esam pievērsušies problēmas formulēšanai, rūpīgi pētot un pārdomājot notikumus, emocijas un apstākļus, taču daudziem situācijas būtību ir vieglāk uztvert, izmantojot metaforiskus tēlus. Metaforas mums palīdz izprast un piedzīvot notikumus saistīti ar citiem notikumiem.

Piemēram, jūtoties pacilāti, mēs varam teikt, ka lidināmies mākoņos. Metaforas palīdz situāciju vizualizēt; izmantojot salīdzinoši vienkāršus vizuālos tēlus, mēs spējam labāk noteikt, kas būtu jādara. Metaforas situāciju var sakārtot un strukturēt. Neskaidrībā un apjukumā metaforas palīdz saprast, kas ir kas. Šajā procesā tiek radīta jauna „figūra” un „fons” (Bryan, Cameron, & Allen, 1998).

Pēc Mērijas Pistolas (*Pistole*, 2003)

domām, metaforas palīdz saskatīt iespējas, izcelt pieredzi, ieraudzīt sakarības un nozīmi. Džordžs Lakofs un Marks Džonsons (*Lakoff & Johnson*, 1980, 3. lpp.) pat norāda, ka „mūsu parastā jēdzieniskā sistēma, saskaņā ar kuru mēs domājam un rīkojamies, pēc būtības ir metaforiska”.

Iesaistoties karjeras izpētē un attīstīšanā, cilvēki bieži izmanto jēdzieniskas metaforas, kas viņiem palīdz labāk izprast karjeru. Šīs metaforas rada leknu augsni turpmākai izpētei un saziņai. Aplūkojot savu karjeru caur metaforu prizmu, viņi rod jaunu skatījumu, kā arī izveido kopīgu valodu, ko klients ar konsultantu var izmantot turpmākajā sarunā par karjeras jautājumiem. Šīs kopīgās valodas veidošana veicina empātisku izpratni (*Wickman, Daniels, White, & Fesmire*, 1999).

***Metaforas palīdz situāciju
vizualizēt; izmantojot salīdzinoši
vienkāršus vizuālos tēlus, mēs spējam
labāk noteikt, kas būtu jādara.***

***Būtisks karjeras konsultēšanas
uzdevums ir palīdzēt klientiem
apzināties savas pašreizējās metaforas
un izveidot jaunus tēlus.***

Uz sadarbību vērstās attiecībās metaforas ir kopīgi jālieto, jāpēta un jāpaplašina. Attiecības starp mūsu pieredzēto realitāti un metaforām ir mainīgas. Mēs izmantojam metaforas, lai labāk saprastu un aprakstītu to, kā uztveram savu pieredzi, taču, balstoties uz pieredzi, varam arī mainīt metaforas. Abi skatījumi viens otru bagātina.

Metaforas var būt cieši saistītas ar elastīgumu un radošumu. Džins Kombss un Džilla Frīdmena (*Combs & Freedman*, 1990, 32. lpp.) raksta:

„Jebkura atsevišķa metafora ir noteikta versija par noteiktu pasaules daļu. Ja cilvēks situāciju var aprakstīt tikai ar vienu metaforu, viņa radošums ir ierobežots. Jo vairāk viņam ir metaforu, ar ko aprakstīt konkrētu situāciju, jo lielākas ir viņa izvēles iespējas un elastīgums, lai to atrisinātu. Atrodot daudzas metaforas, radošums paplašinās.” (32. lpp.)

Daudziem klientiem pārmaiņas darba tirgū ir likušas kļūt elastīgākiem un radošākiem, jo ir jācenšas tikt galā ar mainīgo realitāti (*Amundson*, 2006a). Būtisks karjeras konsultēšanas uzdevums ir palīdzēt klientiem apzināties savas pašreizējās metaforas un izveidot jaunus tēlus.

Stāstot par sevi, klienti bieži izmanto metaforiskus tēlus. Konsultantam ir svarīgi prast klientu stāstījumā tos atpazīt. Izmantotajos tēlos ir ietverta informācija par to, kā viņi redz gan problēmas, gan savas spējas tās pārvarēt. Piemēram, kāda kliente bezdarbniece, aprakstot savu situāciju, teica, ka jūtas tā, it kā sēdētu galda galā, bet virtuves darbinieki viņu ignorē. Daži cilvēki saņem lielas porcijas, bet citi sēž malā un gaida, kad viņiem atmetīs kādu garoziņu. Šajā piemērā ēdiena dalītāji bija valdība un lielie uzņēmumi. Viņa pavisam noteikti sēdēja starp apdalītajiem un jūta, ka nekādi nespēj tikt pie tā, ko gribētu. Šajā metaforā interesanti ir tas, ka kliente situāciju redzēja no izteikti pasīvas pozīcijas. Viņu māca bezcerība, un viņa pasīvi gaidīja, ka kaut kas notiks. Izmantojot šo metaforu kā situācijas attēlojumu, es ierosināju veikt metaforā izmaiņas, kas, savukārt, uzlaboja pašnostāju un aktivizēja rīcību. Kliente veica pašpārliecinātības vingrinājumus un sāka meklēt citus veidus, kā „tikt pie ēdamā” (uzņēmējdarbības). Šī metafora palīdzēja formulēt problēmu un izpētīt iespējamus risinājumus.

Veicot supervizora pienākumus (par to plašāk 8. nodaļā), esmu mudinājis konsultantus būt aktīvākiem un radīt klientiem piemērotas metaforas, balstoties uz saviem novērojumiem. Tās var noderēt kā rezumējums, kurā konsultants pauž savu izpratni par problēmu. Lai labāk izprastu šo procesu, aplūkojiet 7. attēlā redzamo zīmējumu, kur problēma ir definēta no konsultanta skatpunkta.

Zīmējums tapa pirmās konsultācijas beigās, un tajā ir redzami daži svarīgākie stāsta elementi. Šajā zīmējumā klients stāv zem problēmu (lietus lāses) pārpildīta mākoņa un tās gāžas pār viņas galvu. Viņai ir sarežģītas attiecības ar vecākiem, viņas istaba, kas ir pagrabstāvā, ir mitra un neciešama, viņai ir maz naudas, atzīmes skolā pasliktinās, un viņu ir pametis draugs. Tālumā klients redz saules starus, taču nezina, kā līdz tiem nokļūt. Šis zīmējums skaidri parāda grūtības un vēlmi nokļūt citur. Attēlotajā mirklī ir maz ideju, kā izkļūt no mākoņa apakšas vai vismaz dabūt lietussargu.

Metafora ir labs paņēmieni, kā problēmu no indivīda pārcelt uz āru (eksternalizācija) un tālāk uz nākamo etapu. Kad problēmai ir piešķirta ārēja forma, var apsvērt vairākus veidus, kā metaforu mainīt. Līdz šim aprakstītajos piemēros redzams, kā metaforas var mainīt, lai palielinātu optimismu, uzlabotu pašnostāju un atrastu virzienu. Kad problēma ir izcelta ārpusaulē, risinājumu atrast bieži vien ir vieglāk.

7. attēls. Konsultanta zīmējums



Gadījuma analīze

Šo nodaļu par problēmu formulēšanu es gribētu ilustrēt, ar metaforisko tēlu un interaktīvās lēmumu pieņemšanas modeļa palīdzību analizējot patiesu gadījumu. Esmu izvēlējis karjeras stāstu, kura autors ir dzejnieks Karls Lego (*Carl Leggo*); viņš savu karjeras ceļu apcer dzejolī „Ceļi uz Ninivi” (*Roads to Nineveh*). Šai analīzei es apzināti izvēlējos dzejnieka tēlu, lai uzsvērtu iztēles un radošuma idejas un apliecinātu, ka interaktīvā lēmumu pieņemšana ir izmantojama ļoti plaši.

CEĻI UZ NINIVI

Kornerbruka, 1970, 1988

Skolas direktors teica,
Lai mācos par skolotāju.
Es atbildēju noliedzoši.
Nu divdesmit gadi būs pagaisuši.
Es atgriezos vecajā skolā —
Direktors sen jau pensijā.
Es esmu skolotājs. Izbrīnījies.

Sentdžonsa 1979–1976

Par skolotāju būt es negribēju.
Alku zvaigznes pētīt
Un būt par astronomu
Vai par dzejnieku un debesis aprakstīt.
Izpildīju profesiju testu.
Izrādās — jākļūst par apkalēju,
Lai gan no zirgiem man ļoti bail.

Robertsārma 1967–1978

Būdams uz sēkļa, kļuvu par skolotāju.
Pirmajā gadā septītajā klasē mācīju
Četrdesmit astoņus skolēnus.
Es pamodos svešā pasaulē,
Mazā kaktā, kur ikviens zināja,
Kāds ir Dieva prāts visās lietās.
Centos iederēties. Nesanāca. Aizgāju.

Toronto 1978–1979

Uz lielpilsētu, kas plaša kā pasaule.
Es cerēju kļūt par mācītāju,
Bet jau pēc diviem mēnešiem seminārā
Aicinājums zuda, kā iekritis kapā.
Man šķiet, ka, lai kļūtu par pastoru,
Ir jātiek pasterizētam, kad vēlējos būt
Netīrs, raupjš, asiņains, asnojošs. Tāpēc aizgāju.

Stīvenvila 1979–1984

Uz mazu skolu mazā pilsētā devos
Blakus okeānam, mazā fermā varbūt,
Atrast vaļasprieku un aicinājumu,
Kur iederēties man lemts.
Taču mācīju, ugunīm gailot acīs
Un sirdī, līdz skolas komiteja
Nosauca mani par bīstamu. Es tāds biju. Aizgāju.

Frederiktona 1984–1986

Un aizgāju.

Edmontona 1986–1988, un aizgāju.

Kornerbruka 1988–1989, un aizgāju.

Vankūvera 1989 — līdz šim brīdim.

Kad BKU mani uzaicināja,
Es priekšā stādijos kā neiederīgs dzejnieks.
Nav melots.
Un atradu mājas dzejniekam,
Kur pat necerēju.
Nu mācu es skolotājus
Un jautāju — kurš viņus aicinājis?

Kā Jona, ko sauca uz Ninivi,
Kurš aicinājumu noraidīja, uz to neatbildēja,
Skrēja pretējā virzienā, bet vienalga
Nonāca Ninivē — bezizejā, kā slazdā
Lielas zivs vēderā,
Izvemts Ninives krastā,
Joprojām negribīgs božas dienām ilgi.

Es nezinu, kā teikumā ir
Jāloka vai jālokās manam aicinājumam.
No kurienes nāk šī balss?
Kurš mani aicina?
Man nav aicinājuma, lietvārds;
Es aicinos, darbības vārds.
Vismaz es neatvados.

Es neatsaucos uz aicinājumu.
 Es pats esmu aicinājums, aicinājuma darbības vārds,
 Vienmēr tagadnē, šobrīd un šeit.
 Jona nelaidās prom,
 Bet savā aicinājumā.
 Tāpat kā es. Visi savādie pavērsieni
 Ievijas manā darbības vārda lomā.

Mani neaicināja mācīt.
 Esmu skolotājs, kas māca vienmēr.
 Aicinājumā nav brīvlaika, nav hobija.
 Mana sūtība — mana pasaule.
 Es izdzīvoju mācīšanu, mana mācība tiek izdzīvota.
 Esmu apgājis loku un atgriezies jau kuro reizi
 Lai saprastu — es esmu skolotājs, pat apkalējs,

Kurš apkaļ studentus,
 Lai aizbiedētu viņus,
 Bez nevēlēšanās iet kopā,
 Tikai gribēdams, lai tie dzird
 Sava ceļa dzejojumus.
 Es esmu skolotājs, esmu apkalējs,
 Kas apkaļ un aizbaida studentus.

Dzejoli ietvertajā karjeras stāstā ir izmantoti daži interesanti tēli, un tam ir aizraujoša attīstības gaita. Autors cīnās ar karjeras tēlu kā ar kaut ko izvēlētu vai likteņa nolemtu. Dzejoli caurvij aicinājuma motīvs. Jonas aicinājums uz Ninivi norāda uz nemitīgu klātesamību. Būtiska loma ir arī vidusskolas direktora pareģojumam, kas jau agrīnos gados uzvedina uz domām, ka viņa aicinājums ir mācīšana. Kā jau sagaidāms, pēc dažiem gadiem Karls, par spīti centieniem no aicinājuma izvairīties, kļūst par skolotāju savā vecajā skolā. Paradoksālā situācija sasaucas ar grieķu traģēdiju, bet tālāk ir nākamie cēlieni, un pēdējā viņš ir dzejnieks. Skolotāja loma

pārveidojas no lietvārda par darbības vārdu, un mācīšana kļūst par dzīves darbu.

Šī karjeras stāsta sižeta blakuslīnijas atklāj autora centienus kļūt par mācītāju un viņa secinājumu, ka, lai kļūtu par pastoru, ir jātiek pasterizētam. Meklējot enerģiskāku dzīvi, viņš atgriežas pie mācīšanas, kā arī izmēģina roku lauksaimniecībā un ārpus pilsētas, kur darbs ir vaļasprieks. Un atkal — veiksmē nav viņa pusē.

Stāstā atklājas arī brīži, kad Karls, cīnoties ar aprobežoto skolas sistēmu, jūtas kā iemānīts slazdā. Kaut kādā brīdī viņš grib iederēties un dzīvot, kā klājas, taču nespēj tik daudz upurēt šī mērķa dēļ. Viņš cīnās un ilgojas pēc citādas dzīves. Nepanesamu apstākļu spiests, viņš bieži atkāpjas un kā izeju izvēlas dažādas izglītības programmas. Viscaur šajās cīņās ir redzams, ka viņš pret sevi nav pilnīgi patiess. Visbeidzot intervijā Britu Kolumbijas Universitātē viņš nolemj atnest veco identitāti un stāties pretī pasaulei kā dzejnieks. Caur šo jauno patības struktūru viņš tagad veido jaunu karjeras virzienu.

Daudzējādā ziņā Karla sacerētais stāsts ir kā moderna leģenda. Direktora pareģojums uzliek lāstu (aicinājums) un izved Karlu dzīves cīņas laukā. Pēc šī ievada valda cīņa un izmisums, jo autoru, par spīti viņa pūlēm atbrīvoties, aizvien no jauna slazdos ievilina aicinājums. Pēc vairākiem nesekmīgiem mēģinājumiem rodas apjausma, ka izeja ir jaunas identitātes pieņemšana. Šajā brīdī burvestība tiek salauzta, un Karls izveido jaunu identitāti jaunā vietā. Taču, atšķirībā no sendienu stāstiem, dzīve turpinās un Karlam ir jāatrod veids, kā būt dzejniekam izglītības vidē. Tas ir viņa nākotnes izaicinājums.

Kā konsultants, strādājot metaforiskā līmenī, es censtos pievērst Karla uzmanību šai notikumam attīstībai un palīdzētu viņam darināt stāsta nākamo daļu. Īpaši svarīgi būtu, lai Karls saglabātu savu identitāti un pašnostāju, kas bija raksturīgas viņa izlaušanās pieredzei. Izglītības sistēma — pat universitātes līmenī — nepiesardzīgos prot noķert slazdā. Lai atrastu un noturētu poētiskās esības brīvību, ir jābūt vienmēr modram un proaktīvam.

Izmantojot iepriekš minētos nodarbināmības parametrus, var teikt: Karlam būs jāturpina pilnveidot darba saglabāšanas prasmes.

Ielikl šādu stāstu interaktīvās lēmumu pieņemšanas modeļa robežās sākumā šķiet nepiemēroti. Nav šaubu, ka šis stāsts ir kā vienmērīga metaforisko tēlu plūsma, tomēr tajā ir redzami elementi, kas norāda uz ietekmējošo kontekstu, lēmuma izraisītājiem, sākotnējo attieksmi, rīcību un mainīto attieksmi. Sasniegtais rezultāts pavisam noteikti ir transformējoša pieredze, kas skolotāja darbu dara pieņemamu, — ir notikusi attieksmes maiņa. Pirms tam ir bijuši vairāki mēģinājumi formulēt attieksmi un rīkoties, bet tie ir beigušies ar neapmierinātību un izmisumu. Iespējams, daudzas no skolotāja darba grūtībām varētu būt radījis darbs ierobežojošā izglītības sistēmā, kura ir pretrunā ar Karla pamatvērtībām un personību (ietekmējošais konteksts). Lēmumu meklēt skolotāja darbu, domājams, izraisījuši pragmatiski apsvērumi, kas saistīti ar finansiālajām vajadzībām un nepieciešamību nodrošināt pieaugošo ģimeni.

Skatoties uz šo karjeras ceļu laika gaitā, ir redzams negatīvs, periodisks notikumu cikls. Karls vairākkārt cenšas izlauzties brīvībā, meklējot tālākizglītības iespējas (izplatīts rīcības modelis, kas raksturīgs daudziem, kuri mēģina aizbēgt no neapmierinošas darba pieredzes), un šie mirkli ir pozitīvi un īslaicīgi. Cikls nemainās, un Karls joprojām nonāk viņu neapmierinošā pedagoģiskajā darbā bez lielām izvēles iespējām. Šajā ziņā viņš līdzinās daudziem klientiem, kuri ir iestrēguši negatīvā ciklā. Šādos apstākļos ir viegli iztēloties, ka esi tikai marionete sistēmā un nav gandrīz nekādu iespēju izlauzties. Tomēr Karls atrada izeju, atmetot neīsto līdzšinējo tēlu un ieraugot sevi kā dzejnieku, kas grib palīdzēt citiem dzīvot poētiski. Veicot pašanalīzi, viņš atklāja personisko spēku, un dzima jauns redzējums (identitāte). Šis pašizpētes procesa atvieglošana bieži ir karjeras konsultantu darba lauks. Kā minēts iepriekš, konsultanta uzdevums ir arī palīdzēt klientam atklāt iespējamās turpmākās grūtības, un šajā gadījumā tā ir savas karjeras vadīšana. Pieredze, kas pārveido vai maina attieksmi, rada jaunu kontekstu, bet, lai neiekrīstu vecajos slazdos, ir nepieciešama izpratne un nemitīga modrība. Karla metaforiskie tēli ir labs pamats, lai mācītos izprast sevi un apzinātos iespējamās turpmākās grūtības.

Kopsavilkums

Klienta problēmas formulēšanas process bieži vien iedarbojas divējādi: noskaidrojot problēmu, parādās jauni risinājumi. Daudzos gadījumos galvenā problēma ir tā, ka klientiem ir grūti tikt skaidrībā ar dažādajām problēmas sastāvdaļām. Šādos apstākļos robeža starp problēmas formulēšanu un problēmas risināšanu kļūst neskaidra. Kolīdz mēs skaidrāk ieraugām pašu problēmu, ceļš uz tās risinājumu top labāk pamanāms un dažkārt pat acīmredzams.

Trīs nākamajās nodaļās tiks aplūkotas dažādas metodes, kā palīdzēt klientiem pietuvināties problēmu risinājumam. Vispirms tiks aplūkota sistemātiskā un dinamiskā pašvērtēšanas pieeja (4. un 5. nodaļā) un pēc tam (6. nodaļā) — dažas praktiskas metodes, kā veidot kontaktus, pieņemt lēmumus un sagatavoties. Pāriešana pie šīm tālākām jomām nebūt nenozīmē, ka durvis uz problēmas formulēšanu var aizvērt. Konsultēšanas gaitā var atklāties jauni problēmas aspekti, un dažos gadījumos pati problēma var pāriet citā darbības laukā. Katrā procesa solī ir jāapzinās, ka klientu problēmu daba ir mainīga. Var būt noderīgi atpazīt šos mirkļus, kad noformulētajās problēmās ir radušās izmaiņas. Šajā ziņā nākamais solis nekad nav pilnībā secīgs. Parasti ir jāpavirzās turp un atpakaļ, un ik pa laikam ir jābūt gatavam ievērojamai uzsvara maiņai. Jo īpaši tas attiecas uz karjeras konsultēšanu, jo daudzi klienti slēpjas aiz karjeras jautājumiem, lai neatklātu personiskākas raizes.

Protams, ne visas situācijas noved pie klientu problēmas risinājuma. Daudzos gadījumos nākamais solis ir rīcības plāns, kura īstenošanā iesaistāmi citu konsultāciju sniedzēji. Šādā gadījumā jums klienti jānosūta pie atbilstošajiem speciālistiem. Iepriekš aprakstītā ceļu karte ir labs paņēmieni, kā abstrakti attēlot problēmas un parādīt klientiem, kā pārvarēt šķēršļus, izmantojot dažādus apvedceļus (konsultēšana vai izglītības programmas), lai grūtības uzveiktu.

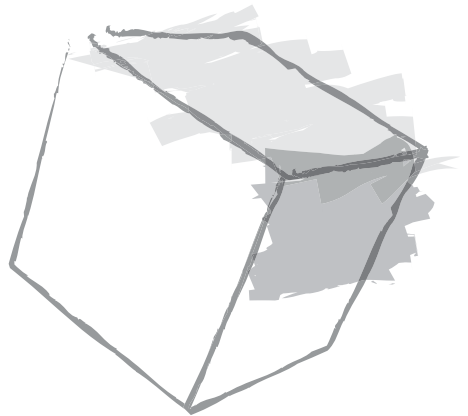
Savukārt 7. nodaļā ir plašāk aplūkoti daži jautājumi, kas saistīti ar konsultēšanas pārtraukšanu un klientu nosūtīšanu pie cita speciālista.

Konsultēšanas gaitā var atklāties jauni problēmas aspekti, un dažos gadījumos pati problēma var pāriet citā darbības laukā. Katrā procesa solī ir jāapzinās, ka klientu problēmu daba ir mainīga.

Ceturtais nodaļa

PROBLĒMU RISINĀŠANAS UZDEVUMI

Sistemātiskā pašvērtēšana



Kā jau minēts iepriekšējā nodaļā, robeža starp problēmu formulēšanas uzdevumiem un problēmu risināšanas uzdevumiem ir mazliet izplūdusi. Lasot tālāk, jums varbūt šķitīs, ka dažas no šeit piedāvātajām stratēģijām var noderēt, lai skaidrāk noformulētu problēmu. Es šo pārklāšanos uztveru nevis kā problēmu, bet kā apliecinājumu konsultēšanas holistikajai dabai. Dzīvē robežas nebūt nav tik skaidras, kā to paredz mūsu teorijas.

Šī un nākamā nodaļa ir veltītas pašvērtēšanas uzdevumiem. Dažos gadījumos tie klientiem palīdz no jauna atklāt kādreizējās idejas, kas dzīves apstākļu ietekmē ir zudušas. Jo īpaši tas attiecas uz pašvērtējumu, kas dažādu grūtību ietekmē var būt pazeminājies. Citos gadījumos problēmu atrisināšanai būs jāveido jauns paštēls. Jebkurā gadījumā galvenais šā posma uzdevums ir mainīt to, ko cilvēki domā un kā jūtas attiecībā uz sevi un savām problēmām.

Šajā nodaļā iekļautajiem pašvērtēšanas uzdevumiem raksturīgs tas, ka tie ir diezgan vienkārši un pašizpēte norisinās pēc noteiktas kārtības; citiem vārdiem sakot, tie ir sistemātiskāki. Es atzīstu, ka, šos uzdevumus izceļot, esmu rīkojies diezgan patvaļīgi. Daudzējādā ziņā tie atšķiras pēc līmeņa, nevis pēc veida.

Arī nākamajā nodaļā aprakstītajiem uzdevumiem ir raksturīgi daži sistemātiski elementi. Vēlreiz jāatzīst, ka robeža starp vieniem un otriem uzdevumiem ir mazliet izplūdusi, bet, kā jau minēts, šī situācija ir mūsu pasaules atspulgs.

*Jebkurā gadījumā galvenais šā
posma uzdevums
ir mainīt to, ko cilvēki domā un
kā jūtas attiecībā
uz sevi un savām problēmām.*

Izpēte, analizējot informāciju

A. Internets

Internets ir lielisks avots, kur smelties karjeras informāciju, turklāt tas ir kas vairāk nekā fakts un skaitļu krātuve. Internets var atvieglot ar karjeras izpēti saistītus plašākus meklējumus. Dažādi vingrinājumi un informācija ir atrodamā daudzās tīmekļa vietnēs. Lūk, pāris no tām, kas bija pieejamas rakstīšanas brīdī.

- *The National Association of Colleges and Employers* (Nacionālā koledžu un darba devēju asociācija)

www.naceweb.org/default.aspx

- *What Color is Your Parachute: Job Hunting Online* (Kādā krāsā ir tavs izpletņis: darba meklēšana tiešsaistē)

www.jobhuntersbible.com/

Citas tīmekļa vietnes, kurās atrodama konkrēta karjeras informācija, ir norādītas nākamās nodaļas sadaļā par darba tirgus informācijas apkopošanu.

Orientējies interneta vidē nebūt nav viegli, jo nemitīgi rodas jaunas vietnes un milzum daudz jaunas informācijas. Kad klienti veic meklējumus dažādās tīmekļa vietnēs, apmācītiem karjeras konsultantiem vajadzētu viņus par šo pieredzi izvairot. Lai gan vietnes pārsvarā ir veidotas tā, lai būtu pašsaprotamas, vairumā gadījumu ir vajadzīga saruna ar citu cilvēku, lai iegūtās zināšanas nostiprinātu.

Ja plānojat iesaistīt klientus interneta lietošanā, ir vērts ievērot dažus Ričarda Vērmēna ieteiktos informācijas lietošanas kritērijus (*Wurman*,

1989). Vispirms pārlicinieties, vai klientus tas vispār interesē un vai viņi jauniegūto informāciju ir gatavi ņemt vērā. Informācijai ir jābūt sakārtotai viņiem saprotamā struktūrā vai sistēmā. Šī mērķa sasniegšana bieži ir atkarīga no tā, kā jaunā informācija ir saistīta ar citām klientu idejām. Dažkārt ir lietderīgi likt klientiem strādāt ar šo informāciju un pārbaudīt piedāvājumu derīgumu. Lai sasniegtu R. Vērmēna definētos informācijas mērķus, ir nepieciešama klienta aktīva iesaistīšanās karjeras konsultēšanas procesā. Pirms vairākiem gadiem, kad karjeras konsultēšanā pamazām parādījās datori, konsultanti bažījās, ka viņi vairs nebūs tik pieprasīti, taču drīz vien izrādījās, ka daudzi klienti iespēju strādāt ar datoru gan novērtē, tomēr šo pieredzi pēc tam ir nepieciešams apspriest. Nekas neliecina, ka situācija varētu mainīties, lai cik modernas arī tehnoloģijas nekļūtu. Patiesību sakot, cilvēki vēlas un viņiem vajag iespēju pārrunāt savu situāciju ar otru cilvēku.

Džeimsa Sampsona, Roberta Kolodinska un Braiena Grīno (*Sampson, Kolodinsky, & Greeno, 1997*) rakstā ir labi apkopotas dažas iespējas un problēmas, kas saistītas ar interneta lietošanu. Lai gan internets piedāvā dažas aizraujošas informācijas ieguves iespējas, nepietiekami apmācīti vai pārstrādājušie konsultanti var to izmantot aplami.

B. Vērtēšana: cerībās balstītais karjeras tests (CBKT)

Karjeras izpētē palīdz daudzi kvantitatīvie vērtēšanas instrumenti. Šajā sadaļā es vēlos pastāstīt par CBKT, kas ir saistīts ar 2. nodaļā aplūkoto karjeras konsultēšanas teoriju, kura ir vērsta uz darbību un balstīta cerībās. CBKT ir izstrādājuši Spensers Nailss, Hjangs Jūns un Normens Amundsons (*Niles, Yoon, & Amundson, 2010*), un tas pirmoreiz ir aprakstīts Spensera Nailsa, Normēna Amundsona un Roberta Niolta (*Niles, Amundson, & Neault, 2011*) sagatavotajā karjeras darba burtņīcā.

Cerībās balstītajā karjeras testā ir 28 jautājumi un tiek izmantota četru punktu Likerta skala. Tests mēra tādas jomas kā cerības, refleksija, skaidrība

par sevi, redzējuma veidošana, mērķa izvirzīšana, plānošana, īstenošana un pielāgošanās. Dati par CBKT uzticamību un derīgumu ir ietverti šādos rakstos: *Niles, Yoon, Balin, & Amundson* (2010); *Yoon, Niles, Amundson, Smith, & Mills* (2015).

Klienti, kas ir aizpildījuši CBKT anketu, saņem atskaiti par testa rezultātiem, kurā atspoguļoti iegūtie punkti katrā jomā un vizuāli parādīts viņu vērtējums salīdzinājumā ar citu iegūto vērtējumu 25 % un 75 % līmenī (tiem, kuru rādītāji ir augstāki, — 75 % līmenī). Atkarībā no vērtējuma profila tiek ieteikti arī karjeras atbalsta pasākumi, kuru izmantošanu viņi varētu apsvērt.

CBKT var tikt izmantots dažādos karjeras izpētes brīžos. Tas ļauj ātri novērtēt karjeras kompetences un attieksmi, sākot karjeras konsultēšanu vai apgūstot grupas karjeras atbalsta programmu. Pētniecības programmā, kas saistīta ar veselības aprūpes speciālistiem, kuri izglītību ieguvuši ārvalstīs (*Clarke, Amundson, Niles & Yoon, 2014*), CBKT tika izmantots sākotnējā vērtēšanā un individuālā rīcības plāna izstrādē. Pēc tam CBKT atkal tika izpildīts atbalsta perioda beigās (pēc 3 mēnešiem), veicot programmas vērtēšanu. Šis pētījums liecināja, ka ir notikušas ievērojamas uzvedības izmaiņas un testa rezultāti ir uzlabojušies. Bija skaidri redzams, ka CBKT ir ievērojami veicinājis karjeras konsultēšanas procesu. Patlaban tiek īstenots cits pētījums ar atšķirīgu mērķgrupu, un sākotnējie rezultāti ir ļoti daudzsoļi.

C. Pašpalīdzības grāmatas

Tas, ka pašpalīdzības grāmatu tirdzniecība zeļ un plaukst, labi atspoguļo cilvēku slāpes pēc zināšanām psiholoģijas jomā, tomēr izšķirot visu pieejamo informāciju ir grūti, un šajā ziņā jūs varat klientiem piedāvāt praktisku palīdzību. Daudzās situācijās ir lietderīgi ieteikt klientam konkrētu grāmatu vai rakstu par noteiktu jautājumu, un izlasītais materiāls var kalpot kā pamats diskusijai turpmākajās konsultācijās. Izlasītais materiāls pēc tam kļūst par pārrunu tematu nākamajās konsultācijās.

Esmu sarakstījis grāmatu „Dzīves fizika” (*Physics of Living*) (Amundson, 2003) un to izmantojis, lai palīdzētu cilvēkiem izpētīt dažādus dzīves jautājumus (dzīves līdzsvars, pašatklāsmē, mērķu izvirzīšana u. tml.). Šajā grāmatā izmantotās metaforas, kas saistītas ar fizisko pasauli, ir pamats, uz kuru balstoties tiek pētīti dzīves psiholoģiskie principi. Grāmata ir sarakstīta vienkāršā un skaidrā valodā, bez profesionālā žargona. Tā man ir palīdzējusi, izmantojot metaforas, pietuvināties daudzu cilvēku dzīvei.

D. Psiholoģiski izglītojošā apmācība

Papildus ieteikumam lasīt noteiktas pašpalīdzības grāmatas reizēm konsultācijās esmu ietvēris arī tiešu apmācību. Šāda apmācība var attiekties uz dažādām tēmām. Piemēram, lai ilustrētu jautājumus, kas saistīti ar motivāciju, starppersoniskām attiecībām, uzvedības modeļiem u. tml., esmu izmantojis dažus transakcionālās analīzes pamatprincipus. Reiz kāda sieviete centās pilnveidot savas prasmes, lai varētu atgriezties darbā. Viņas bērni jau bija pieauguši un strādāja, un vīrs darbā ļoti pelnīja. Kaut arī situācija šķita „pareiza”, viņai bija grūti samierināties ar pieņemto lēmumu. Aplūkojot viņas ģimenes situācijas attīstību, dažu ģimenes modeļu ilustrēšanai es izmantoju transakcionālās analīzes principus (Berne, 1964). Šis „izglītojošais moments” palīdzēja visā konsultēšanas procesā, kad viņa pārdomāja arī citas starppersoniskās attiecības. Sieviete secināja, ka atkal un atkal iestieg rūpīgā vecāka lomā un ka dažkārt viņas glābjošā uzvedība noved pie tādas mijiedarbības, kas traucē mainīt karjeru vēlamajā virzienā.

Kontekstuālā intervēšana

Karjeras izpētes sākumā bieži ir lietderīgi uzdot dažus jautājumus, kas palīdz definēt darbības kontekstu. Īpaši svarīgi tas ir tad, ja pastāv kādas kultūras vai dzīvesveida atšķirības (*Ponterotto, Rivera, & Adachi Sueyoshi, 2000; McCormick & Amundson, 1997*).

Esmu pamanījis, ka klienti labprāt atbild uz šādiem jautājumiem, bet konsultanti dažkārt jūtas neērti, jo viņiem šķiet, ka iegūtā informācija ir pārāk personiska. Lai gan informācija tiešām ir personiska, tā var būt ļoti noderīga turpmākās palīdzības sniegšanā. Daudzi klienti ar kontekstu saistīto sarunu uztver nevis kā ielaušanos savā privātajā dzīvē, bet drīzāk kā intereses izrādīšanu. Uzdodot šādus jautājumus, ir svarīgi, lai jums rūpētu un interesētu klienta liktenis.

Klienti labprāt atbild uz šādiem jautājumiem, bet konsultanti dažkārt jūtas neērti, tos uzdodot, jo iegūtā informācija ir pārāk personiska.

Ar imigrantiem un bēgļiem ir dabiski sākt sarunu, jautājot par pārcelšanos no vienas valsts uz otru. Šo stāsta aspektu palīdz izpētīt, piemēram, šādi jautājumi:

„Es labprāt uzzinātu ko vairāk par jūsu ceļojumu uz šo valsti. No kuras valsts jūs esat? .. Kā jūs izlēmāt to pamest? .. Ko jūs līdz šim esat piedzīvojis?”

Vēl viens intervēšanas procesa aspekts ir pievēršanās tam, kā klienti uztver karjeras konsultēšanu, proti, ko tā nozīmē no viņu skatpunkta. Tas bieži palīdz sākt sarunu par viņu ģimeni un kopienas dzīvi. Īpaši svarīga te ir ģimenes un citu tuvinieku ietekme uz karjeras lēmumu pieņemšanu. Tas var novest pie citiem jautājumiem, piemēram:

„Kādus padomus jūs esat saņēmis saistībā ar karjeru? .. Ko jūs

*par tiem domājat? .. Vai jūsu ģimenē ir kāda profesija, kas tiek
augstu vērtēta (vai pretēji)? .. Kā jūsu ģimenē tiek pieņemti
karjeras lēmumi?"*

Daudziem cilvēkiem ir svarīgi izanalizēt arī to, cik lielā mērā karjeras lēmumu pieņemšanu ietekmē garīgais aspekts. Esmu secinājis, ka šis garīgais elements ir jāpārrunā tieši, uzdodot, piemēram, šādu jautājumu: „Vai jūsu karjeras lēmumu pieņemšanu ietekmē arī garīgā sfēra?” (Ja atbilde ir apstiprinoša, šo tēmu var pārrunāt sīkāk.) Konsultanta mērķis ir noteikt, cik lielā mērā garīgā joma cilvēkam ir svarīga. Es šim jautājumam pievērsu īpašu uzmanību, jo bieži šis kontekstuālais aspekts netiek aplūkots.

Ne mazāk svarīgi ir arī citi kontekstuālie faktori — rase, dzimums, seksuālā orientācija, vecums, invaliditāte utt. Tos var noskaidrot, pavaicājot klientam, kādas grūtības viņi piedzīvo. Atbildot uz šo jautājumu, cilvēki nosauks tos kontekstuālos jautājumus, kuri viņu situācijā ir svarīgi.

Konteksta izpratne rada pamatu tālākai karjeras izpētei. Bez tās nekur tālu nevarēs tikt. Konteksts ir kā karkass, kas ir pamatā visiem pārējiem apsvērumiem.

Izvaicāšana, uzsverot iespējas

Aizvien biežāk tiek izmantotas tādas stratēģijas, kas ir vērstas uz nākotni un vairāk uzsver iespējas, nevis problēmas. Tāda ir, piemēram, naratīvā konsultēšana (angl. — *narrative counselling*) un īsā, uz atrisinājumu vērstā konsultēšana (angl. — *briefsolution focused counselling*) (De Shazer, 1985; White & Epston, 1990; Friedman, 1993). Raugoties no šī skatpunkta, ir svarīgi vispirms problēmas uzklaušīt, bet pēc tam koncentrēties uz to, kā grūtības pārvarēt. Viens no šīs pieejas aspektiem ir īpašas izvaicāšanas stratēģijas izmantošana, kas palīdz noteikt stiprās puses, uzsver pozitīvās pārmaiņas un norāda uz iespējamajiem risinājumiem. Tālāk minēti dažādu izvaicāšanas stratēģiju piemēri.

1. Konsultāciju starplaikā notikušo izmaiņu aprakstīšana

Ar šo jomu saistītie jautājumi pievēršas izmaiņām, kas notiek laikā starp konsultācijām. Tiek pieņemts, ka ir notikušas pozitīvas pārmaiņas, un konsultācijā par tām ir jāpastāsta. Šie jautājumi ir jāformulē, par pamatu ņemot pozitīvās gaidas. Piemēram, klientiem netiek jautāts, vai šajā laikā

Sadarbojoties ar klientu, jūs varat viņam palūgt pievērst īpašu uzmanību tam, kā konsultāciju starplaikos viņa problēmas samazinās.

ir noticis kaut kas labs, bet viņi tiek lūgti aprakstīt dažas pozitīvas izmaiņas, ko viņi ir pamanījuši pagājušās nedēļas laikā. Tas pauž pieņēmumu, ka kaut kas labs tiešām ir noticis.

Šo pieeju var papildināt ar mājasdarbu par pozitīvajām izmaiņām. Sadarbojoties ar klientu, jūs varat viņam palūgt pievērst īpašu uzmanību tam, kā konsultāciju starplaikos viņa problēmas samazinās. Piemēram, klienti var būt uztraukti, kad jāzvana darba devējiem. Konsultēšanas gaitā tiek gaidīts, ka uztraukums mazināsies, turklāt rūpīga pārmaiņu uzraudzīšana pozitīvos ieguvumus nostiprina.

2. Stratēģijas, kas palīdzējušas tikt galā citreiz

Klienti, kuriem ir problēmas, bieži tik ļoti uz tām koncentrējas, ka aizmirst, ka šī nav pirmā reize, kad viņiem ir radušās grūtības. Viņi risina vai jau ir atrisinājuši problēmas citās dzīves jomās, un šīs stiprās puses būtu jāuzsver. Piemēram, strādājot ar bēgļiem, esmu pamanījis, ka bezdarbs viņus satrauc mazāk nekā tos klientus, kuri ir mūsu kultūras pārstāvji. Runājot par šo jautājumu, viņi bieži saka: pēc bombardēšanas un bēgļu noņemšanas bezdarbs nav nekāda lielā problēma. Tas, ka viņi ir izdzīvojuši, jau ir liels sasniegums, un viņi ir pārliecināti par savām spējām tikt galā arī ar bezdarbu. Lai gan daudzu klientu stāsti nav tik dramatiski, ikvienam ir pietiekami liela pieredze, kurā balstīties. Ieraugot savu problēmu no cita skatpunkta, cilvēki sāk apzināties, ka viņiem ir ievērojami iekšējie un ārējie resursi, kurus viņi var izmantot.

Viņi risina vai jau ir atrisinājuši problēmas citās dzīves jomās, un šīs stiprās puses būtu jāuzsver.

Klienti, kuriem ir problēmas, bieži ir apmulsuši un nezina, ko iesākt. Domājot par citām problēmām, ar kurām viņi ir saskārušies, viņi var saskatīt arī tos soļus, kas problēmu ir palīdzējuši atrisināt. Dažas no tām stratēģijām, kas noderēja iepriekšējā reizē, var izrādīties noderīgas arī tagad.

Izmantojot šo pieeju, jums jāpalīdz klientiem noteikt situācijas, ar kurām viņi labi ir tikuši galā, un plašāk jāanalizē šie gadījumi, lai konkretizētu lietderīgās stratēģijas.

3. Jautājumi par izņēmumiem

Bieži klienti ir tik dziļi iegrimuši savās problēmās, ka šķiet — viss ir slikti. Tā vietā, lai akceptētu šo drūmo scenāriju, palīdziet viņiem saskatīt tos aspektus, kuros problēma tik ļoti neizpaužas. Piemēram, kāds klients stāstīja, ka visās darba intervijās viņš it kā sasalst un uz jautājumiem atbild stīvi un samāksloti. Viņš varēja pastāstīt ļoti daudz gadījumu, kad tā bija noticis. Noklausījies vairākus piemērus, es lūdzu padomāt par tām

intervijām, kurās viņš bija juties atbrīvotāks. Kaut arī slikto piemēru bija daudz, dažos gadījumos viņš tomēr nebija juties tik sasalis. Palīdzot viņam formulēt pozitīvos piemērus, tika radīts pamats, uz kura balstīt turpmākās pozitīvās pārmaiņas.

Atziņa, ka viņu dzīve nav krāsota tikai melnā krāsā, klientiem ir ļoti svarīga. Šajās „pozitīvajās plaisās” (izņēmumos) viņi var ieraudzīt savas stiprās puses.

Izņēmumu atrašanu var izmantot arī kā mājasdarbu: klienti tiek lūgti analizēt to, kas notiek konsultāciju starplaikā, un pastāstīt par tām situācijām, kurās problēmu nav bijis. Atziņa, ka viņu dzīve nav krāsota tikai melnā krāsā, klientiem ir ļoti svarīga. Šajās „pozitīvajās plaisās”

(izņēmumos) viņi var ieraudzīt savas stiprās puses.

Izņēmumi jāmeklē ne tikai klientam. Arī jūs varat pastāstīt savus novērojumus, it īpaši tad, ja esat pamanījis pretrunas starp klienta uzskatiem un uzvedību. Norādīšana uz klienta stiprajām pusēm var būt labs stimuls pārmaiņām (*Borgen & Amundson, 1996b*).

Norādīt uz stiprajām pusēm var, piemēram, tā:

„Mūsu iepriekšējā sarunā jūs teicāt, ka interviju laikā zaudējat attapību, bet iepriekšējā uzdevumā jums ļoti veikli izdevās nomainīt darbības virzienu, kolīdz pamanījāt, ka izvēlētā taktika neattaisnojas. Manuprāt, tas liecina, ka jūs spējat būt attapīgs.”

Norādot uz novērotajām klienta stiprajām pusēm, ir svarīgi aprakstīt konkrētu uzvedību. Ja formulējums būs pārāk vispārīgs, klientiem jūsu teiktais patiks, bet viņi tam nenoticēs. Jūs noteikti zināt daudzus cilvēkus, kas bārsta komplimentus, taču tie klausītājus neietekmē, jo neatbilst konkrētiem novērojumiem.

4. Jautājumi, izmantojot skalu

Daudzi klienti, raugoties uz savām problēmām, zina, kur vēlas nokļūt, taču nezina, kā to izdarīt. Tēlaini runājot, viņi stāv kalna pakājē un grib sasniegt virsotni, taču savā prātā svārstās un būtībā mīņājas uz vietas. Dažkārt palīdz doma, ka problēmu atrisināšana ir kā ceļojums, kurā ir gan atpūtas vietas, gan grūtības. Mērķa sasniegšanas skala palīdz klientiem noteikt vēlamāko risinājumu, pašreizējā situācijā reāli sasniedzamo risinājumu un risinājumu, kas liecinātu par situācijas pasliktināšanos. Mērķa sasniegšanas skala, kas aprakstīta 2. nodaļas sadaļā „Kopīga konsultēšanas mērķu izvirzīšana”, labi ataino šo procesu: +2 — ideālais gadījums; +1 — saprātīgs mērķis; 0 — pašreizējā situācija; -1 — negatīvs pavērsiens; -2 — pilnīga katastrofa. Skalu var izmantot arī, lai noteiktu klientu sajūtas desmit ballu sistēmā. Var noskaidrot, kā viņš jūtas pašlaik, kā viņš vērtētu savu stāvokli pagājušajā nedēļā, kā viņš vērtē uzlabošanās iespējas nākotnē utt. Esmu konstatējis, ka šādu vērtējumu klientiem ir vieglāk sniegt kustībā. Piemēram, viena telpas siena ir plus desmit, bet pretējā — nulle. Klienti tiek lūgti nostāties tajā skalas punktā, kur viņi atrodas pašlaik, bet pēc tam savu atrašanās vietu mainīt, lai parādītu grūtības pagātnē un vietu, ko viņi grib sasniegt nākotnē.

Mērķa sasniegšanas skala palīdz klientiem noteikt vēlamāko risinājumu, pašreizējā situācijā reāli sasniedzamo risinājumu un risinājumu, kas liecinātu par situācijas pasliktināšanos.

Mērķa sasniegšanas skala palīdz precīzi definēt mērķus un emocijas. Klienti var redzēt savu pašreizējo stāvokli, pēc tam to, kā tas ir mainījies, un pārdomāt iespējamās pārmaiņas nākotnē. Tā ir sava veida eksternalizācija, jo iekšējās problēmas tiek padarītas redzamākas un līdz ar to ir vieglāk tās risināt tieši.

5. Brīnumu jautājumi

Kad cilvēki risina problēmas, viņi parasti skatās uz pagātņi, uz to, kur atrodas pašlaik, un to, ko cer sasniegt nākotnē. Ar šādu lineāru laika uztveri arī problēmu risināšanas pieeja parasti ir vienkārša.

Dažkārt skatījumu der pamainīt. Palūdziet klientus iztēloties (vizualizēt), ka viņi izvirzītos mērķus jau ir sasnieguši. Nelūdziet domāt par mērķiem, kurus viņi cer sasniegt, bet palūdziet iztēloties, ka mērķi jau ir sasniegti (ir noticis brīnums). Formulējot uzdevumu, lūdziet, lai viņi šo sasniegumu aprakstītu visos sīkumos. Palīdziet viņiem kārtīgi iejusties šajā vēlamajā stāvoklī. Tad no pozīcijas, kad mērķis ir sasniegts, viņiem ir jāparaugās atpakaļ un jāsaprot, kam bija jānotiek, lai mērķis tiktu sasniegts. Pārslēdzoties no skatīšanās uz priekšu uz skatīšanos atpakaļ, klienti var nonākt pie jaunām atziņām un labāk novērtēt tos soļus, kas ir veicami no pašreizējā stāvokļa uz to, kuru viņi vēlas sasniegt. Tāpat kā ar iepriekšējiem skalas jautājumiem, klientiem var palīdzēt šīs virzības izspēlēšana konsultāciju telpā, proti, stāvēšana vienā telpas pusē, pāriešana uz otru pusi un pēc tam raudzīšanās atpakaļ. Fiziskā kustība paplašina

*Pārslēdzoties no skatīšanās uz priekšu
uz skatīšanos atpakaļ,
klienti var nonākt pie jaunām
atziņām un labāk novērtēt tos soļus,
kas ir veicami no pašreizējā
stāvokļa uz to,
kuru viņi vēlas sasniegt.*

konsultāciju ar papildu dimensiju un palīdz cilvēkiem koncentrēties uz veicamajiem uzdevumiem. Šo procesu ilustrē Lulina gadījums, kas iekļauts starpkultūru DVD.

Kad klienti iztēlē mērķus ir sasnieguši, viņi bieži vien saprot, ka, iespējams, būs jāpieliek vairāk pūļu, nekā sākotnēji domāts.

Šajā brīdī jums ir jāpalīdz klientiem pārdomāt visus soļus un izvērtēt, vai viņi ir gatavi to uzņemt. Bieži klienti izvirza nereālus mērķus, un šis vingrinājums var palīdzēt viņiem apzināties, ko tas viss prasīs. Dažkārt labāk izvirzīt mazākus mērķus, kas konkrētajā situācijā ir reālistiskāki.

Šī vingrinājuma variantu var izmantot arī, lai palielinātu elastīgumu: pavaicājiēt klientiem, cik dažādu ceļu, viņuprāt, ved uz izvirzītajiem mērķiem. Raugoties uz to šādā griezumā, klienti pamanīs, ka var izvēlēties kādu no vairākiem ceļiem. Mudinot klientus domāt plašāk, jūs palīdzat viņiem sagatavoties negaidītiem šķēršļiem, kas var gadīties turpmākajā ceļā.

Problēmas izstaigāšana

Izstrādājot aktīvās iesaistīšanās pieeju, esmu aptvēris, cik ļoti mēs paļaujamies uz tradicionālo verbālo, mazkustīgo un tāpēc daudz pasīvāko saziņas pieeju. Mēs savā prātā šo palīdzības procesu iztēlojamies kā divus cilvēkus, kuri sēž un sarunājas par problēmām. Šādam formātam ir raksturīga mazāka jauda, un tas samazina iespēju darboties.

Izmantojot dažas no iepriekš aprakstītajām izvaicāšanas pieejām, ir iespējams būt aktīvākiem. Piemēram, brīnumu jautājumu uzdošanu var viegli pārvērst aktivitātē, ko esmu nosaucis par problēmas izstaigāšanu. Sākot šo procesu, palūdziet klientu aiziet vienā telpas malā, koncentrēties uz konkrētu problēmu un to noformulēt. Kad problēma prātā ir skaidri definēta, palūdziet viņu iztēloties situāciju, kad viņam nav jādoma par to, kā virzīties uz priekšu, proti, iztēloties, ka problēma ir jau atrisināta. Šajā brīdī „notiek brīnums” un klientam ir jāaiziet uz otru telpas malu — atrisinātās problēmas zonu (brīnums ir noticis) —, kur viņš var priecāties par sasniegto atrisinājumu. Kad viņš to ir izdarījis un ir pieņēmis šo alternatīvo skatījumu uz problēmu, palūdziet viņu paraudzīties atpakaļ uz vietu, kur viņš bija sākumā. Kam bija jānotiek, lai viņš sāktu virzīties uz atrisinātās problēmas pusi? Kādu padomu viņš varētu dot, raugoties no pašreizējā skatpunkta? Dažkārt palīdz tas, ja konsultants ar klientu iet kopā un kartē dažādos šķēršļus, kurus būs jāpārvar, un pārrunā, kas būtu jādara, lai tas īstenotos dzīvē.

Problēmas izstaigāšanu var dažādi papildināt. Kāda konsultante izmantoja drēbju pakaramo, kuru problēmas zonā nolika klientam priekšā kā šķērslī, savukārt atrisinājuma zonā tika novietots zaļš augs, kas simbolizēja jauno situāciju. Citi konsultanti ar klientiem ir staigājuši pa koridoru vai izgājuši ārā un kāpuši nelielos uzkalnos. Klienta pieredzi var nostiprināt arī tas, ka tiek lietota metafora par kāpšanu kalnā. Stāvot uzkalna galā, viņam paveras plašāks skats un viņš var ieraudzīt, ka uz virsotni ved vairāki ceļi.

Vēl viena nodarbība, kas paredz fizisku kustību, ir saistīta ar mērķu sasniegšanas skalu (sk. iepriekš). Konsultants paskaidro, ka viena telpas siena ir „plus desmit”, bet otra — „nulle”. Tad klientam ir jāaiziet uz to telpas vietu, kas vislabāk atspoguļo viņa pašreizējo stāvokli. Viņš var izmantot arī laika dimensiju, lai parādītu, kur atradās iepriekš un kur gribētu nonākt noteiktā brīdī nākotnē.

Manu doktorantu grupa (*Murad, Regehr, McLean, & Zhu, 2015*) problēmas izstaigāšanu mazliet pārveidoja, izveidojot „Prāta pastaigas vingrinājumu”. Par teorētisko pamatu viņi ņēma Gregorija Beitsona un Roberta Diltsa darbu (*Bateson & Dilts, 2014*). Pārveidotajā vingrinājumā viņi izmanto skalu un liek cilvēkiem uz iecerēto karjeru paraudzīties no dažādiem skatpunktiem (skalas līmeņiem), lai iegūtu par to lielāku skaidrību.

Sākumā dalībnieki tiek aicināti izvēlēties karjeras virzienu, kuru viņi vēlētos izpētīt, un tad, izmantojot skalu no 1 līdz 10, novērtēt, cik liela ir skaidrība par šo karjeru. Balstoties uz to, viņi pēc tam iet uz dažādiem skatpunktiem. Pirmais solis ir saistīts ar vidi (telpa un laiks). Dalībnieki tiek aicināti iztēloties, ka viņi ir nogādāti vēlamajā karjeras situācijā kādā nākotnes brīdī, tāpēc ir jāiedomājas atrašanās vieta, laika nogrieznis (cik tālā nākotnē viņi atrodas) un tas, kāda ir jaunā vide. Otrajā solī viņiem ir konkrētāk jādomā par to, ko viņi šajā jaunajā vidē dara. Kādas prasmes viņi tur izmanto, kā mijiedarbojas ar citiem, ko domā un kā jūtas? Trešais solis ir abstraktāks un ir saistīts ar vērtībām un esības izjūtu. Cilvēki tiek aicināti nodoties refleksijai par to, kas viņu dzīvē ir svarīgs un kā viņi ir sasnieguši jēgas un mērķa izjūtu. Pēdējais solis ir saistīts ar garīgumu, un cilvēkiem jāpārdomā, kādu labumu viņi sniedz pasaulei. Tē uzmanība ir pievērsta aicinājumam, saziņai ar Dievu un garīgiem mērķiem.

Šajā vingrinājumā īpaši interesanti ir tas, ka skatpunkta maiņa nenotiek tikai vienā virzienā. Cilvēki tiek mudināti iziet visus četrus soļus, tad pa šiem soļiem atgriezties sākumpunktā un, izmantojot tās zināšanas, kuras viņi ir ieguvuši augstākos līmeņos, pārdomāt iepriekšējos priekšstatus. Šāda virziena maiņa bieži palīdz labāk izprast situāciju.

Fizisko darbību priekšrocība ir tā, ka klienti problēmas var sajukt gan ar ķermeni, gan prātu. Tas palīdz daudz ko konkretizēt un piedzīvot problēmas pavisam citādi. Tas arī palīdz šai pieredzei labāk iegulties atmiņā jeb, kā saka Melkolms Gledvels, — aizķerties (*Gladwell, 2000*). Pētījums (tiks aplūkots vēlāk), kurā vērtējām dažu šo aktivitāšu iedarbību, liecina, ka problēmas izstaigāšana ir ļoti nozīmīgs vingrinājums.

Izvaicāšanas otrā kārta

Izvaicāšanas otrās kārtas metodi sāku izstrādāt, kad veicu kādu darbu saistībā ar pamatotās teorijas intervēšanas pieeju (angl. — *grounded theory interviewing approach*) (Strauss & Corbin, 1990). Saskaņā ar šo pētījuma organizācijas formu informācija tiek apkopota no vairākiem atšķirīgiem avotiem, par pamatu ņemot cilvēku piedzīvoto pieredzi. Pats intervijas process ir gan sistemātisks (sīki izstrādāts un secīgs), gan radošs. Tas induktīvi virzās no konkrētiem gadījumiem uz vispārīgākiem teorētiskiem priekšstatiem. Kopā ar klientu izstrādātā teorija atbilst novērotajai realitātei, un to var izmantot dažādos kontekstos.

Pievērsoties pašai izvaicāšanas procesa būtībai, es sapratu, ka šis process var kļūt par noderīgu konsultēšanas rīku. Es arī ieraudzīju, ka

Izvaicāšanas otrā kārta ir efektīvs un pārliecinošs paņēmiens, kā izpētīt un pārbaudīt uzskatus sadarbīgās attiecībās.

uzdotie jautājumi veido noteiktu struktūru. Šo jautājumu virkni es saucu par izvaicāšanas otro kārta. Otrā kārta nozīmē to, ka padziļināti tiek pētīta noteikta tēma. Intervētājs ar šādu secīgu jautājumu virkni cenšas padziļināti analizēt sākotnēji iegūto informāciju.

Jebkuram stāstam ir daudz aspektu, kurus var izvērst plašāk. Konsultēšanas procesā ir svarīgi nolemt, kuras stāsta daļas ir jāizpēta sīkāk. Prasmīgi konsultanti spēj izvērtēt dažādos stāsta elementus un svarīgākajos brīžos palūgt papildu informāciju. Tam ir vajadzīga intuīcija, teorētiskās zināšanas un pieredze.

Šai izvaicāšanai ir noteiktas vadlīnijas, kas attiecas gan uz konsultēšanas kontekstu, gan uz izmantojamajām prasmēm. Jautājumi ir jāuzdod sadarbības garā, nevis kā nopratināšanā. Konsultantam pārejot no vienas tēmas pie otras, ir svarīgi to skaidri pateikt, un procesam ir jābūt

vienmērīgam. Vajadzētu ļauties intuīcijai un jautājumus izmantot tikai kā vispārīgas vadlīnijas. Tāpat kā citos konsultēšanas veidos, arī šeit ir svarīgas konkrētas atbildes un tādu prasmju izmantošana sapratnes pārbaudei kā precizēšana, pārfrāzēšana, empātija, rezumēšana un procesa novērošana. Jebkuri secinājumi ir jāuzskata par pagaidu secinājumiem.

Diskusijas laikā klients izteiks dažādas idejas. Viens no konsultanta uzdevumiem ir noskaidrot, kuras idejas būtu jāizpēta pamatīgāk. Kad viena šāda ideja ir identificēta, tiek izmantoti tālāk aprakstītie izvaicāšanas otrās kārtas soļi.

1. Pierādījumi (apstiprinošais un noliedzošais)

Pirmajā solī jāmēģina saprast, kāds domu gājiens ir konkrētās idejas pamatā. Piemēram, klients jūt, ka netiek galā ar spriedzes situācijām. Šī problēma ietekmē gan viņa spēju atrast darbu, gan izaugsmi darbavietā. Konsultants viņa viedokli neapstrīd, bet mēģina saprast, kā viņš līdz šim secinājumam ir nonācis. Vispirms viņš cenšas to izprast, prasot piemērus, kuri klienta teikto apstiprina (pierādījumi). Rūpīgi ieklausīties sniegtajā informācijā, konsultants lūdz klientam minēt piemērus, kuri ar izteikto viedokli ir pretrunā. Šī izvaicāšana līdzinās tai, ko sadaļā „Izvaicāšana, uzsverot iespējas” aprakstījām kā jautājumus par izņēmumiem.

2. Attīstības gaita

Pēc pierādījumu izskatīšanas saruna pievēršas klienta uzskatu attīstības gaitai. Kad viņš pirmo reizi izdarīja šādu secinājumu, kā tas ir attīstījies, un kādu viņš redz notikumu attīstību nākotnē? Šīs informācijas strukturēšanai labi var noderēt laika līnija. Turpinot iepriekš minēto piemēru, jautājumi varētu būt šādi: „*Kad jūs pirmoreiz nodomājāt, ka netiekat galā ar spriedzes situācijām (kas notika, ko jūs domājāt un kā jutāties)?*”, „*Kā laika gaitā tas ir mainījies?*” un „*Vai, skatoties nākotnē, jūs paredzat kādas izmaiņas?*”

3. Citu skatījums

Šajā posmā tiek aplūkoti klientam svarīgie cilvēki (ģimene, draugi, kolēģi) un viņu viedoklis par šo situāciju. Kādā ziņā viņu uzskati sakrīt, un kas atšķiras? Svarīgi ir arī tas, kā cilvēks reaģē uz citu skatījumu, t. i., uz to, ko viņi domā un jūt un kā rīkojas. Vēl viens jautājums, ko es labprāt uzdošu, ir: „Ko par šo situāciju teiktu kāds novērotājs no malas?” Piemēra par grūtībām izturēt spriedzi varētu būt runa gan par tādiem, kas šim viedoklim piekrīt, gan par tādiem, kas tam nepiekrīt. Atkal tiek meklētas skatījumu atšķirības, kādi citi viedokļi, kas varētu būt objektīvāki un patiesāki. Jautājums par novērotāju no malas pievērš uzmanību rīcībai un attieksmei, ko atspoguļo problemātiskā situācija.

4. Ietekme

Pirmie trīs jautājumi ļauj situāciju izpētīt un pārdomāt. Šajā procesā tiek mēģināts kādus uzskatus apšaubīt un piedāvāt alternatīvu skatījumu. Tālāk klients tiek lūgts pārdomāt, kā viņa uzskati ietekmē personisko dzīvi un darbu. Vai viņš ir apmierināts ar šo situāciju, un vai viņš nevēlētos to mainīt? Nākamais solis būs rīcības plāna izstrāde.

Izvaicāšanas otro kārtu var izmantot saistībā ar vairākām tēmām. Iepriekš minētais piemērs pievēršas personības aspektam, taču šo procesu var izmantot arī attiecībā uz karjeras izvēli. Piemēram, cilvēks uzskata, ka viņam vajadzētu studēt dabaszinātnes. Šo izvēli var tālāk izpētīt, uzdodot šādus jautājumus: „*Kāpēc jūs domājat, ka dabaszinātnes ir labākā izvēle? .. Vai jūs šaubāties par savu izvēli? .. Kad jūs pirmoreiz iedomājāties, ka varētu nodarboties ar dabaszinātnēm? .. Ko citi domā par jūsu izvēli? .. Kā tas ietekmēs jūsu turpmāko dzīvi?*”

Izvaicāšanas otrā kārtā ir efektīvs un pārlicinošs paņēmieni, kā izpētīt un pārbaudīt uzskatus sadarbīgās attiecībās. Jautājumi var tikt uzdoti gan formālā, gan neformālā stilā. Uzkrājoties pieredzei, šie jautājumi var kļūt par neatņemamu konsultēšanas procesa sastāvdaļu.

Vispusīga karjeras izpēte

Daudzi cilvēki tiek ierauti karjeras straumē bez iespējas kārtīgi veikt karjeras izpēti. Viņi nav tam veltījuši laiku un nav atraduši iespēju izprast sevi, izanalizēt savu pasauli un izpētīt mainīgo darba tirgu. Strādājot ar klientiem bezdarbniekiem, esmu konstatējis, ka bezdarba periodam ir arī savas labās puses. Vairums cilvēku šo pieredzi negribētu atkārtot, taču viņi ir atzinuši, ka vispusīga personiskās karjeras un darba tirgus izpēte ir bijusi ļoti noderīga.

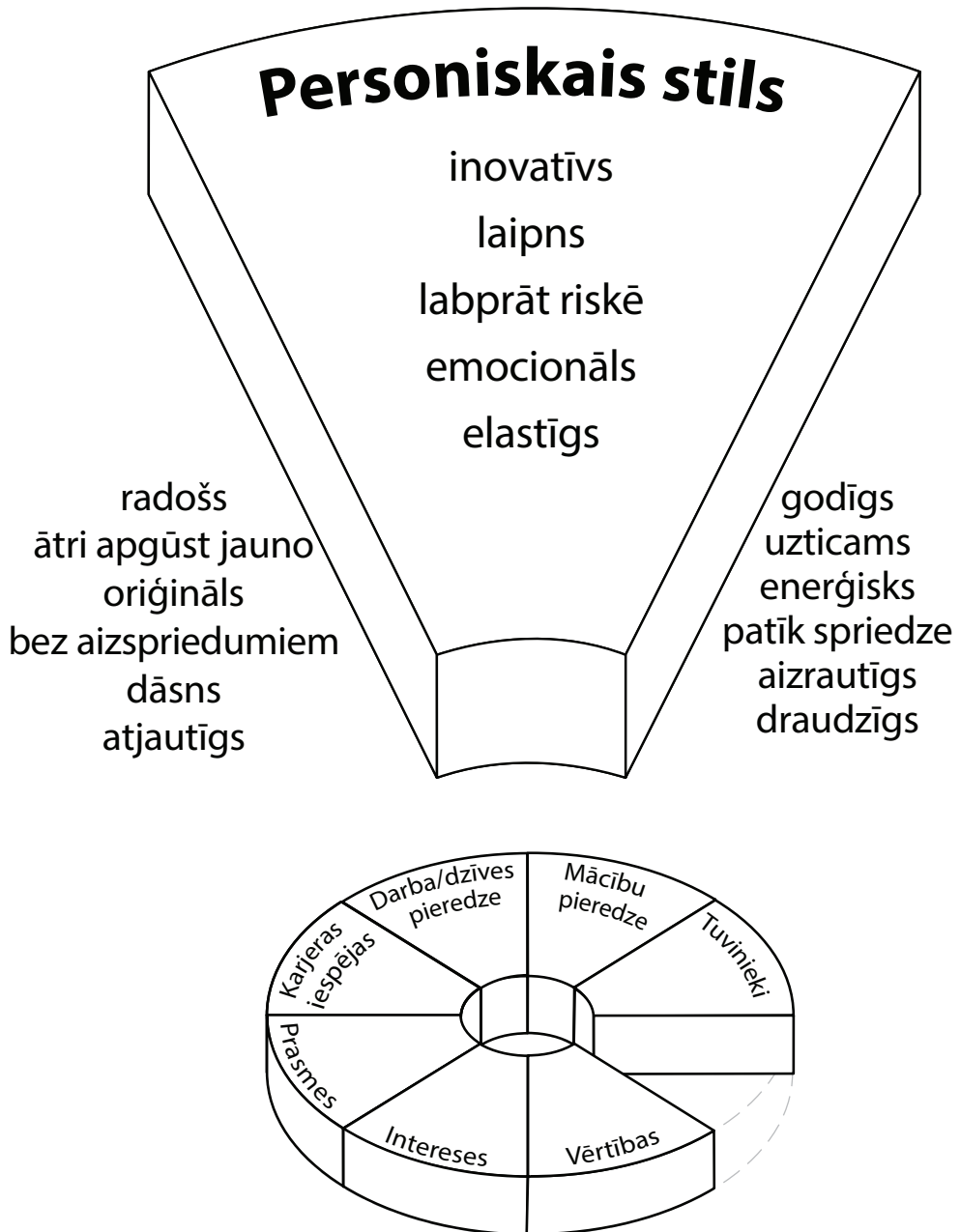
*Vairums cilvēku ir atzinuši,
ka vispusīga personiskās
karjeras un darba
tirgus izpēte
ir bijusi ļoti noderīga.*

A. Karjeras ceļi (īsais variants), karjeroskops

Viens no rīkiem, kas klientiem ir palīdzējis veikt karjeras jautājumu izpēti, ir iepriekš aplūkotais ritenis (sk. 2. attēlu). Šajā modeli tiek atzīts, ka, lai varētu izvirzīt karjeras mērķus, ir nepieciešama informācija par dažādām iekšējām un ārējām jomām. Šī sistemātiskā pieeja ir izmantota arī karjeras izpētes darba burtņīcā „Karjeras ceļi” (*Career Pathways*), kurā iekļautas vairākas kvalitatīvās vērtēšanas aktivitātes, kas attiecas uz katru riteņa segmentu (*Amundson & Poehnell, 2004*). Saistībā ar personību tur ir aktivitātes par interesēm, vērtībām, prasmēm un personisko stilu, bet saistībā ar ārējo ietekmi ir aktivitātes par tuvinieku uzskatiem, iegūto izglītību, darba un brīvā laika pieredzi, kā arī darba tirgu. 8. attēlā redzams, kā varētu izskatīties aizpildīts riteņa segments, šajā gadījumā — personiskā stila segments.

Šajā piemērā klients ir identificējis vairākas svarīgas personiskās iezīmes. Svarīgākās ir parādītas diagrammas centrā, bet pārējās pa malām. Visu riteņa segmentu attēlojums kopā veido iespaidīgu vizuālo tēlu.

8. attēls. Riteņa segments



Kvalitatīvajai vērtēšanai ir vairākas priekšrocības:

a) kvalitatīvā vērtēšana parasti nav tik formāla un ļauj konsultantam to izmantot elastīgāk nekā standartizētos testus; b) kvalitatīvās metodes aktīvāk iesaista klientu pašizpratnes veidošanā un ļauj ātrāk un tiešāk nonākt pie mijiedarbības ar konsultantu; c) kvalitatīvās metodes parasti neaprobežojas ar iepriekš noteiktām skalām un punktu skaitīšanas kategorijām, tāpēc to interpretēšana un apspriešana ir brīvāka, vispusīgāka un ļauj nonākt pie atšķirīgiem secinājumiem. (Goldman, 1992, 616. lpp.)

Lai gan es lielā mērā piekritu šiem Leo Goldmena apgalvojumiem, manuprāt, noderēt var arī daži papildu standartizētie testi, jo īpaši attiecībā uz prasmju (dotību) vērtēšanu.

Dalībnieki, kas strādā saskaņā ar programmu „Karjeras ceļi”, var izpildīt dažas vai visas darba burtnīcā iekļautās kvalitatīvās vērtēšanas aktivitātes. Atsevišķus uzdevumus konsultants var papildināt ar citiem kvalitatīvajiem paņēmieniem vai standartizētajiem testiem. Es pats parasti izmantoju tādus papildu materiālus kā Džona Holanda tests (*Holland*, 1994), MBTI personības tests (*Myers & Briggs*, 1993) un personiskā stila aptauja (*Amundson*, 1999).

Analizējot katru riteņa segmentu, ir svarīgi atzīt cilvēka unikalitāti. Vienam svarīgākās būs personiskās vērtības, bet citam — tuvinieku vērtējums. Lai saprastu klienta unikālās iezīmes, varat palūgt viņam izveidot savu riteni, izmantojot neizpildītu sagatavi (katra segmenta izmēru nosaka klients). Kā vizuālais palīgīdzeklis noder arī savu rezultātu pārnešana uz lielo riteni, kas uzzīmēts uz papīra tāfeles, vai arī segmentu izgriešana un sakārtošana aplī uz lielas papīra lapas.

Ir izveidota arī īsāka programmas „Karjeras ceļi” versija — „Karjeras ceļi: īsais variants” (*Career Pathways: Quick Trip*) (*Amundson & Poehnell*, 2008). Šī pielāgotā programma koncentrējas uz dažiem būtiskiem

sākotnējās programmas elementiem un izmanto personiskās karjeras izpētes riteni.

Programma „Karjeroskops” (*CareerScope*) ir paredzēta skolēniem, un tās materiāli lielākoties ir adaptēti no programmas „Karjeras ceļi” (*Amundson, Poehnell, & Pattern, 2005*). Liela uzmanība šajā programmā ir veltīta darbu mapes sagatavošanai. Skolēniem tiek mācīts, kā izveidot darbu mapi: viņiem jāapkopo savu sasniegumu apliecinājumi, jāizpēta savu artefaktu (pierādījumu) nozīme, jāizvirza nākotnes mērķi un jāsagatavo darbu mapes pārskats, kurā atspoguļotas viņu prasmes, attieksme un sasniegumi. Balstoties uz šo informāciju, viņiem daži darbu mapes pārskatā minētie pierādījumi ir jāapraksta saskaņā ar biheiviorālās intervijas struktūru (situācija, uzdevums, darbība, rezultāts).

B. „Atbalsta aplī”

„Atbalsta aplī” (*Guiding Circles*) ir vispusīga karjeras programma, kas izveidota Kanādas pirmiedzīvotājiem (*McCormick, Amundson, & Poehnell, 2006; Poehnell, Amundson, & McCormick, 2006*). Pirmais „Atbalsta aplī” buklets ir veltīts sevis izpratnei, otrais — jaunu iespēju atrašanai. „Atbalsta aplī” izmantotā karjeras un dzīves plānošanas pieeja ir cieši saistīta ar konkrētiem šīs kultūras diktētiem nosacījumiem.

Karjeras attīstīšanas process tiek organizēts, vadoties no uzskata par dažādu notikumu savstarpējo saistību un ietekmi. Vairumā Kanādas pirmiedzīvotāju kultūru ir uzsvērtā saikne starp ģimenes locekļiem, kopienu, fizisko vidi un Radītāju (*Ross, 1992*). Liela nozīme ir veselības un dzīves līdzsvaram, kas attēlots dziedniecības aplī (intelektuālā, fiziskā, emocionālā un garīgā veselība). Par ļoti svarīgām tiek uzskatītas lomas un pienākumi ģimenē un kopienā, kā arī kopienas vērtības. Tiek pieņemts, ka cilvēki piedzimst ar īpašiem talantiem, un katrs cilvēks tiek novērtēts par viņa neatkārtojamo devumu ģimenei un kopienai (*McCormick & Amundson, 1997*).

Balstoties uz šiem Kanādas pirmiedzīvotāju karjeras pieņēmumiem, tika piedāvāts jauns karjeras un dzīves plānošanas modelis (*McCormick & Amundson, 1997*). Saskaņā ar to karjeras mērķu izvirzīšana nav tikai individuālā atbildība. Izšķiroši svarīga ir ģimenes un kopienas locekļu ietekme, un tā kļūva par neatņemamu konsultēšanas procesa sastāvdaļu.

***Izšķiroši svarīga ir ģimenes un
kopienas locekļu
ietekme, un tā kļūva
par neatņemamu
konsultēšanas procesa sastāvdaļu.***

Ritenis (sk. 2. attēlu) tika pielāgots, un tajā tika ietverti šādi elementi: a) talanti, dotības un prasmes; b) intereses; c) personiskais stils / gars; d) vērtības, jēga; e) līdzsvars (garīgās, fiziskās, emocionālās un intelektuālās vajadzības); f) mācības; g) darbs, dzīves lomas jeb pienākumi; h) darba kontakti.

Pirmā „Atbalsta aplū” bukleta pamatā ir Kanādas pirmiedzīvotāju karjeras aplū aizpildīšana. Lai to izdarītu, dalībniekiem ir jāpēta kontakti, jāstāsta karjeras un dzīves stāsti, jāmeklē sakarības, jāpārbauda vērtības, jānosaka un jāanalizē mīļākās nodarbes, jāstrādā ar dziedniecības apli un jāapkopo informācija no ģimenes un draugiem. Šis karjeras ceļojuma daļas beigās tiek formulēti trīs pakāpieni — redzējums, lēmumi un rīcība.

Otrais „Atbalsta aplū” buklets mudina identificēt un izpētīt plašākas karjeras iespējas. Darba burtnīca ir balstīta uz pirmās darba burtnīcas karjeras un kontaktu apli. Uzmanība ir pievērsta arī uzņēmējdarbībai un speciālistu intervēšanai. Plašāk ir aplūkota lēmumu pieņemšanas un rīcības plānošanas tēma, un klienti tiek mudināti meklēt alternatīvus problēmu risināšanas veidus.

Ir pierādījies, ka programma „Atbalsta aplū” ir ļoti efektīvs un lietderīgs karjeras instruments. Kanādā un Austrālijā par šo tēmu tiek rīkoti semināri. Programmas materiāli ir izmantojami darbā ar visdažādākajiem cilvēkiem dažādos apstākļos. Piemēram, Kanādā vairākas izglītības pārvaldes karjeras attīstīšanas pieeju balsta uz šo procesu.

Lai labāk izprastu un izskaidrotu savu pieredzi ar programmu

„Atbalsta aplī”, mēs ar Greju Poinelu (*Gray Poehnell*) sarakstījam grāmatu „Cerību pilnā iesaistīšanās” (*Hope-Filled Engagement*, 2011). Šīs grāmatas ievadā mēs apliecinām, ka „Atbalsta aplī” pieeja var tikt izmantota darbā ar daudz plašāku klientu loku. Dažas cilvēku grupas, uz kurām to varētu attiecināt, ir šādas:

- cilvēki, kuri neiederas tradicionālajā skolas vai darba vidē vai kurus biedē tradicionālā karjeras konsultēšana;
- cilvēki, kuri nāk no citas kultūras nekā vairums Ziemeļamerikas iedzīvotāju;
- cilvēki ar zemu pašcieņu;
- cilvēki, kuri vairs neredz dzīvei jēgu;
- cilvēki, kuri neapzinās savu karjeras potenciālu.

Cerību pilnās iesaistīšanās pieejai raksturīgi stingri karjeras attīstības principi un holistisks pasaules redzējums, kas aptver garīgumu, savstarpēju mijiedarbību, kopienas, vērtības un dzīves līdzsvaru. Tiek uzsvērtā stāstu stāstīšana, radošums, inovācijas un praktiska, jēgpilna iesaistīšanās.

C. Citas programmas

Ir arī vairākas citas plašas karjeras izpētes programmas. Piemēram, Deivs Redekops, Berijs Dejs, Kriss Magnusons un Kerola Dērnforda (*Redekopp, Day, Magnusson, & Durnford*, 1993) padziļinātās intervijās palīdz klientiem izveidot karjeras pašportretu. Donalds Supers un viņa kolēģi (*Super, Osborne, Walsh, Brown, & Niles*, 1992) izmanto karjeras attīstības vērtēšanas un konsultēšanas modeli (angl. — *career-development assessment and counselling model*). Šai pieejai raksturīga spēcīga attīstības komponente, un tā ir balstīta uz vairākiem standartizēto testu komplektiem. Visās minētajās sistēmās karjera tiek pētīta visaptveroši un sistemātiski.

Padziļināta stāstu izpēte

Karjeras izpētes modeļos „Karjeras ceļš” un „Atbalsta aplis” sākumā tiek gūts visaptverošs priekšstats, izmantojot riteni vai apli, un pēc tam tiek aplūkotas konkrētas darbības. Cita karjeras izpētes pieeja paredz vispirms aplūkot konkrētus gadījumus un tad pāriet pie plašāka skatījuma. Lai šo pāreju atvieglotu, var sākt ar detalizētu situācijas aprakstīšanu un tad veikt vadītu izvaicāšanu, kas atvieglo iegūtās informācijas analizēšanu un, galu galā, arī izmantošanu. Šī pēdējā pieeja ir izstrādāta, balstoties uz Ričarda Janga, Eltona Bekera un Keneta Paika darbu par retoriku (*Young, Becker, & Pike, 1970*). Viņi izstrādāja izvaicāšanas sistēmu, kas balstīta uz skatījuma maiņu, un izmantoja šo pieeju, lai izprastu nebijušas situācijas. Tālāk parādīti trīs veidi, kā šo padziļināto izpētes pieeju izmantot.

A. Struktūras noteikšanas vingrinājums

Struktūras noteikšanas vingrinājums (SNV) ir balstīts uz pieņēmumu, ka rūpīga pieredzes analīze atklāj rakstura struktūru. Šī struktūra ir unikāla un ir balstīta katra cilvēka dzīves pieredzē. Lai tas būtu saprotamāk, padomāsim, kā cilvēki sāk nodarboties ar tādu sporta veidu kā teniss. Vairāki cilvēki apgalvo, ka viņus interesē šis sporta veids, un, tikai noskaidrojot katra

Rūpīga pieredzes analīze atklāj rakstura struktūru. Šī struktūra ir unikāla un ir balstīta katra cilvēka dzīves pieredzē.

pieredzi, var pamanīt atšķirības. Vienam cilvēkam tenisa spēlēšana ir sabiedriska nodarbe jeb iespēja pabūt kopā ar citiem draudzīgā un labvēlīgā gaisotnē. Aprakstot savu pozitīvo un negatīvo pieredzi, viņi, bez šaubām, uzsvērs kādus no patīkamajiem komunikēšanas

brīžiem gan tenisa kortā, gan ārpus tā. Cita cilvēka pieredze būs atšķirīga, un viņam svarīgāks varētu būt sacensības moments. Vēl kādam svarīgākais būs fiziskais treniņš. Lai gan visus šos cilvēkus vieno interese par tenisu,

katram ir citas ar to saistītās vajadzības un skatījums. Šī skatījuma un vajadzību izpratne ļauj labāk saprast arī tos uzskatus, kuri tieši attiecas uz karjeras izvēli, darba meklēšanu un apmierinātību ar darbu.

Ar šo metodi var analizēt visdažādāko pieredzi. Esmu secinājis, ka vislabāk ir sākt ar tādām jomām, kas cilvēkiem īpaši nesaistās ar tradicionālo karjeras izpēti. Par to cilvēki stāsta ļoti labprāt un atklāti. Bieži labs sākumpunkts ir vaļasprieks. Tas ļauj viegli sākt sarunu, un tā norit gludi. Protams, vienā vaļasprieka veidā neatspoguļojas visa rakstura struktūra. Lai varētu veikt visaptverošu analīzi, būtu jāapkopo pieredze vairākās jomās, tādās kā darbs, izglītība, garīgā pieredze, ģimenes dzīve utt.

Tālāk redzami struktūras noteikšanas vingrinājuma izvaicāšanas soļi (*Amundson, 1995b*).

1. Palūdziet klientu iedomāties kādu konkrētu nodarbi; to var izvēlēties no dažādām jomām. Kad nodarbe ir definēta, palūdziet atsaukt atmiņā konkrētu reizi, kad tā sagādāja lielu prieku, un reizi, kad tā nebija tik patīkama.
2. Ļaujiet klientam detalizēti aprakstīt gan pozitīvo, gan negatīvo pieredzi. Lai iegūtu pēc iespējas pilnīgāku notikumu aprakstu, varat uzdot kādus jautājumus. Pajautājiet par iesaistītajiem cilvēkiem, jūtām, domām, grūtībām, panākumiem un motivāciju. Kas atšķir pozitīvo dinamiku no negatīvās? Atkarībā no situācijas jautājumu loku var paplašināt, ietverot arī kontekstuālus jautājumus. Pajautājiet, kā, laikam ejot, viņa interese ir attīstījusies un kā viņš to redz nākotnē. Klausoties stāstu, konsultants var dzirdēto pierakstīt vai nu uz papīra tāfeles, vai uz lielas papīra lapas, kas klientam ir labi redzama. Šī informācija būs analīzes pamatā, tāpēc ir svarīgi visu teikto pierakstīt. (Parasti es neatbalstu pierakstu veikšanu konsultāciju laikā, un varbūt ir vērts to pirms tam apspriest, lai nerastos neskaidrības.) Veiktajiem pierakstiem ir jābūt labi redzamiem gan no klienta, gan no konsultanta skatpunkta.

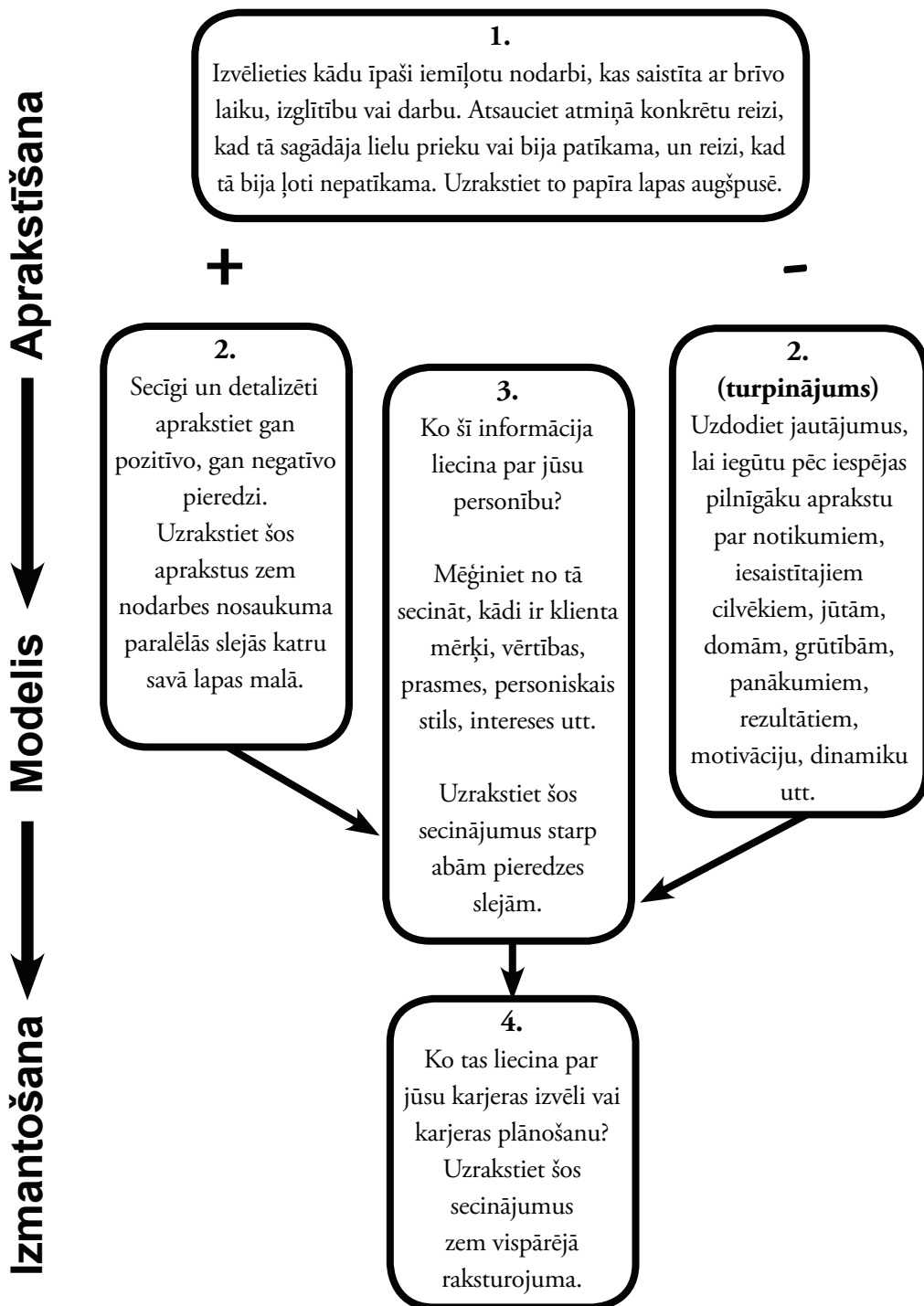
3. Pēc tam lūdziet klientu padomāt, par kādiem rakstura struktūras elementiem apkopotā informācija liecina. Atbalstot un iedrošinot, ļaujiet klientam atrast sakarības. Pajautājiet, ko dažādi informācijas aspekti liecina par klientu — par viņa mērķiem, vērtībām, dotībām, personisko stilu, interesēm (sk. riteni). Šajā posmā jūs varat paust savu ieskatu. Jūsu teiktajam vajadzētu izskanēt drīzāk kā minējumam, nevis apgalvojumam, un tam vajadzētu būt nepārprotami saistītam ar klienta komentāriem. Tā var būt lieliska iespēja panākt klienta atieksmes maiņu, tomēr ir svarīgi nepazaudēt klienta izteikto domu.

4. Kad tēmas ir noteiktas, pārejiet pie iegūtās informācijas izmantošanas. Tāpat kā iepriekš, vispirms ļaujiet runāt klientam un tad izsakiēt savus komentārus. Te galvenais ir tas, kā personiskā informācija ir saistīta ar karjeras izvēli un rīcības plānošanu.

Šo procesu var parādīt kā shēmu (sk. 9. attēlu), kur ir skaidri redzama virzība no gadījuma aprakstīšanas uz struktūras noteikšanu un iegūtās informācijas izmantošanu.

Lai struktūras noteikšanas vingrinājuma metodi ilustrētu, iedomāsimies jaunu vīrieti, kurš strādā par automašīnu pārdevēju, taču ar pārdošanu viņam neveicas. Darbs jaunietim tīri labi patīk, bet tas nesekmējas. Stāstot par saviem vaļaspriekiem vīrietis pieminēja tenisu. Viņš atcerējās patīkamu gadījumu, kad, spēlējot pret ļoti labu partneri, viņš bija uz viņa. Sitieni bija stingri gan no ērtās, gan neērtās puses. Saistībā ar negatīvo pieredzi viņš pastāstīja par citu reizi, kad bija spēlējis slikti. Viņš bija servējis pārāk spēcīgi, un bumbiņa bieži netrāpīja laukumā. Analizējot šo situāciju, kļuva skaidrs, ka viņš koncentrējās uz tehnisko meistarību, nevis punktu iegūšanu vai uzvaru mačā. Tas lielā mērā līdzinājās jaunieša pieredzei tirdzniecībā — viņam patika tikties ar cilvēkiem un iesaistīties pārdošanas procesā, bet viņam bija grūti noslēgt darījumu. Viņš tik ļoti koncentrējās uz informācijas sniegšanu klientam, ka līdz nākamajam solim netika. Šis gadījums raisa interesantu jautājumu: „Vai viņš var mainīties?” Lai gan struktūru mainīt ir ļoti grūti, tas nav neiespējams. Šajā gadījumā jaunietim bija jātrenējas īstenot pārdošanas pēdējo posmu. Kādu laiku tas izdevās,

9. attēls. Struktūras noteikšanas vingrinājums



taču patiesībā viņu interesēja kas cits un viņš atsāka izglītības iegūvi, lai iegūtu grādu izglītības zinātnē. Tomēr, pat iegūstot izglītību, bija svarīgi iemācīties „noslēgt darījumu” — panākt, lai klienti (skolēni) būtu gatavi sadarboties, — un viņš turpināja iet uz šo mērķi.

Struktūras noteikšanas vingrinājuma izmantošanai karjeras izpētē ir vairākas priekšrocības. Redzamākā ir tā, ka interešu, vērtību utt. noskaidrošanai pietiek ar vienu procedūru — tās nav jāpēta atsevišķi. Izvaicāšanā iegūtā informācija ir uzticama, jo tā ir balstīta dzīves pieredzē un tās interpretāciju klients ir apstiprinājis. Izmantojot šo pieeju, klienti tiek iesaistīti darbībā, kas ne tikai rada priekšstatu, bet arī iemāca nemitīgi analizēt. Pozitīvas atsauksmes par šo pieeju ir saņemtas no visdažādākajiem klientiem. Bieži komentāri apliecina šīs aktivitātes pārsteidzoši spēcīgo ietekmi. Ja vēlaties par šo procedūru uzzināt ko vairāk, noskatieties dažas gadījumu izpētes, kas iekļautas *DVD*.

Struktūras noteikšanas vingrinājuma trūkums ir tā atkarība no klientu sniegtā apraksta un analīzes. Šī procesa efektivitāte savā ziņā ir atkarīga gan no klienta, gan konsultanta kognitīvajām spējām.

Šo aktivitāti ilustrē vairāki piemēri gan tajā *DVD*, kurš veltīts starpkultūru jautājumiem, gan tajā, kurā ir runa par dzīves ciklu. Tā ir ļoti iedarbīga konsultēšanas aktivitāte, un es to izmantoju dažādās situācijās. Tā norāda uz galvenajām dzīves un karjeras struktūrām, un šo informāciju var izmantot turpmākajā izpētē un lēmumu pieņemšanā.

B. Stipro pušu aplis

Stipro pušu aplī tiek izmantoti daudzi struktūras noteikšanas vingrinājuma elementi, jo īpaši tas sakāms par sākotnējo iemīļotās nodarbes aprakstīšanu. Atšķiras šīs informācijas interpretēšana, proti, to analizē un interpretē nevis pats stāstītājs, bet citi. Šajā ziņā tas ir īsts „atvēziena” vingrinājums, kas paredzēts pašcieņas celšanai. Šī aktivitāte ir īpaši piemērota grupas darbam.

Nodarbības vadītājs uzaicina kādu brīvprātīgo no grupas iznākt priekšā un pastāstīt par savu iemīļoto nodarbi. Tas norisinās līdzīgi kā struktūras noteikšanas vingrinājumā, un stāstītājs tiek izvaicāts par reizi, kad viss gāja gludi, un citu reizi, kad radās grūtības. Pārējie grupas dalībnieki tiek aicināti sasēsties ap stāstītāju un uzmanīgi novērot sarunu. Sarunas beigās arī viņiem tiek dota iespēja uzdot papildu jautājumus. Tad nodarbības vadītājs paņem papīra lapu un tās centrā uzraksta lielu burtu S. Tas apzīmē tikko izstāstīto „stāstu” un arī „stiprās puses”, par kurām ir liecinājis šis stāsts. Grupas dalībniekiem ir jādomā, kādas stiprās puses viņi ir novērojuši. Tās tiek sarakstītas ap burtu S kā velosipēda riteņa spieķi. Parasti tā tiek sarakstītas vismaz 20 stiprās puses. Tās var attiekties uz personiskajām iezīmēm, prasmēm, vērtībām un pat citām interesēm. Šī riteņa aizpildīšanu es saucu par stipro pušu apli. Nodarbības beigās tie grupas dalībnieki, kuri piedalījās apļa veidošanā, tiek uzaicināti atnākt priekšā un uzrakstīt uz šīs lapas savu vārdu. Aizpildītais aplis tiek iedots stāstītājam kā viņa stipro pušu attēlojums un grupas atbalsta apliecinājums. Tāpat kā struktūras noteikšanas vingrinājumā, arī te var pārrunāt, kā šīs stiprās puses konkrētajā gadījumā var izmantot.

Strādājot ar grupu, nupat aprakstītais vingrinājums ir kā paraugs turpmākajam darbam mazās grupās (3 cilvēki grupā). Mazajā grupā viens cilvēks uzņemas intervētāja lomu, otrs stāsta savu stāstu, bet trešais ir novērotājs. Kad stiprās puses ir nosauktas, gan intervētājs, gan novērotājs pieraksta savus novērojumus un paraksta lapu. Šī nodarbība ir diezgan laikietilpīga, taču ir tā vērtā. Dalībnieki ir priecīgi par apliem, kas viņiem tiek izveidoti, un parasti aiziet apmierinātāki gan ar sevi, gan grupas biedriem.

Lai gan šī nodarbība ir piemērotāka, strādājot ar grupu, to var izmantot arī individuāli. Šādā gadījumā konsultants intervē klientu un pēc tam nosauc visas pamanītās īpašības.

Šīs nodarbības priekšrocība ir ne vien tas, ka tiek pamanītas pozitīvas rakstura iezīmes, bet arī tas, ka šie novērojumi ir balstīti uz uzvedību, tāpēc ir lielāka iespējamība, ka cilvēks šo informāciju akceptēs un ņems vērā.

Viena no dalībniecēm, kura redzama *DVD* par dzīves ciklu, — skolotāja Linda — stāsta par stipro pušu apļa ietekmi, viņai pieņemot lēmumu par pensionēšanos. Viņas stāsts liecina, ka šī ir bijusi ļoti nozīmīga nodarbība. Līdzīgi reaģē arī Dings, kuru redzam starpkultūru *DVD*.

C. Karjeras plūsma

Šo nākamo metodi es izstrādāju kopā ar Dr. Spenseru Nailu no Pensilvānijas štata Universitātes. Balstoties uz Mihāja Čiksentmihāji darbu (*Csikszentmihalyi*, 1991) un pozitīvās psiholoģijas kustību (*Seligman & Csikszentmihalyi*, 2000), mēs sākam domāt, kā karjeras attīstīšanā varētu izmantot plūsmas jēdzienu (*Niles & Amundson*, 2008).

Kad cilvēki atrodas „plūsmā”, viņi ir pilnā mērā iesaistījušies konkrētajā nodarbē. Daži ar šo stāvokli saistīti atslēgvārdi ir: laime, laiks ir apstājies, nevaldāms, sniedz enerģiju, riska uzņemšanās, mierīgs, pozitīva izaugsme, viegluma sajūta, pacilātība, dabisks, ievirzīts, harmonisks, pārmaiņas (kāpumi un kritumi), koncentrējies un iekšēji motivēts. Daži atslēgvārdi pirmajā mirklī šķiet pretrunīgi, piemēram, „riska uzņemšanās” un „mierīgs”, bet mēs esam sapratuši, ka plūsma var notikt dažādi. Dažos gadījumos tā ir „krāču” pārvarēšana ar grūtībām un piepūli, bet citos — mierīgs un vienmērīgs slīdējums. Lai kāda arī nebūtu definīcija, nav šaubu, ka cilvēki tad ir pilnībā pārņemti.

Šādā nodarbībā mēs esam izmantojuši padziļinātās izvaicāšanas pieeju, kas ir līdzīga tām, kas aprakstītas iepriekš. Mūsu uzmanību piesaista karjeras plūsmas brīži — tādi gadījumi, kad cilvēki savās nodarbēs ir aizrāvušies pilnībā. Izvēlēta pieredze var būt saistīta ar darbu vai kādu citu dzīves jomu. Tad šis cilvēks tiek lūgts šo pieredzi sīki aprakstīt — ko viņš domāja, kā jutās, vai bija kādas fiziskas sajūtas. Kad aprakstīšana ir pabeigta, viņš tiek aicināts izpētīt citu pieredzi, uz kuru ir atšķirīgs skatījums. Ja viņš ir aprakstījis ļoti aktīvu un dinamisku pieredzi (krāces), tad tagad ir jāizpēta tāda plūsma, kas ir bijusi mierīgāka un apcerīgāka (vienmērīgs plūdums). Šāds plašāks skatījums palīdz iegūt vairāk informācijas, ko analizēt. Kad

arī šī aprakstīšana ir galā, analizēšana un interpretēšana norisinās līdzīgi kā stipro pušu apla procedūrā. Individuālā konsultācijā novērojumus izsaka konsultants. Grupas nodarbībā tos izsaka gan konsultants, gan grupas dalībnieki.

Šīs analīzes nolūks ir pašcieņas celšana un pašizpratnes veicināšana. Karjeras attīstīšanas uzdevums ir censties panākt, lai klientu dzīvē un karjerā būtu pēc iespējas vairākas plūsmas pieredzes. Lai gan ir skaidrs, ka mēs nevaram būt plūsmā visu laiku, varbūt ir iespējams kaut kā panākt, lai tas notiktu biežāk. Šajā sakarā tālāk sarunu varam risināt par to, cik lielā mērā personisko apmierinātību nosaka apstākļi.

D. Grūtību pārvarēšana

Daudzi uz karjeras konsultāciju atnākušie cilvēki ir nolaiduši rokas, ieraugot priekšā stāvošās problēmas. Viņi labāk saredz problēmas nekā savas stiprās puses. Daļēji grūtības sagādā tas, ka risināmās problēmas šķietami atšķiras no tām, ar kurām viņi ir tikuši galā līdz šim. Viņi nenojauš, ka, risinot dzīves un karjeras problēmas, daudzas prasmes un īpašības ir pārceļamas uz citām situācijām.

Tā vietā, lai uzreiz ķertos pie konkrētās problēmas, vispirms būtu lietderīgi izanalizēt gluži citu problēmu, kura ir sekmīgi atrisināta. Noskaidrojiet visas detaļas: kā problēma radās, ko klients darīja, lai to atrisinātu, kas šķita visiedarbīgākais, kādi bija rezultāti, kā viņam izdevās to kontrolēt. Lai viņš pastāsta visus sīkumus, īpašu uzmanību pievēršot savām sajūtām dažādos problēmas risināšanas posmos un prasmēm, kuras viņš izmantoja, lai grūtības pārvarētu.

Kad stāsts ir pabeigts, pajautājiet, ko tas liecina par klientu pašu un viņa spēju tikt galā ar grūtībām. Parasti klienti nosauc pāris lietu, bet to ir daudz vairāk. Izmantojiet šo iespēju, lai izteiktu savas atsauksmes līdzīgi kā stipro pušu apla vingrinājumā. Varat arī pavaicāt, ko par viņu spēju atrisināt šo problēmu domā citi.

Kad prasmju saraksts ir gatavs, pievērsieties tam, kā dažas no šīm prasmēm un īpašībām varētu tikt izmantotas, risinot aktuālo problēmu. Te jūs sākat palīdzēt saprast, kā šīs iezīmes ir izmantojamas arī pašreizējā situācijā.

Šajā procesā man patīk tas, ka, analizējot dzīves pieredzi, jūs cilvēkiem parādāt, ka viņiem jau piemīt daudzas tās prasmes, kuras ir nepieciešamas, lai atrisinātu jaunu problēmu; tās ir tikai jāpārceļ uz jauno situāciju. Jūsu pozitīvās atsauksmes ir balstītas uz to, kas jau ir noticis, tāpēc varbūtība, ka cilvēks tās nepieņems, ir mazāka. Tas nav tikai konsultanta optimisms — jūs izsakāt apgalvojumus, kas ir balstīti pieredzē.

Uzdevumu analīze

Vēl viena aktivitāte, kurā tiek izmantots padziļinātas analīzes process, ir uzdevumu analīze. Daudzi klienti studē vai strādā tādā jomā, kura nesniedz gandarījumu. Šādos apstākļos viņiem var noderēt savas pieredzes analizēšana, izmantojot uzdevumu analīzes metodi. Padziļinātā analīze ļauj viņiem izpētīt savas pieredzes gandarījuma, kompetences un relatīvā svarīguma aspektu.

Šīs procedūras pirmais solis ir plašās pieredzes sadalīšana sastāvdaļās. Palūdziet klientu iedomāties savus ikdienā (skolā vai darbā) veicamos uzdevumus. Pieņemsim, ka viņš iedomājas uzdevumus, kas ir saistīti ar studijām koledžā. Daži no tiem varētu būt šādi: apmeklēt nodarbības (iespējams, te var izšķirt dažādu veidu nodarbības); veikt mājasdarbus; sagatavoties eksāmeniem; izstrādāt projektus vai kursa darbus; piedalīties ārpusstundu pasākumos; iet uz nodarbībām un atpakaļ; neformāli satikties ar draugiem; veikt neformālas pārrunas ar mācībspēkiem. Palīdzot klientam apzināt šos uzdevumus, ir svarīgi būt ļoti precīzam un pēc vajadzības sadalīt šīs kategorijas sīkāk. Iepriekš minētajā piemērā varētu konkretizēt nodarbību veidus. Dažas no tām varētu būt vairāk teorētiskas, bet citas — praktiskas.

Pēc tam, kad ir identificēti maksimums desmit uzdevumi, ir jāmēģina tos sakārtot pēc tā, cik laika katrs no tiem aizņem. Kad klients to ir izdarījis, palūdziet viņu izveidot stabiņu diagrammas, kurās dažādie uzdevumi būtu sarindoti pēc šādiem parametriem (diagrammas var veidot katram parametram atsevišķi vai visiem kopā, lai tās varētu salīdzināt).

1. **Gandarījums.** Cik ļoti jums katrs uzdevums patīk?
2. **Svarīgums.** Cik katrs uzdevums jums šķiet vērtīgs?
3. **Kompetence.** Cik lielā mērā jums piemīt šo uzdevumu veikšanai nepieciešamās prasmes un attieksme?

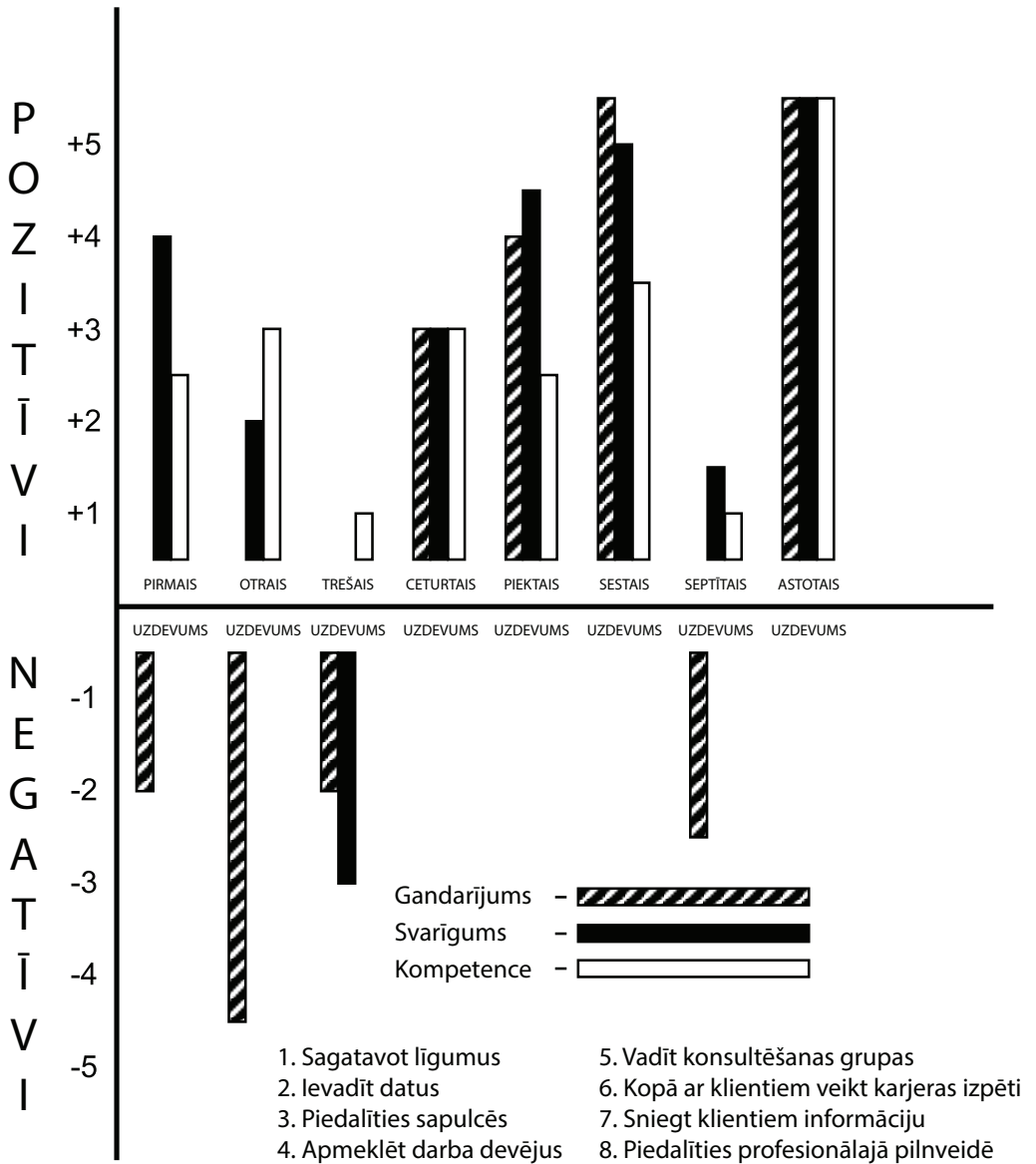
Uzdevumu diagrammas piemērs ir redzams 10. attēlā.

Uzdevumu analīzes galvenā priekšrocība — tā ir uzskatāma un attēlo problēmu vizuāli. Izmantojot šo metodi, klienti var rūpīgi izvērtēt katras pieredzes sastāvdaļas relatīvo ietekmi. Dažas problēmas ir īpaši piemērotas šādam vērtēšanas formātam. Piemēram, dažiem cilvēkiem lielāko daļu laika aizņem uzdevumi, kas viņiem nešķiet vērtīgi vai nepatīk. Citus nomāc tas, ka veicamie uzdevumi viņiem labi padodas, taču nesagādā prieku. Izveidojot vizuālu darba pieredzes karti, gan šīs, gan citas problēmas kļūst labi saskatāmas. Apzinoties savu situāciju, klientiem ir vieglāk īstenot pārmaiņas.

Šo aktivitāti var izmantot vairākos veidos. Dzīves cikla *DVD* piemērā par Greiemu un Lauru es izmantoju tādu versiju, kurā mēs pievēršamies tam, cik daudz LAIKA tiek veltīts dažādajiem uzdevumiem. Greiems apraksta, cik lielu laika daļu katrs no tiem aizņem. Pēc tam viņam jāatbild, kāds būtu ideālais laika sadalījums. Šī akcentu pārnešana ļauj konstatēt dažas būtiskas atšķirības starp viņa pašreizējo situāciju un vēlamo. Trešais un pēdējais jautājums pievēršas svarīgumam — cik svarīgi ir šie atsevišķie uzdevumi. Pārmainot skatpunktu šādi, rodas iespēja saskatīt vēlāmās izmaiņas un to relatīvo svarīgumu.

*Uzdevumu analīzes galvenā
priekšrocība —
tā ir labi pārskatāma
un vizuāli attēlo problēmu.*

10. attēls. Uzdevumu analīzes diagramma



Darbavietas pievilcības faktori

Šajā sadaļā aplūkots modelis ir saistīts ar indivīda un vēlamās darbavietas „pievilkšanos” (*Amundson, 2007*). Pievilcības faktori ir tie, kas mums šķiet saistoši noteiktā darbavietā. Šī modeļa pamatā ir vairāki darbi par organizāciju psiholoģiju un karjeras vadību (*Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959; Holcombe Ehrhart & Ziegert, 2005; Mitchell, Holtom, Lee, & Erez, 2001; Poehnell & Amundson, 2001; Schein, 1992*). Izstrādājot šo

Pievilcības faktori ir tie, kas mums šķiet saistoši noteiktā darbavietā. Pievilcības faktoru svarīgums ir atšķirīgs un laika gaitā var mainīties līdzī apstākļiem.

modeli, esmu konstatējis vismaz desmit pievilcības faktorus, kuri ir aprakstīti tālāk. Pievilcības faktoru svarīgums ir atšķirīgs un laika gaitā var mainīties līdzī apstākļiem. Pievilcības faktoru minēšanas secība nav būtiska.

Drošība

Ar terminu „drošība” tiek apzīmēta visdažādākā materiālā atlīdzība par darbā sniegtajiem pakalpojumiem. Tā var būt alga, pabalsti un ceļošanas iespējas. Citi drošības aspekti ir saistīti ar darbavietas stabilitāti un/vai emocionālo un fizisko drošību.

Vieta

Tas attiecas uz darbavietas atrašanās vietu un darba vides estētiku. Ar šo aspektu var būt saistītas ērtības, kā arī vēlme strādāt interesantā un veselīgā darba vietā.

Attiecības

Tē pieskaitāmas starppersoniskās attiecības ar kolēģiem, vadītājiem vai supervizoriem, kā arī ar klientiem un pircējiem. Parasti ir vēlme pēc tādām

attiecībām, kas ir patīkamas, atbalstošas un sniedz gandarījumu.

Atzinība

Šis elements saistīts ar to, kā no citiem saņemam apbalvojumus, statusu un uzslavas. Daži tiešas atzinības piemēri ir vārdiskas uzslavas, algas pielikums, atzinības raksti un citi labumi. Atzinība var būt arī netieša, piemēram, darbs uzņēmumā ar labu reputāciju.

Ieguldījums

Ieguldījuma sajūtu rada darbs, kas ir ētisks un kam ir jēga un nolūks. Tas paredz arī vēlmi iesaistīties tādos pasākumos, kuri ir nozīmīgi pasaulei vai sabiedrībai.

Darba atbilstība

Darba atbilstība ir tā piemērotība cilvēka prasmēm, interesēm, personībai un vērtībām. Ja indivīda un darbavietas atbilstība ir laba, apmierinātība ar darbu parasti ir lielāka.

Elastīgums

Elastīgā darbavietā ir iespējams īstenot dažādus darba stilus, piemēram, strādāt no mājām, ieviest elastīgu darba grafiku, izmantot individualizētu bonusu sistēmu, saņemt ikgadējo atvaļinājumu un brīvas dienas. Elastīguma nolūks ir uzlabot darba un personiskās dzīves līdzsvaru.

Mācīšanās

Mācīšanās iespēja liecina par darbavietu, kas piedāvā izaicinājumus un mudina attīstīt prasmes visas dzīves garumā. Darbavietas, kurās pastāvīgi tiek piedāvāta iespēja mācīties, veicina personisko pilnveidi un izaugsmi.

Atbildība

Līdz ar atbildību nāk patstāvība un pilnvaras darba uzdevumu veikšanai. Lielāka atbildība bieži ir saistīta ar iespēju ietekmēt citus, izmantojot vadišanas prasmes.

Inovācijas

Inovācijas rada iespēju variēt, būt neatkārtojamam un izveidot kaut ko jaunu. Te bieži ir vajadzīga radoša problēmu risināšana un augstu tiek vērtēts novatorisms.

Vairums cilvēku vēlētos, lai šie pievilcības faktori būtu raksturīgi jebkurai darba situācijai, tomēr mēs nevaram vienmēr iegūt visu, ko gribam, tāpēc ir jānosaka, kuri faktori ir vissvarīgākie un kurās jomās mēs esam gatavi piekāpties.

Izvērtējot dažādo faktoru relatīvo svarīgumu, vispirms ir vēlams lūgt klientam padomāt, no kuriem faktoriem viņi nepieciešamības gadījumā būtu gatavi atteikties. Veicot šo vingrinājumu, es izmantoju procesu, kuru iemācījos no sava kolēģa Dr. Spensera Nailsa, kurš strādā Pensilvānijas štata Universitātē. Tā vietā, lai liktu klientiem vienkārši nosaukt šos faktorus pēc svarīguma, es lūdzu uzrakstīt uz lapas to faktoru, no kura viņi būtu gatavi atteikties, un atdot šo lapu man. Šis process ir jūtamāks un rada gluži citu pieredzi. Es sāku ar vienu faktoru un tad turpinu, līdz man ir atdoti trīs faktori, kurus viņi spētu izsvītrot no sava saraksta. Parasti, tiekot pie trešā faktora, klientiem jau ir ļoti grūti no tā atteikties.

Pārrunājot šo procesu, es lūdzu klientus paskaidrot, kā viņi ir pieņēmuši lēmumu atteikties no konkrētajiem faktoriem. Es arī lūdzu viņus padomāt, vai šis saraksts izskatītos citādi, ja viņi šo vingrinājumu būtu veikuši pirms dažiem gadiem. Daudzi cilvēki stāsta, ka viņu dzīve ir mainījusies, jo ir mainījušās viņu lomas, bijusi traumatiska pieredze, notikusi adaptācija citā kultūrā un/vai sasniegts jauns attīstības posms. Pievilšanas faktoru nozīmības maiņa ir dabiska, un tā apliecina, ka mēs nemitīgi maināmies.

Šī nozīmības maiņa attiecas ne tikai uz indivīdiem, bet arī uz organizācijām. Uzņēmumiem mainās prioritātes, tiek mainītas pilnvaras, un vadītāju maiņa ietekmē uzņēmuma gaisotni.

Karjeras konsultanti un personāla speciālisti no šī materiāla var izdarīt daudz secinājumu. Personāla atlases jomā ir svarīgi nodrošināt labu atbilstību (izmantojot pašvērtēšanu un informācijas iegūšanu intervijā), taču pie tā nevajadzētu apstāties. Ir jāatzīst arī tas, ka karjeras lēmumu pieņemšana ir mūžilgs process. Darbavietas pievilcības faktoru nozīmības dinamika ir pastāvīgi jāpārbauda. Uzlabota darbinieku aptaujāšanas sistēma, domājams, uzlabos darbinieku apmierinātību un līdz ar to — kadru noturību. Lai šo vērtēšanas procesu atvieglotu, mēs kopā ar Dr. Marku Korbjēru (*Marc Corbiere*) un Velu Neduhu (*Val Neduha*) esam izstrādājuši testus, kuros tiek izmantota Likerta skala un radara diagramma. Tie ir iekļauti 3. pielikumā.

Karjeras enkuri

Pēc Edgara Šeina (*Schein*, 1992) domām, cilvēki saistībā ar darbu sevi definē, izmantojot — kā viņš saka — karjeras enkurus. „Indivīda karjeras enkurs ir attīstībā esošais priekšstats par to, kas viņam padodas, kādas ir viņa vajadzības un motīvi un kādas vērtības nosaka ar darbu saistīto izvēli. Karjeras enkurs rodas tikai pēc vairākiem darbā pavadītiem gadiem, kad no šīs pieredzes ir iegūta būtiska atgriezeniskā saikne. Kad karjeras enkurs

Indivīda karjeras enkurs ir attīstībā esošais priekšstats par to, kas viņam padodas, kādas ir viņa vajadzības un motīvi un kādas vērtības nosaka ar darbu saistīto izvēli.

ir izveidojies — pēc aptuveni pieciem līdz desmit darba gadiem —, tas kļūst par personību stabilizējošu spēku, kas vada un nosaka turpmākos karjeras lēmumus.” (207.–208. lpp.) Izmantojot garengriezuma pētījumu metodi, E. Šeins (*Schein*, 1992) ir formulējis šādus karjeras enkurus.

1. **Drošība, stabilitāte.** Vēlme iegūt ekonomisko drošību un stabilitāti. Ļoti svarīgs ir darba stāžs, apdrošināšana un bonusi, kā arī pensijas plāns. Cilvēki, kuriem raksturīgs šis enkurs, īpašu uzmanību pievērš nākotnes plānošanai.
2. **Patstāvība, neatkarība.** Vēlme kontrolēt visu veidu nosacījumus (ģērbšanās stils, darbalaiks, noteikumi, ikdienas darba kārtība), kuri attiecas uz daudziem darba veidiem. Cilvēkiem ar šo enkuru patīk pašiem plānot savu rīcību, un viņi pretojas jebkādiem mēģinājumiem ierobežot viņu brīvību.
3. **Tehniskā vai funkcionālā kompetence.** Šis skatījums ir cieši saistīts ar noteiktu talantu vai prasmju attīstīšanu. Cilvēki, kuriem raksturīgs šis enkurs, ir aizrāvušies ar to, lai pilnībā īstenotu savu potenciālu noteiktā kompetences jomā.

4. **Vispārīgā vadīšanas kompetence.** Te uzmanības centrā ir vispārīgās vadīšanas prasmes, kas ļauj vadīt organizāciju. Cilvēki ar šādu skatījumu izmanto dažādas prasmes (starppersoniskās, tehniskās, analītiskās), lai vadītu organizāciju, un vērtē sevi, vadoties pēc organizācijas panākumiem.
5. **Radoša uzņēmējdarbība.** Ar šo enkuru ir saistīta vēlme izveidot uzņēmumu, produktu vai pakalpojumu. Te pamatvajadzība ir izpausties, radot ko jaunu. Naudas pelnīšana ir viena no saistītajām vērtībām, bet ne pašmērķis.
6. **Kalpošana, nodošanās mērķim.** Cilvēki, kam raksturīgs šis enkurs, redz savu karjeru kā līdzekli, kas ļauj īstenot kādas pamatvērtības. Bieži viņiem piemīt spēcīga vēlme padarīt pasauli labāku.
7. **Tīrs izaicinājums.** Šim skatījumam raksturīga pastāvīga vēlme pārbaudīt sevi sarežģītās situācijās. Ar šo enkuru bieži ir saistīta sāncensība.
8. **Dzīvesstils.** Cilvēki, uz kuriem attiecināms šis enkurs, meklē līdzsvaru un vēlas savienot gan darbu, gan ģimenes, gan personiskās izaugsmes vajadzības. Viņi ir gatavi ziedot panākumus darbā, lai apmierinātu savas vispārējās vajadzības.

Šie karjeras enkuri savā ziņā ir līdzīgi Pētera Planta (*Plant*, 1997) plašajai darba vērtību konceptualizācijai. Saskaņā ar Dānijā veiktu etnogrāfisko pētījumu cilvēki uz darbu raugās no viena no trim tālāk minētajiem skatpunktiem.

1. **Naudas pelnītājs.** Viņš vēlas labklājīgu un līdzsvarotu dzīvi. Daudzējādā ziņā šim skatījumam atbilst jau minētās kategorijas „drošība, stabilitāte”, kā arī „dzīvesstils”.
2. **Karjerists.** Viņš ir nodevis savai profesijai un ir gatavs nemitīgi mācīties un profesionāli pilnveidoties. Tam atbilst šādas kategorijas:

„tehniskā vai funkcionālā kompetence”, „vispārīgā vadīšanas kompetence”, „kalpošana, nodošanās mērķim”, kā arī, iespējams, „tīrs izaicinājums”.

- 3. Uzņēmējs.** Viņš ir pievērsies jaunu uzņēmumu dibināšanai un jaunu produktu radīšanai. Šim skatījumam dabiski atbilst kategorija „radoša uzņēmējdarbība”, un uz to var attiecināt arī kategoriju „patstāvība, neatkarība”.

Izmantojot vai nu E. Šeina (*Schein*, 1992), vai P. Planta (*Plant*, 1997) kategoriju sistēmu, jūs varat palīdzēt veikt interesantu karjeras vērtību un personisko iezīmju izpēti. Strādājot pēc abām sistēmām, esmu secinājis, ka vislabāk ir lūgt klientiem nosaukt sev svarīgākos karjeras enkurus (vērtības), taču pieiet šim uzdevumam diezgan elastīgi. Dažiem cilvēkiem ir pilnīgi skaidrs, kuras kategorijas attiecas uz viņiem (prioritārās kategorijas), savukārt citiem izvēlēties ir grūtāk. Šīs atšķirības, iespējams, tikai atspoguļo dažādus personības stilus. Galvenais ir virzīties uz to, lai izveidotos saruna par motivējošajiem principiem.

Sarunu par konkrētiem būtiskajiem karjeras enkuriem (vērtībām) sekmē šāds intervēšanas process. Vispirms es dodu klientam iespēju izteikt savu vērtējumu un tad turpinu sarunu, lūdzot minēt tādus gadījumus, kad viņi ir spējuši izmantot sev vēlamos enkurus, un tādus, kad viņiem tas nav izdevies. Pēc šo „kontrastu” izskatīšanas saruna tiek novirzīta uz attīstību, proti, tiek aplūkots tas, kā konkrētais enkurs laika gaitā ir attīstījies, t. i., vai klients vienmēr ir fokusējies tieši uz šo enkuru un kāda ir bijusi dzīves apstākļu maiņas ietekme. Visbeidzot „konteksts” tiek aplūkots plašāk, izpētot prioritāro karjeras enkuru atbilstību pašreizējai dzīvei un karjeras izvēlēm. Šī daudzpusīgā izpēte palīdz atklāt dažādus prioritāro karjeras enkuru (vērtību) aspektus, un iegūto izpratni var izmantot jaunās situācijās.

Paplašināta intelektuālā karjeras pieeja

Domājot par organizācijām (personāla attīstību), ir parādījies interesants karjeras attīstīšanas modelis. Tā pamatā ir Džeimsa Braiena Kvinna (*Quinn*, 1992) darbs, kurā aprakstīta „intelektuālā uzņēmuma” darbība jaunajā zināšanu ekonomikā. Kvinns uzskata, ka uzņēmuma panākumi ir atkarīgi no konkrētu „pamatkompetenču” veicināšanas. Šīs kompetences atspoguļo organizācijas iekšējo kultūru (vērtības, mērķus, uzskatus), organizācijas vispārējo zinātību (prasmes, speciālās zināšanas) un ar uzņēmējdarbību saistīto sadarbību (attiecības ar piegādātājiem un klientiem).

*Šie trīs zināšanu veidi
atrodas mijiedarbībā, un tie
ir jāaplūko holistiski.*

Maikls Artūrs, Prisila Klemena un Roberts Defilipi (*Arthur, Claman, & DeFillippi*, 1995) šo uzskatu sistēmu paplašināja, izpētot, kā darbinieki uztvertu dalību jaunajā zināšanu struktūrā, uzņemoties lielāku noteikšanu pār savas karjeras attīstīšanu. Darbinieku skatījums atspoguļo gan individuālās, gan organizācijas intereses. Intelektuālās karjeras sistēma ir līdzīga Kvinna sākotnējam formulējumam, un to var aprakstīt šādi.

1. **Zināt, kāpēc.** Pie šīm kompetencēm pieskaitāmas vērtības, mērķtiecība un identitāte. Tās ietekmē motivāciju un apņēmību un ietiecas gan personiskās dzīves, gan darba jomā.
2. **Zināt, kā.** Starp šīm kompetencēm minamas būtiskās prasmes un gan formāli, gan neformāli iegūstamās zināšanas. Tās ietekmē iesaistīšanās formālās un ikdienējās mācību aktivitātēs.
3. **Zināt, kurš.** Šīs kompetences aptver attiecības gan organizācijas

iekšienē, gan ārpus tās. Tās ir attiecības ar ģimeni, draugiem, kolēģiem un darba vai ārpusdarba paziņām.

Šie trīs zināšanu veidi atrodas mijiedarbībā, un tie ir jāaplūko holistiski. Piemēram, ja darbinieks piedzīvo vilšanos (nav skaidrs mērķis un jēga — zināt, kāpēc), tas, visticamāk, negatīvi ietekmēs viņa veikumu darbā. Pazemināsies viņa prasmju līmenis (zināt, kā), un viņš atvēlēs maz laika jaunu attiecību veidošanai (zināt, kurš). To pašu var teikt par grūtībām abās pārējās jomās. Cilvēks, kam ir nepietiekamas prasmes (zināt, kā), var sākt šaubīties par savu piemērotību konkrētajai jomai (zināt, kāpēc) un vilcināties ar jaunu darba attiecību veidošanu (zināt, kurš). Dažiem ir grūti veidot atbalstošas attiecības (zināt, kurš), un tas ietekmē viņu vispārējo prasmju attīstību (zināt, kā) un, iespējams, arī viņu apmierinātību ar darbu (zināt, kāpēc).

Lai pilnībā izprastu šos trīs zināšanu veidus, katra joma ir rūpīgi jāizpēta. Šī procesa atvieglošanai Hetera Pārķere (*Parker, 1996*) izstrādāja intelektuālo karjeras kartīšu šķirošanas metodi (angl. — *Intelligent Career Card Sort, ICCS*), ko vēlāk pilnveidoja, veicot dažādus pētījumus. Plašāka informācija par *ICCS* un dažādām apmācības iespējām atrodama tīmekļa vietnē www.intelligentcareer.net.

Pēdējo gadu laikā *ICCS* tiek izmantota ne tikai individuālajā konsultēšanā. H. Pārķere (*Parker, 2000*) ir attīstījusi ideju, ka darbinieki var izveidot atbalstošas karjeras kopienas ārpus tradicionālajām organizācijām. Viņa runā par cilvēku grupām ar līdzīgu intelektuālās karjeras profilu. Cilvēks var piederēt pie vairākām karjeras kopienām un izmantot šīs attiecības, lai apmainītos ar informāciju un piedāvātu palīdzību.

Intelektuālās karjeras sistēma ir izrādījusies noderīga daudzējādā ziņā, bet, runājot par tās attīstību un izmantošanu, mani interesē, vai nav vēl kādi citi faktori, kas arī būtu jāņem vērā (*Amundson, 2008*). Par to domājot, esmu secinājis, ka šo sistēmu varētu papildināt ar trim faktoriem: 1) elastīgums, 2) veselība, 3) redzējums. Šos papildu faktorus var aprakstīt, izmantojot metaforiskus tēlus — VEIDnes samazināšana / elastīguma

izmantošana; izVEIDojušos pelējuma vietu noņemšana / veselības stiprināšana; kurmja VEIDošanu apkarošana / (zālāja) redzējuma uzlabošana.

Elastīgums iepriekš ir minēts kā viens no svarīgākajiem karjeras faktoriem (*Herr, 1999*). Vairs nepietiek tikai ar prasmju kopumu (zināt, kā); lai varētu darboties nemitīgi mainīgajā pasaulē, ir vajadzīgs arī elastīgums, spēja pielāgoties un iztēle. Straujajai pasaules maiņai palīdz tikt līdzī atvērtība pārmaiņām un jaunām mācību iespējām.

Cenšoties tikt galā ar pārmaiņām darbavietā, aizvien lielākas raizes cilvēkiem sagādā veselība — gan psihiskā, gan fiziskā (*Amundson, 2003*). Daudzi cilvēki kā karjeras attīstīšanas modeli vairs neizvēlas taisnvirziena kāpšanu pa karjeras kāpnēm un aizvien biežāk uzdod jautājumus par savu, ģimenes un arī sabiedrības un vides veselību.

Redzējums nenozīmē tikai „zināt, kāpēc” kāds kaut ko dara. Tas paredz arī labāku pašizziņu un skatījumu uz nākotnes attīstību. Ir interesanti pārdomāt redzējuma lomu pasaulē, kurā viss plūst un mainās un vienīgais nemainīgais ir pašas pārmaiņas. Freds Henna, Freds Bīmekss un Rita Čanga (*Hanna, Bemak, & Chung, 1999*) uzskata, ka gudrība (un redzējums) rodas tad, kad cilvēks spēj rast „saskaņu pretrunās un skaidrību sarežģītībā” (129. lpp.).

Šīs trīs papildu jomas palīdz paplašināt intelektuālās karjeras sākotnējo jēdzienu. Visi faktori, bez šaubām, ir cieši saistīti, taču kopā tie veido diezgan pilnīgu priekšstatu par to, kas ir nepieciešams, lai gūtu panākumus jaunajā ekonomikā un sabiedriskajā iekārtā.

Kartīšu šķirošana

Reizēm konsultēšanas procesā klientiem tiek dots uzdevums izvēlēties sev svarīgākās vērtības, intereses, prasmes, personiskās iezīmes un profesionālās iespējas. Bieži klienti šo procesu sāk ar vairākām iespējām, un, sakārtojot tās prioritārā secībā, atklājas svarīgākais. Šo atlasē metodi ilustrē programmas „Karjeras ceļš” aktivitātes, kas aprakstītas iepriekš.

Sakārtošanas procesu atvieglo kartītes, uz kurām uzrakstītas dažādās iespējas. Kad šis uzdevums ir padarīts taustāmāks, klienti var fiziski pārvietot dažādās iespējas, līdz ar rezultātu ir apmierināti. Šai procedūrai ir mazliet vairāk jāsaprotas, bet rezultāti parasti atsver ieguldīto laiku un pūles.

No pieredzes varu teikt, ka daudziem klientiem ir grūti izveidot šādu absolūtu prioritāro secību; tādos gadījumos uzdevumu var sadalīt vairākos posmos. Iedomāsimies, ka klients aplūko interešu sarakstu. Katru no šīm interesēm var uzrakstīt uz kartītes, un pirmais uzdevums ir noteikt tās, kuras klientam atbilst, un tās, kuras neatbilst (un atsevišķi atlikt tās, par kurām ir šaubas). Šajā

Kad šis uzdevums ir padarīts taustāmāks, klienti var fiziski pārvietot dažādās iespējas, līdz ar rezultātu ir apmierināti.

procesā klients tiek mudināts savu izvēli pamatot. Ja cilvēkam ir daudz interešu, kartītes var būt jāšķiro vēlreiz, lai atlasītu desmit svarīgākās. Par pamatu turpmākajai atlasēi var izmantot piramīdas principu (viena augšā, divas zem tās, trīs trešajā rindā no augšas un atlikušās četras apakšā). Ja klientam ir ļoti maz interešu, ir vēlreiz jāizskata neskaidro interešu kaudzīte, lai izņemtu, vai kādu no tām nevar pievienot. Šī vingrinājuma mērķis ir atvieglot lēmumu pieņemšanu un labāk izprast dažādos iemeslus, uz kuriem ir balstīta klienta izvēle.

Profesiju kartīšu šķirošanai ir pievērsta liela uzmanība zinātniskajos rakstos (*Gysbers & Moore*, 1987), un tas ir ļoti efektīvs paņēmieni, kā pārvaldīt profesiju aprakstus. Ja veidojat paši savu kartīšu šķirošanas sistēmu, ir svarīgi tajā ietvert plašu profesiju klāstu. Vienā konsultācijā var izmantot tikai 50 vai 60 klientam piemērotāko kartīšu, bet kopā jums to varētu būt līdz pat diviem simtiem.

Veidojot profesiju sarakstu, ir svarīgi paturēt prātā dažādos profesiju veidus un tām vajadzīgo izglītības līmeni. Lai nodrošinātu, ka atlasītais materiāls ir pietiekami vispusīgs, profesijas var organizēt pēc Džona Holanda (*Holland*, 1985) izstrādātajiem personības un vides tiptiem. Saskaņā ar šo sistēmu profesijas var klasificēt šādās sešās kategorijās.

Praktiskais tips (apzīmē ar R): darbs ar instrumentiem, dzīvniekiem vai ārpus telpām.

Izzinošais tips (apzīmē ar I): problēmu izpētīšana, izprašana un risināšana.

Mākslinieciskais tips (apzīmē ar A): iztēle un radošums, lai radītu ko jaunu.

Sociālais tips (apzīmē ar S): palīdzības un informācijas sniegšana, cilvēku apmācīšana.

Uzņēmīgais tips (apzīmē ar E): cilvēku ietekmēšana, pārliecināšana un vadīšana.

Konvencionālais tips (apzīmē ar C): darbs ar datiem, skaitļiem un detalizētu uzdevumu veikšanu.
(*Gysbers & Moore*, 133. lpp.)

Ir profesijas, kas ietilpst vairākās kategorijās, un to aprakstīšanai tiek izmantots trīs burtu kods. Piemēram, profesijas „konsultants” kods ir SAE, kas ilustrē tās saistību ar sociālā, mākslinieciskā un uzņēmīgā tipa kategoriju.

Informāciju par konkrētām profesijām var atrast dažādās publikācijās. Uz kartītēm ir vieta tikai īsam profesijas aprakstam, taču ir lietderīgi norādīt arī kodus, lai klienti vēlāk varētu veikt plašāku izpēti. Mēs varam norādīt divus kodus — vienu saskaņā ar Holanda klasifikāciju un vienu no atsauču sistēmas, piemēram, *Job Futures* (vairāk informācijas par šo un citu avotu materiāliem sk. 6. nodaļā) (Latvijā var izmantot profesiju klasifikācijas kodu, sk. www.nva.gov.lv/karjera/docs/profesiju_aprakstu_katalogs_A4.pdf: Nodarbinātības valsts aģentūra piedāvā karjeras testus jauniešiem un pieaugušajiem, kas nosaka Holanda tipu un piedāvā saistīto profesiju sarakstu.

Pašnoteicējs jauniešiem:

www.nva.gov.lv/karjera/testi/lv/selfcheck_b/test/new_test/

Pašnoteicējs pieaugušajiem:

www.nva.gov.lv/karjera/testi/lv/selfcheck_a/test/new_test/ — red. piez.).

Parasti kartītes vienā pusē ir profesijas nosaukums, bet otrā — aprakstoša informācija, t. i., īss apraksts, Holanda kods un kods no *Job Futures* (profesiju klasifikācijas kods — red. piez.). Normens Gisbers un Ērls Mūrs (*Gysbers & Moore*, 1987) iesaka izmantot 8 x 13 cm lielas kartītes.

Veicot izvēli, sākumā klienti parasti pievēršas tikai profesiju nosaukumiem, apzinoties, ka kartītes otrā pusē ir pieejama plašāka informācija, ja to vajag. Vispirms klienti tiek mudināti ātri izskatīt kartītes un sašķirot tās trīs kaudzītēs (patīk, nepatīk, šaubos). Pēc tam tiek dots laiks aplūkot atlasīto rūpīgāk un noskaidrot, vai kāda joma nav izvēlēta biežāk nekā citas. Viens no veidiem, kā to izdarīt, ir izveidot atlasīto profesiju Holanda kodu sarakstu. Esmu secinājis, ka papildus kodu sarakstam palīdz arī pievēršanās iemesliem, kuru dēļ klients konkrēto kartīti ir izvēlējis. Lai pavērstu sarunu šajā virzienā, pierakstiet, kā klients pamato gan profesiju izvēlēšanos, gan to ierindošanu kategorijās „nepatīk” un „šaubos”. Šajā brīdī, lai pierakstītu informāciju un palīdzētu noteikt galvenās tēmas, var noderēt papīra tāfele. Pēc sākotnējās profesiju sašķirošanas un sarunas par atlasītajām tēmām ir lietderīgi sakārtot profesijas prioritārā secībā. Kā minēts iepriekš, ir

vēlams atlasīt ne vairāk kā desmit profesiju, un labs veids, kā tās sakārtot, ir piramīdas princips. Kad informācija ir iegūta, aiciniet klientu padziļināti izpētīt gan atlasītās, gan citas, ar tām saistītas, profesijas, izmantojot kodus.

Diezgan bieži tiek izmantotas arī vērtību kartītes, kas palīdz rosināt uz pārdomām un sarunu. Vērtības var aplūkot no vismaz diviem skatpunktiem. No vienas puses, ir vērtības, kas saistītas ar plašām kategorijām, piemēram, labu veselību, sociālo statusu, kalpošanu citiem, patiesību, garīgumu u. c. Citas — konkrētākas — vērtības ir saistītas ar radošumu, dažādību, darba apstākļiem un sasniegumiem. Ketrīna Mosopa (*Mossop*, 1994) nošķir vispārējās un konkrētās vērtības, apzīmējot tās kā „virzošās” un „praktiskās” vērtības. Tāpat kā ar profesiju kartītēm, arī te uzdevums ir izveidot kartīšu komplektu, uz kurām būtu uzrakstītas dažādas vērtības. Pēc tam vērtību kartītes ir jāsašķiro jomās „svarīgākās”, „mazāk svarīgās” un „šaubos”. Lai atlasīšanas procesu atvieglotu, es klientiem izvirzu nosacījumu, proti, ka svarīgāko vērtību kaudzītē drīkst likt ne vairāk kā desmit kartīšu. Vērtību kartīšu kopskaits var atšķirties, bet parasti kavā ir 40 līdz 50 kartīšu. Kad uzdevums ir izpildīts, tiek pārrunāts, kā tika veikta izvēle un kā izvēlētās vērtības ietekmē ar karjeru saistītās izvēles.

Agrīnie gadi

Nav šaubu, ka mūs ļoti ietekmē agrīnā pieredze ģimenē, ar draugiem un skolā. Es gan negribu pārāk aizrauties ar psihodinamiku un „dziļām” interpretācijām, tomēr ir diezgan noderīgi likt klientiem pārdomāt, kāda ir bijusi šī agrīnā ietekme un kā tā varētu iespaidot viņu pašreizējo karjeras izpratni.

Marks Savicks (*Savickas*, 1997) apraksta karjeras konsultēšanas metodi, kas ir balstīta uz agrīno atmiņu analīzi. Saskaņā ar šo pieeju klienti tiek aicināti atcerēties trīs pašas pirmās atmiņas. Tāpat kā citās metodēs, piemēram, struktūras noteikšanas vingrinājumā, tiek uzskatīts, ka šajos stāstos ir ietverti personības pamatelementi, kas atspoguļo dzīves vadmotīvus. Mērķis ir palīdzēt klientiem atpazīt šos vadmotīvus, lai viņi iegūto informāciju varētu izmantot lēmumu pieņemšanā. Tēmu identificēšana nav viegla. M. Savicks (*Savickas*, 1997) lūdz klientiem uzrakstīt šo dažādo stāstu virsrakstus. Virsraksti ir kā stāstu atbalsta punkts; tie palīdz noskaidrot dzīves vadmotīvu galvenos aspektus.

Es savā praksē agrīnās atmiņas esmu izmantojis, taču neesmu tās aprobežojis ar pirmajām atmiņām. Es esmu pievērsies atmiņām visā dzīves gājumā. Manuprāt, daudzas no tām der analīzei, lai iegūtu jēgpilnu informāciju. Svarīgākais ir tas, ka atmiņas cilvēkam ir nozīmīgas. Es pieņemu, ka katrā vecuma periodā ir svarīgas atmiņas, kas atspoguļo noteiktus dzīves vadmotīvus. Cilvēkiem, kurus interesē vispārēja dzīves pārskatīšana, vajadzētu ielūkoties atmiņās no dažādiem laika posmiem.

Vēl viena pieeja, kas saistīta ar agrīno ietekmi, paredz izskatīt tos padomus, ko klienti dzīves laikā ir saņēmuši. Cilvēki ļoti labprāt dod

*Ir diezgan noderīgi likt klientiem
pārdomāt, kāda ir bijusi
šī agrīnā ietekme un
kā tā varētu iespaidot
viņu pašreizējo
karjeras izpratni.*

padomus, un ir interesanti paraudzīties, kādu vēstījumu ir nodevuši ģimenes locekļi, draugi un citi, piemēram, skolotāji vai ietekmīgi cilvēki. Te ir būtiski padomus atpazīt, vai tie būtu izteikti vārdiski vai arī izpaukušies kā rīcība. Tomēr galvenais ir ne vien noskaidrot, kāds padoms tika dots, bet arī, kā tas tika uztverts. Pēc tam, kad esmu klientiem lūdzis atcerēties padomus, ko viņi ir saņēmuši no dažādiem avotiem, es vienmēr uzdošu nākamo jautājumu: „*Ko jūs padomājāt un kā jutāties, kad dzirdējāt šo padomu?*” Klientu „iekšējais monologs” palīdz saprast, vai padoms tika akceptēts vai netika ņemts vērā.

*Cilvēkiem, kurus interesē
vispārēja dzīves pārskatīšana,
vajadzētu ielūkoties atmiņās
no dažādiem laika posmiem.*

Citu cilvēku ietekme izpaužas dažādi. M. Savicks (*Savickas*, 1997) norāda, ka liela nozīme ir atdarināšanas cienīgiem piemēriem; viņš apgalvo, ka šie īpašie cilvēki „kalpo kā paraugs, pēc kā vadoties indivīdi veido savu dzīvi” (14. lpp.).

Izvaicāšana par to, kurus cilvēkus klients apbrīno, var atklāt, kādas ir viņa vērtības un intereses. Es ieteiktu izpētīt ne vien šos „varoņus”, bet arī „pūķus”. Tāpat kā monētai ir divas puses, negatīvie modeļi dzīves projekta tēmas var ietekmēt tikpat lielā mērā kā pozitīvie.

Kopsavilkums

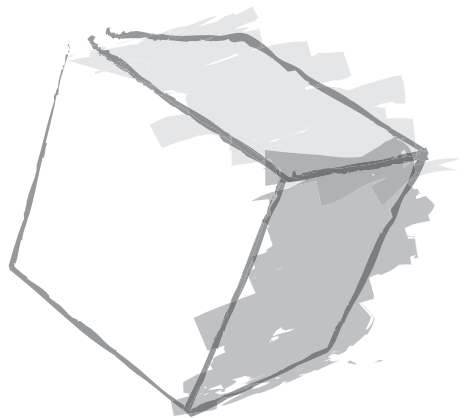
Šajā nodaļā aprakstītie pašvērtēšanas uzdevumi nav standartizēti, tomēr tie ir sistemātiski un norisinās kā strukturēta izvaicāšana. Lai sekmētu pašizpēti, tiek uzdoti specifiski jautājumi un dažkārt tiek sniegta svarīga informācija. Šādas sistemātiski organizētas struktūras priekšrocība: lai arī uzdevumi ir diezgan tieši un skaidri, tie var aizvest interesantos virzienos. Lai uzdevumu veikšana dotu maksimālu labumu, ir jābūt gatavam dažus negaidītos pavērsienus izpētīt.

Nākamajā nodaļā pašvērtēšanas tēma turpinās un tiek aplūkoti dinamiskāki konsultēšanas uzdevumi. Tajos paredzētās aktivitātes ir mazāk strukturētas, un konsultantiem jābūt gataviem darboties neskaidrākā kontekstā.

Piektā nodaļa

PROBLĒMU RISINĀŠANAS UZDEVUMI

Dinamiskā pašvērtēšana



Arī šī nodaļa ir veltīta pašvērtēšanai, taču tiek aplūkoti dinamiskāki problēmu risināšanas uzdevumi. Piedāvāto aktivitāšu dinamika izpaužas kā mazāk strukturēts dialogs starp konsultantu un klientu. Šādā nenoteiktākā struktūrā īpaši tiek uzsvērts gan klientu, gan konsultantu radošums un iztēle.

Ja gribēsiet izmantot kādu no šīm dinamiskākajām stratēģijām, jūs, iespējams, secināsiet, ka tās ir sarežģītākas. Apmācība un pieredze palīdzēs jums labāk novērtēt gan klientiem, gan sev raksturīgo personisko dinamiku. Darbu ar šiem uzdevumiem atvieglos arī ļaušanās savai intuīcijai.

Domu kartēšana

Ir interesanti pārdomāt, kā darbojas cilvēka prāts. Smadzeņu labā un kreisā puslode sniedz pilnīgi atšķirīgu pieredzi. Kreisā puslode nodrošina spēju definēt un loģiski sakārtot faktus, savukārt labā rosina radošās spējas un ir saistīta ar tēliem un modeļiem. Abas smadzeņu puslodes ir vienlīdz svarīgas. Domu kartēšana ir mēģinājums fiksēt dažus labajai puslodei raksturīgos domāšanas modeļus.

Domu kartēšanu var izmantot dažādi. Viens no vienkāršākajiem izmantojuma veidiem ir prāta vētra, proti, idejas ir tikai jāuzraksta uz papīra, neveicot nekādu vērtēšanu. To darot, ir svarīgi neizteikt nosodījumu un ļaut domām kļīst pretī jebkādam risinājumam. Šīs pieejas priekšrocība — tā ļauj rasties tādām inovatīvām idejām, ko citkārt nebūtu pieļāvuši iepriekš izveidotie uzskati. Kad idejas ir radītas, var novērtēt to izmantošanas iespējas.

Galvenais ir ļauties radošām domām un meklēt interesantas un jaunas sakarības.

Citā domu kartēšanas procesā tiek izmantota sava veida kopu veidošana, kas ļauj paplašināt iespēju loku. Lasera Riko (*Rico*, 1983) apraksta kopu veidošanas vispārīgos principus.

Lai izveidotu kopu, vispirms uz baltas lapas uzrakstiet kodola vārdu un apvelciet ap to apli. Tad ļaujieties asociāciju straumei un ātri tās pierakstiet katru savā aplītī virknē prom no centra. Novelkot līniju, savienojiet katru jauno vārdu vai frāzi ar iepriekšējo apli. Kad prātā iešaujas kas jauns un atšķirīgs, sāciet atkal no centrālā vārda un virzieties prom no centra, līdz šī asociācija ir izsmelta. Turpiniet veidot kopu, velkot līnijas un pat bultiņas uz asociācijām, kuras šķiet savstarpēji saderīgas, taču

neprātojiet, kas ar ko ir saistīts. Ļaujiet katrai asociācijai atrast savu vietu. Ja asociāciju uz brīdi aprūkstas, atslābinieties, iekrāsojot bultiņas vai pārvelkot tumšākas līnijas. (35.–36. lpp.)

Tāpat kā prāta vētrā, arī te galvenais ir ļauties radošām domām un meklēt interesantas un jaunas sakarības. Šāda kopu veidošana īpaši noder, aplūkojot šķēršļus vai stiprās puses. Tā ļauj identificēt dažādas šķēršļu novēršanas stratēģijas un ļauj uzlabot un paplašināt priekšstatu par savām stiprajām pusēm.

Domu kartēšanas paņēmieni es izmantoju, arī konsultācijas laikā pārdomājot apspriesto problēmu. Lielākā daļa konsultāciju, kas redzamas jaunākajos *DVD*, ilustrē, kā tas notiek. Šī pieeja ir īpaši piemērota, strādājot ar cilvēkiem, kuru valodas prasmes ir nepilnīgas. Vizuālais elements palīdz konkretizēt idejas un sadarbīgi risināt problēmu. Labs piemērs tam ir darbs ar Slavu, kas redzams starpkultūru *DVD*. Uz papīra tāfeles es nodalu trīs viņa dzīves pamatjomas — darbs, skola un mājas —, un mēs pētām, cik laika viņš velta angļu valodas apguvei katrā no šīm vietām (uzskatāmības labad mēs izmantojam stabiņu diagrammu). Balstoties uz šo attēlu, kļūst skaidrs, ka viņa dzīvē ir nepieciešamas izmaiņas. Viena no būtiskākajām — jāatrod darbs, kur labāk varētu apgūt angļu valodu.

Vēl domu kartēšanu var izmantot diskusijas beigās kā rezumējumu. Īpaši noderīgi tas ir situācijās, kad sarunu gaitā ir iztīrātas ļoti dažādas tēmas. Ja konsultants jūt, ka ir zaudējis virziena izjūtu, ir lietderīgi brīdi visu pārdomāt. Šim nolūkam var izmantot papīra tāfeli, kur uzzīmēt pārrunātā karti. Vispirms izdomājiet un uzrakstiet uz lapas sarunas galvenās tēmas. Tad katrai no tām pierakstiet dažas apakštēmas un raugieties, vai neparādīsies jaunas sakarības. Esmu konstatējis, ka daudzos gadījumos, vien redzot tēmas izkārtotas šādi, konsultants un klients spēj formulēt jaunus modeļus un definēt turpmāko sarunu ievirzi.

Tehnoloģiju izmantošana

Klienti bieži vien neapzinās, kādu iespaidu viņi konsultāciju laikā atstāj, un viņiem trūkst spējas paraudzīties uz savu uzvedību no malas. Kaut kādu priekšstatu viņi var gūt, ja šī neatbilstība starp faktisko un vēlamo iespaidu tiek pārrunāta, bet bieži visefektīvākā pieeja ir audio vai video ieraksta veikšana un dažu fragmentu atskaņošana, lai klientam parādītu viņa uzvedību konsultācijas laikā.

Pēc sākotnējās reakcijas uz šo, iespējams, iepriekš nepieredzētu situāciju, var izvērtēt konkrētas uzvedības izpausmes. Klientu pirmā reakcija uz šādu tiešu atgriezenisko saikni parasti ir pārsteigums, izdzirdot savu balsi vai ieraugot sevi šādā veidā.

Piemēram, lai ieturētu emocionālo distanci, klients var stāstīt stāstus vai nesaistītus gadījumus. Piefiksējot dažus šādas izturēšanās piemērus, jūs varat risināt šo problēmu tieši, uzskatei izmantojot reālus gadījumus. Pateicoties audio vai video ierakstam, jūs ar klientu varat novērtēt viņa uzvedību no cita skatpunkta (eksternalizācija). Izmantojot ierakstus, var samazināt klienta vēlmi nostāties aizsardzības pozīcijā un sekmēt gatavību risināt konkrētos jautājumus. Audio vai video ieraksta atskaņošana var būt noderīga arī, lai ilustrētu konsultēšanas procesā panākto progresu.

Kāds klients atnāca uz konsultēšanu pavisam sašļucis. Viņa izmisums atspoguļojās gan balsī, gan neverbālajās darbībās (viņš neskatījās uz konsultantu), gan apģērbā. Pēc laika viņš sāka runāt pašpārliecinātāk; viņš bija aizgājis pie friziera un acīm redzami vairāk rūpējās par savu izskatu. Konsultants šīs izmaiņas viņam varēja demonstrēt, salīdzinot jaunākos video ierakstus ar senākiem. Tā audio vai video ierakstu atskaņošanas stratēģija palīdz nostiprināt panāktās pozitīvās izmaiņas.

Audio vai video iekārtu izmantošana veicina refleksiju par konsultēšanas procesu. Audio vai video ierakstu atskaņošanu var arī aktīvi iekļaut mācību

Izmantojot ierakstus, var samazināt klienta vēlmi nostāties aizsardzības pozīcijā un sekmēt gatavību risināt konkrētos jautājumus.

procesā. Nākamajā nodaļā ir sadaļa par uzvedības vingrinājumiem, kas saistīti ar to, kā klienti lomus spēlēs var apgūt dažādas intervēšanas un darba meklēšanas stratēģijas. Audio vai video ieraksti var kļūt par svarīgu šīs mācīšanās stratēģijas daļu. Klientu izspēlēto jauno uzvedības modeli var ierakstīt, lai pēc tam noteiktus fragmentus atskaņotu un tā mācības nostiprinātu ar konstruktīvu atgriezenisko saikni. Manuprāt, mēs tagad tikai sākam aptvert, cik daudzveidīgi un radoši var izmantot tehnoloģijas, lai uzlabotu konsultāciju efektivitāti. Pagaidām audio un video ierakstu veikšana un atskaņošana tiek izmantota galvenokārt darba meklēšanas grupās, tomēr tehnoloģijas attīstās un atskaitīšanās kļūst aizvien svarīgāka, tāpēc nav grūti iztēloties, ka ierakstu izmantošana var kļūt par standarta praksi.

Bez audio un video ierakstu metodes ir arī daudzi citi saziņas paņēmieni. Labs piemērs ir mobilais tālrunis, bet internetā — *Facebook* un blogi. Visas šīs iespējas karjeras atbalsta speciālistiem rada gan jaunas iespējas, gan sarežģījumus. Jaunās tehnoloģijas var novest pie jaunu karjeras atbalsta pasākumu izvirduma. Viens no 21. gadsimta uzdevumiem ir noskaidrot, kā šīs tehnoloģijas efektīvāk izmantot karjeras atbalsta sniegšanā. Piemēram, Dr. Džeimss Sampsons (*James Sampson*) un viņa kolēģi Floridas štata Universitātes Konsultēšanas un karjeras attīstīšanas tehnoloģiju pētniecības centrā aktīvi izstrādā virtuālu karjeras atbalsta centru (sk. *Amundson, Harris-Bowlsbey & Niles, 2014*).

Problēmu risināšana

pēc divu vai trīs krēslu metodes

Formulējot problēmu dažādos aspektus, klientiem bieži ir grūti izvēlēties starp dažādām iespējām. Karjeras jomā klientiem var būt jāizvēlas viena no izglītības programmām, darba iespējām vai pat viens no rīcības modeļiem darbavietā. Lai kas tas arī nebūtu, klientam var palīdzēt, šo iekšējo dialogu padarot taustāmāku, izmantojot, piemēram, dažādus krēslus, kas simbolizēs dažādās iespējas. Šī pieeja šķietami līdzinās geštaltpsihologijai, taču ir dažas būtiskas atšķirības.

Vispirms ir jādefinē dažādās iespējas (tās simbolizē krēslī); tad klientam uz šiem krēslīem jāapsēžas un pilnībā jāiejūtas katrā no pozīcijām. Bieži tiek izmantoti tikai divi krēslī, bet, ja iespēju ir vairāk, arī krēslu skaits ir jāpalielina.

Kāda kliente, ar kuru es strādāju, centās izlemt, vai iet pensijā vai turpināt strādāt savā darbavietā. Viņa apsēdās uz pensijas krēsla un stāstīja, kāda būtu viņas dzīve, ja viņa spertu šo soli. Pēc tam viņa apsēdās uz darba turpināšanas krēsla un aprakstīja savu dzīvi šīs izvēles gadījumā. Abās pozīcijās es mudināju viņu izstāstīt gan savas domas, gan jūtas. Šī vingrinājuma uzdevums bija, izmantojot krēslus, skaidri nošķirt abas iespējas.

Nākamajā posmā es aicināju viņu izkāpt no problēmas un apsēties uz tā sauktā arbitra krēsla. Šī pozīcija ir līdzīga kā konsultantam: no arbitra skatpunkta viņa problēmu redz, bet vairs nav saistīta ne ar vienu tās pozīciju. Nu kliente situāciju ieraudzīja jaunā gaismā. Iejutusies jaunajā lomā, viņa paskatījās uz krēslīem un nolēma sabīdīt tos ciešāk. Tad viņa pārkārtoja krēslus tā, lai pensijas krēsls atrastos priekšā, bet otrs — aiz tā, jo viņai bija ienācis prātā scenārijs, ka viņa varētu pensionēties, taču turpināt veikt dažus darba pienākumus.

Citkārt es strādāju ar vidusskolas skolēnu, kurš mēģināja izšķirties — kļūt par skolotāju vai par datoranalītiķi. Kad skolēns iejutās abās lomās, bija skaidri redzams, ka viņš grib kļūt par skolotāju, taču tēvs centās viņu pierunāt izvēlēties labāk apmaksātu darbu saistībā ar datoriem. Kad skolēns apsēdās uz arbitra krēsla, viņš aptvēra, ka, iespējams, varētu kļūt par datormācības skolotāju, un salika krēslus vienu uz otra. Veicot tālāku izpēti, viņš noskaidroja, ka parasti (Kanādā — red. piez.) vispirms ir jāapgūst mācāmais priekšmets (datormācība) un pēc tam — pedagoģija. Tad krēsli tika pārvietoti tā, lai datoru simbolizējošais krēsls atrastos priekšā, bet izglītības krēsls — aiz tā. Fiziska krēslu pārvietošana palīdzēja precizēt sarunas tēmu un nonākt pie rīcības plāna.

Arbitra lomā klients tiek mudināts izkāpt no problēmas ārā, to pārkārtot un radīt jaunus variantus. Dažreiz krēsli tiek sabīdīti ciešāk, citreiz pastumti tālāk viens no otra vai tiek uzlikti cits citam virsū. Lai kas arī netiktu darīts, problēma tiek risināta taustāmākā veidā. Visa procesa gaitā klients tiek aicināts notiekošo komentēt, bet mana, konsultanta, loma ir ar viņu šajā procesā sadarboties.

Esmu šo paņēmieni izmantojis, strādājot ar visu vecumu cilvēkiem, un tas labi der, risinot visdažādākās problēmas. Parasti, kolīdz klients ir ieņēmis arbitra lomu, es esmu tas, kurš pārvieto krēslus atbilstoši viņa norādījumiem. Problēmu apspriežot, mēs sadarbojamies, un problēma tiek eksternalizēta.

Vairāki skatpunkti

Tikko aplūkotajā divu vai trīs krēslu stratēģijā, izmantojot krēslus, problēma tiek eksternalizēta, lai nošķirtu dažādas patības daļas. Šo ideju var izmantot arī citādi, piemēram, sadalot patību vairākās daļās un tad veicinot dialogu starp tām. Veicot šo nosacīto dalīšanu, kā pozīcijas, no kurām aplūkot aktuālo jautājumu, var izmantot dažādu veidu kategorijas.

Tā kā sarunā tiek aplūkoti vairāki skatpunkti, dažādo elementu attēlošanai nav praktiski izmantot krēslus. H. B. Dželats (*Gelatt*, 1991) ir ieteicis dažādo iespēju atspoguļošanai izmantot Edvarda Debono (*de Bono*, 1985) „sešas domāšanas cepures”, un, manuprāt, tā ir laba doma. Klients var izmantot, piemēram, dažādu krāsu zīmuļus, kas simbolizē dažādās nostājas. Runājot no konkrēta skatpunkta, viņš tur rokā tās krāsas zīmuli, kas simbolizē šo skatpunktu.

Šajā metodē ir uzsvērti jaunu priekšstatu veidošana, mainot skatpunktu.

Sešas „domāšanas cepures” ir šādas:

balta — objektīvs

dzeltena — pozitīvs

sarkana — emocionāls

zaļa — radošs

melna — negatīvs

zila — kontrolējošs

Kad cilvēki „uzliek” kādu no šīm cepurēm, viņi raugās uz problēmu no konkrētā skatpunkta. Viņi tiek mudināti rūpīgi izvērtēt problēmu no katras cepures viedokļa un tad gūtos priekšstatus pārrunāt.

Skatījumus var formulēt arī saskaņā ar pirmiedzīvotāju dziedniecības

apli (*McCormick & Amundson, 1997*). Tad problēma tiek aplūkota no četriem skatpunktiem — kognitīvā, emocionālā, biheiviorālā un garīgā —, un tie visi ir jāņem vērā. Problēmas atrisinājums ir rasts tikai tad, ja tas rada apmierinātību visās šajās jomās. Tā pamatā ir uzskats, ka, risinot problēmas, ir jāpanāk līdzsvars. Nepietiek tikai ar to, ka tiek atrasts labākais racionālais problēmas risinājums — tam ir jāapmierina arī emocionālās, biheiviorālās un garīgās vajadzības. Dziedniecības apli patība tiek sadalīta analītiskos nolūkos, taču beigās visi gabaliņi ir jāsaliek atpakaļ vienā veselumā.

Bez šaubām, ir arī daudzi citi veidi, kā kategorizēt dažādos skatījumus uz problēmu. Tos var organizēt pēc laika, proti, paraudzīties uz konkrēto jautājumu no pagātnes, tagadnes un nākotnes skatpunkta. Tos var organizēt arī pēc vietas, piemēram, ja kāds apsver iespēju darba dēļ pārcelties uz citurieni, katra varianta dzīvotspēju var izvērtēt, izejot no vietas aspekta. Vēl viena organizācijas metode ir saistīta ar skalas jēdzienu. No šī skatpunkta uzmanība tiek pievērsta lielumiem, un to var izmantot dažādās situācijās, piemēram, ja cilvēks izvērtē tālākizglītības iespējas un apsver atbilstošos variantus, no kuriem katrs aizņem atšķirīgu laika posmu (piemēram, vienu, trīs vai piecus gadus). Iespējas var atšķirties arī pēc tā, cik daudz pūļu un prasmju ir nepieciešams, lai atbilstu izvirzītajām prasībām.

Lai kāda kategorizēšanas sistēma arī netiktu lietota, šajā metodē ir uzsvērtā jaunu priekšstatu veidošana, mainot skatpunktu. Kā jau iepriekš teicu, daudzi klienti jūtas kā iestīguši un meklē paņēmienus, kā uz savu situāciju paraudzīties no cita skatpunkta. Šie vingrinājumi ir paredzēti, lai to veicinātu un, cerams, ļautu gūt jaunu skatījumu.

Uzņēmēja skatpunkta izmantošana

Daudzi autori, arī Pēters Plants (*Plant, 1997*), uzskata, ka uzņēmēji ir īpašs cilvēku tips. Savā ziņā es šim vērtējumam piekřītu, tomēr domāju, ka daži uzņēmējdarbības gara aspekti ir jāiesaista arī karjeras izpētes procesā. Aplūkojot savu situāciju uzņēmēja acīm, to var ieraudzīt pavisam citādi. Uzņēmēja skatījumā liela loma ir personiskajai kontrolei un pašnostājai. Tam ir raksturīga mazāka pasivitāte un izteiktāka aktīvā iesaistīšanās.

Uzņēmējiem ir raksturīgas noteiktas iezīmes. Grejs Poinels, Normens Amundsons un Rods Makormiks (*Poehnell, Amundson & McCormick, 2006, 16. lpp.*) uzskata, ka tās ir šādas: pašiniciatīva, pašpārliecība, konkurētspēja, uzcītība, spēja uzņemties risku, neatlaidība, radošums, mācīšanās visa mūža garumā, organizētība un patstāvīga domāšana. Šīm iezīmēm ir liela loma jebkurā karjeras izpētē.

Kas notiktu, ja mēs ieliktu klientu uzņēmēja lomā un uzdotu izveidot savu uzņēmumu? Esmu izmantojis šo uzdevumu darbā ar grupu. Vispirms es grupu sadalīju mazākās komandās

(pa 4 vai 5 cilvēkiem) un tad palūdzu viņus izveidot savu uzņēmumu, izmantojot grupas resursus. Šajā procesā komandu locekļi sāk plašu izpēti. Viņi sāk domāt, kā apvienot savas intereses, vērtības, personiskās iezīmes un spējas, lai radītu jaunu uzņēmumu. Šis process attīsta radošumu, kā arī analizēšanas un problēmu risināšanas prasmes. Parasti dalībnieki cits citam paūž atbalstu un mudina uzņemties noteiktus uzdevumus. Tā vietā, lai būtu nevarīgas marionetes, viņi iesaistās ar pašnostāju un spēku (atvēziens). Pēc 10 vai 15 minūšu ilgas diskusijas es lūdzu dalībniekus pastāstīt par savu uzņēmumu un produktiem, kā arī lomām, ko katrs dalībnieks uzņemsies.

Daži uzņēmējdarbības gara aspekti ir jāiesaista arī karjeras izpētes procesā.

Dažādo uzņēmumu veidošana ir tikai pirmais šī procesa solis, un ir vairāki veidi, kā turpināt. Pēc viena scenārija komandas dalībniekiem tiek

pateikts, ka viņu uzņēmējdarbība ir bijusi veiksmīga un tagad viņi savam kolektīvam var pievienot vēl vienu dalībnieku. Kādu cilvēku viņi gribētu pieņemt darbā (te jāmin gan profesionālā sagatavotība, gan personiskās iezīmes)? Izspēlējot darbinieku pieņemšanu, viņiem ir iespēja paraudzīties uz darba meklēšanu no darba devēja skatpunkta. Te arī redzams, kā darbā pieņemšanas procesā mijiedarbojas personiskās iezīmes un prasmes.

Viens no pēdējiem šīs aktivitātes aspektiem ir saistīts ar iespējamu uzņēmumu apvienošanu. Es aicinu komandas atsaukt atmiņā iepriekš dzirdētās prezentācijas un pārdomāt, kurš uzņēmums varētu labi saderēt ar viņu organizāciju. Katrai komandai savs viedoklis ir jāprezentē un jānosauc viena grupa, kas varētu atbilst viņu komandai.

Protams, pēc katra soļa ir jābūt diskusijai un grupas viedoklis jāuzklausa. Parasti dalībniekiem šis process patīk; tas viņus mudina būt novatoriskiem un domāt dažādos veidos.

Dažus uzņēmēja skatpunkta aspektus var izmantot arī individuāli. Šādā gadījumā klients tiek aicināts apsvērt savas iespējas no uzņēmēja skatpunkta — kādi varianti ir iespējami? Viņam nav obligāti jāizvēlas kļūt par uzņēmēju, taču iespēja šādi paraudzīties uz karjeras attīstīšanu var būt noderīga.

G. Poinels, N. Amundsons un R. Makormiks (*Poehnell, Amundson, & McCormick*, 2006) tālāk apgalvo, ka personisko prasmju un iezīmju nosaukšana ir tikai daļa no uzņēmējdarbības mozaikas. Lai uzņēmējdarbību varētu īstenot, ir jāizpēta arī tās iespējas, nepieciešamie resursi un jāizstrādā plāns.

Metaforas un simboli

Kā jau minēts 3. nodaļā, izmantojot metaforas, var lieliski aprakstīt problēmas būtiskos elementus tā, kā tos redz klients. Ar pāris vienkāršiem tēliem var definēt vismaz dažus problēmas aspektus. Tos var ilustrēt arī ar simboliem, kas reprezentē dažādas problēmas daļas. Tukša pudele var simbolizēt atkarību no alkohola, atteikuma vēstule — daudzos atteikumus, ko cilvēks saņēmis bezdarba periodā, goda raksts — panākumus u. tml. Neatkarīgi no tā, vai cilvēks izmanto simbolu, tādu kā tukša pudele, vai metaforisku situācijas attēlojumu, efekts ir līdzīgs — cilvēki vairāk pievēršas problēmas definēšanai un vienā tēlā ietver ļoti daudz informācijas.

Grūtākais šajā konsultēšanas posmā ir ne tikai noformulēt problēmu, bet arī pavirzīties tālāk un meklēt jaunus risinājumus. Pašvērtēšanas uzdevums dod iespēju izveidot citus tēlus vai simbolus, kas ataino jaunu realitāti. Dažkārt te var būt jāstrādā ar klienta piedāvāto tēlu, citkārt var tikt ieviests pavisam jauns tēls.

Piedāvājot klientam alternatīvas metaforas un simbolus, ir jādomā līdzīgi, kā viņš šos tēlus varētu uztvert.

Piemēram, vieni ar sportu

saistītie tēli ir piemēroti, bet citiem

ne. Ir svarīgi atrast tādus tēlus, kuri

iederas konkrētā cilvēka dzīvē. Nesen es konsultēju jaunu pirmiedzīvotāju

studentu, kurš apsvēra dažādas izglītības un karjeras iespējas. Viņš bija

ļoti apdāvināts un gribēja sasniegt izvīzītos mērķus. Vienlaikus viņš izjuta

pienākumu vadīt savas tautas brāļus, kas dzīvoja rezervātā. Es piedāvāju

viņam metaforu, kas balstīta uz zemes tēlu (svarīga vērtība pirmiedzīvotāju

kultūrā) un runā arī par vadītāja lomu:

*Izmantojot metaforas, var lieliski
aprakstīt problēmas būtiskos
elementus tā,
kā tos redz klients.*

*„Es redzu, ka jūs ejat prom no savas kopienas un ieminat
taku tikko uzkritušā sniegā. Iemīt taku ir grūti, un, lai tiktu*

uz priekšu, jūs nedrīkstat nolaist acis no mērķa. Daži citi kopienas locekļi vēro, kā jūs sperat šos soļus, un mēģina izlemt, vai jums sekot.”

Šis konkrētais tēls ļāva viņam ieraudzīt, ka ar izglītību un profesiju saistītos mērķus viņš var apvienot ar vēlmi būt par vadītāju. Viņš sāka apjaust, ka piemēra rādīšana, iespējams, ir vislabākais vadišanas veids.

Pašvērtēšanas uzdevums dod iespēju izveidot citus tēlus vai simbolus, kas ataino jaunu realitāti.

Dažkārt te var būt jāstrādā ar klienta piedāvāto tēlu, citkārt var tikt ieviests pavisam jauns tēls.

Citā situācijā kāds konsultants uz konsultāciju paņēma līdzīgu hokeja ripu — viņš strādāja ar nomāktu klientu, kurš aizrautīgi sekoja līdzīgai Nacionālās hokeja līgas spēlēm. Lielākā daļa sarunas tika veltīta tam, ka problēmas iespējams uzlūkot kā pretinieku hokeja komandu (eksternalizācija). Tika iztīrāti paņēmieni, kā aizsargāties pret uzbrucējiem (negatīvais iekšējais monologs) un kā uzbrukt, kad rodas

šāda iespēja (kļūt par darītāju, nevis marioneti). Simbols — ripa — bija konkrēts atgādinājums par hokeja metaforu, un klientam patika to turēt rokās, apspriežot problēmas un to iespējamās risinājumus.

Metaforas ir svarīgs instruments katrā konsultēšanas posmā. Tās var arī uzskatāmi atgādināt par gūtajiem panākumiem. Regulāra metaforu izmantošana dod konsultantam skaidrus atskaites punktus par pārejas procesu. Tālāk sniegti vēl daži piemēri, kā īstenot ar metaforām saistītas aktivitātes.

A. Laika rindas metaforas

Metaforas var mainīt, izveidotajā struktūrā ieviešot laika jēdzienu (pagātne, tagadne un nākotne), t. i., kā bija agrāk, kā ir šobrīd un uz ko jūs cerat nākotnē. Iepriekš aprakstītais „brīnuma jautājums” bieži ir saistīts ar

vizualizāciju, kas rada lielisku iespēju izmantot metaforiskus tēlus (klienti sevi redz konkrētā laika brīdī nākotnē). Uzzīmējot laika rindai atbilstošus attēlus, klienti var ieraudzīt sevi dažādos dzīves posmos. Aplūkojot pagātņi, pārejot uz tagadni un tālāk uz nākotni, viņi var redzēt, kā notikumi mainās, un padomāt, kādi soļi palīdz dažādos attēlus savienot, jo īpaši — kas ir jādara, lai sasniegtu mērķi nākotnē.

Šo procesu var strukturēt arī saskaņā ar Timo Vehemettena, Pirjo Keskinena un Rauno Parrilas (*Vahamottonen, Keskinen, and Parrila, 1994*) aprakstīto stratēģiju, proti, klienti tiek aicināti iztēloties savus pašreizējos apstākļus un dažus iespējamus nākotnes pavērsienus. Pēc tam viņi saņem lielu papīra lapu, kuras centrā ir uzrakstīta frāze „Es šeit un tagad”. Viņi tiek lūgti uzzīmēt, kas vien ienāk prātā, īpaši uzsverot tās tēmas un cilvēkus, kas šajā situācijā šķiet svarīgi. Parasti šajā zīmējumā ir ietverti vairāki metaforiski tēli (piemēram, bumba simbolizē viņu saistību ar sportu), un jūs varat izmantot šos tēlus kā sākumpunktu sarunai par viņu pašreizējo situāciju un to, kādi, viņuprāt, ir iespējamie risinājumi.

B. Karjera kā ceļš vai ceļojums

Viena no visbiežāk lietotajām karjeras metaforām ir „ceļš” vai „ceļojums” (*Inkson, 2004*). Jēdziens „karjeras ceļš” paredz virzību no vienas vietas uz citu un arī virzību laikā. Karjeras ceļojumu var attēlot dažādi. Otrajā nodaļā tika pieminēta emocionālā viļņošana (*Borgen & Amundson, 1987*) un karjeras ceļu karte (*Westwood, Amundson, & Borgen, 1994*).

Vēl viens ceļa modelis, kas tiek izmantots citā kontekstā, ir kāpšana kalnā (t. s. atlabšanas kalnā). Šī modeļa pirmsākumi meklējami Džeimsa Pročaskas, Karlo Diklementes un Džona Norkrosa darbos (*Prochaska & DiClemente, 1982; Prochaska, DiClemente & Norcross, 1992*). Vēlāk šis modelis tika izmantots, palīdzot klientiem ārstēt ēšanas traucējumus (*Gusella, Casey, & Schurter, 2002*). Sākotnējā uzdevuma aprakstā bija teikts, ka kāpšana kalnā nav viegla un ir iespējams definēt vairākus tās posmus. Esmu mazliet izmainījis šo modeli, lai tas atbilstu karjeras konsultēšanas

vajadzībām, un pielāgotās versijas posmi ir šādi.

1. **IZVĒLES PRIEKŠĀ / apcere** — šajā posmā cilvēks sāk apzināties kalna eksistenci, taču nav pilnīgi pārliecināts, ka vēlas sākt pārmaiņu procesu. Lēmums kāpt kalnā nozīmē iziešanu no savas komforta zonas un riskēšanu.
2. **SAGATAVOŠANĀS / priekšdarbi** — sagatavošanās posmā uzmanība ir pievērsta pārmaiņām un priekšdarbiem, lai varētu spert pirmos soļus uz priekšu. Ir nepieciešams iesaistīties fiziski, intelektuāli, emocionāli un garīgi.
3. **DOŠANĀS UZ PRIEKŠU / rīcība** — šajā posmā cilvēks sper pirmos soļus uz priekšu. Ne vienmēr tie virzās taisni. Reizēm ir jāpaiet sānis un pat mazliet atpakaļ, pirms atkal var doties uz priekšu.
4. **PĀRTRAUKUMS / bāzes nometne** — šajā posmā cilvēks ir pavirzījies uz priekšu un, iespējams, ir jāapstājas un jāizplāno pēdējais kāpiena posms. Alpinisti parasti neiekaro virsotni vienā piegājienā. Pa ceļam ir ierīkotas nometnes, un netālu no virsotnes viņi vienmēr uzceļ bāzes nometni, kur velta laiku pārdomām, sakopo spēkus un veic papildu plānošanu. Dažkārt cilvēki jūtas apmaldījušies un jūt, ka ir jāapstājas un jāpārdomā, ko darīt tālāk. Iespējams, ka ir nepieciešami papildu resursi vai atbalsts.
5. **PANĀKUMI / mērķu sasniegšana** — šī ir kalna virsotne, kur mērķi ir sasniegti un cilvēks jūt, ka labāk kontrolē savu dzīvi.

Šajā modeli tiek uzsvērts, cik liela nozīme ir pūlēm, apņēmībai un motivācijai iet uz priekšu. Tam raksturīgs arī dinamisma elements, jo kāpšana kalnā pavisam noteikti nav lineārs process. Saskaņā ar šo modeli kustība notiek visos virzienos (lai tiktu tālāk, vispirms var būt jāpaiet mazliet atpakaļ) un rodas sapratne, ka uz kalna virsotni ved vairāki ceļi. Dažādos ceļojuma posmos tiek apjausta arī nepieciešamība pēc

pārtraukuma (bāzes noņemšana vai atslābuma periods). Šis modelis labi sader ar daudziem pašreizējo darba tirgus grūtību aspektiem.

Izmantojot šo modeli, klienti tiek mudināti pārdomāt dažādos ceļojuma posmus un pastāstīt, kur viņi pašlaik redz sevi. Tā ir kā sākotnējā vērtēšana. Tad konsultants aicina klientus kāpt kalnā augstāk, proti, pārdomāt, kas būtu nepieciešams, lai nokļūtu nākamajā posmā. Šī kustība uz priekšu un atpakaļ saskan ar iepriekš aplūkotajām laika rindas metaforām.

Ceļa vai ceļojuma metafora var izpausties dažādi. Mani ir ieintriģējis kāds Deivida Vaita darbs (*Whyte*, 2001), kurā ceļojuma tēlu viņš traktē kā jūras braucienu:

„Man šķiet, ka ikviena cilvēka dzīvē ir jūras brauciens — ceļošanas un atbraukšanas — elementi. Katra cilvēka dzīvē ir kā kuģis, kurā ietvertas neskaitāmas citas dzīves, par kurām mēs lielā mērā esam atbildīgi. Mums ejot cauri svarīgiem dzīves posmiem, šis kuģis ceļo no vienas nezināmas jūras uz citu, un ikviena cilvēka ceļojumā pa pasauli viņš pats ir kapteinis...” (59. lpp.)

Pēc tam Vaita apgalvo, ka mēs dzīvojam vēsturiskā periodā, kur apmums gāžas daudzas pārmaiņu straumes. Kuģošana pa ūdensceļiem šādos apstākļos var būt gan grūta, gan aizraujoša.

Aplūkojot ceļojuma jēdzienu, iedvesmai esmu izmantojis arī Saimona un Garfunkela dziesmu *Bridge Over Troubled Water* („Tilts pār nemierīgu upi”) (*Amundson*, 2008). Veicot šo analīzi, es pievērsu uzmanību arku un tiltu konstrukcijai un tam, cik liela ir noslēgākums nozīme. Donalds Supers (*Super*, 1990) ir izmantojis arkas tēlu, aprakstot iekšējos un kontekstuālos mainīgos lielumus, kuri ietekmē indivīda karjeru. Pēc Supera domām, noslēgākums, kas visu satur kopā, ir „patība”. Manuprāt, „patība” ir svarīga, taču ir vajadzīgs kas būtiskāks, proti, JĒGA — tas, kā mēs piešķiram pasaulei jēgu, gan lūkojoties caur personisko prizmu, gan raugoties no plašākas garīgās realitātes skatpunkta. Māri Kārلسena (*Carlsen*, 1988) raksta, ka jēga

ir „nozīme un nozīmes radīšana, nolūks un tiekšanās uz mērķi, esība un būšana” (23. lpp.). Ar to viņa grib teikt, ka „jēga” ir jāuztver gan kā lietvārds, gan kā darbības vārds — kā vārds, kas aptver gan procesu, gan rezultātu.

C. Pūķa laišana

Viena no manām bijušajām studentēm, Mišela Kvopisa (*Kvapisa*, 2008), strādājot ar metaforām un karjeru, iztēlojās, kā uz karjeru varētu attiecināt pūķa laišanas metaforu. Pūķa laišana ir populāra daudzās valstīs un kā metafora varētu sniegties pāri valodas un kultūras barjerām. Saistībā ar pūķa laišanu var apsvērt vairākus elementus, piemēram, pūķa izgatavošanu un prasmes, kas nepieciešamas, lai to pienācīgi palaistu.

Var uzzīmēt dažādus pūķus. M. Kvopisa (*Kvapisa*, 2008) savu pieeju ilustrē ar parastu romba formas pūķi, kas sadalīts četros segmentos (prāts, ķermenis, gars, emocijas), kuru krustpunktā, daļēji pārklājot visus četrus kvadrantus, atrodas „rīcība”, savukārt aste simbolizē stabilitāti. Klients tiek aicināts uzzīmēt sava pūķa kontūras un tad analizēt, kāda loma šiem četriem segmentiem ir viņa karjeras dzīvē. Nonākot līdz „rīcībai”, klients ar konsultantu var pārrunāt, kādas darbības katrā no četriem segmentiem tiek veiktas. Šim procesam ir raksturīgi šādi jautājumi.

- | | |
|-----------------|---|
| Prāts | Cik lielā mērā darbs jums atbilst intelektuālajā ziņā? Cik tas jums ir svarīgi? |
| Ķermenis | Cik svarīgi jums ir būt fiziski aktīvam un justies veseram? Vai jūsu pašreizējā darba un dzīves situācija veicina veselīgu dzīvesveidu? |
| Gars | Cik svarīgs jums ir iekšējais miers? Kā jūsu garīgā pārlicība ietekmē jūsu darbu? |
| Emocijas | Kādas sajūtas jūs pārņem, domājot par pašreizējo situāciju? Vai spējat pārvaldīt savas emocijas? |

Kad pūķis ir uzzīmēts, klientam ir jāizpēta sava pūķa laišanas pieredze. Ir vairāki paņēmieni, kā to veicināt, piemēram, uzdodot šādus jautājumus.

1. Kādos laikapstākļos jūs laižat pūķi? Vai laiks vienmēr ir bijis šāds, vai arī ir notikušas kādas izmaiņas? Ja jā, kas nosaka dažādos laikapstākļus? Kāda saistībā ar pūķa laišanu jums rādās nākotne?
2. Vai jūs spējat pūķi kontrolēt? Pūķa laišanai ir nepieciešamas noteiktas prasmes; kā jūs tās esat uzlabojis? Cik pārliecināts jūs esat par savu spēju laist pūķi tā, kā to vēlaties? Vai ir gadījies, ka pūķis jums vairs neklausā, un ko jūs darījāt, lai situāciju mainītu?

Pēc sarunas var palūgt, lai klients uzzīmē ideālo vai vēlamo pūķi, un pārrunāt, ar ko pašreizējais stāvoklis atšķiras no tā, kādā viņš gribētu būt. Svarīga šīs sarunas daļa ir rīcības komponente.

Pūķi, protams, mēdz būt visdažādākie, un sarunas beigās varētu būt interesanti klientam pajautāt, kāda veida pūķis viņam patīk vislabāk. Kāds lielums, forma un krāsas raksturo viņa pūķi?

Par pūķa izgatavošanas un laišanas tēmu var risināt arī citādus dialogus. Varētu būt interesanti noskaidrot, kāda ir klienta bērnības pieredze saistībā ar pūķiem. Diskusiju var sākt arī, parunājot par romānu un filmu „Pūķa ķērājs” (autors Hāleds Hoseinī).

D. Arhetipiskās metaforas

Uz karjeru var attiecināt daudzus metaforiskus tēlus. Kerrs Inksons (*Inkson, 2004*) ir mēģinājis sakārtot šīs metaforas tēlu virknēs, kuras „lielā mērā var paust pašreizējās zināšanas par karjeras jautājumiem” (100. lpp.). Viņš norāda, ka tās ir karjeras pētījuma pamatā esošās dominējošās arhetipiskās metaforas. K. Inksona identificētās metaforas ir šādas.

1. **Mantojums** – karjera kā mantojums
2. **Darinājums** — karjera kā konstrukcija
3. **Gadalaiki** — karjera kā cikls
4. **Saderība** — karjera kā atbilstība
5. **Ceļš** — karjera kā ceļojums
6. **Tikls** — karjera kā satikšanās un attiecības
7. **Teātris** — karjera kā loma
8. **Ekonomika** — karjera kā resurss
9. **Naratīvs** — karjera kā stāsts

Šie metaforiskie tēli ļoti uzrunā, un tie aptver visdažādākos skatījumus uz karjeru. Pārdomājot šo procesu, esmu nonācis pie pārliecības, ka šis saraksts nav pilnīgs. Es tajā iekļautu vēl tādus tēlus kā anomālija, izlaušanās, aicinājums, deja, estētika, dārzs, kaleidoskops, kāpnes, puzzle, meklējumi, posmi, avantūra u. c. (*Amundson, 2006b*). Daži no šiem papildu tēliem atbilst pašreizējai karjeras teorijai un praksei, jo īpaši saistībā ar mūsdienās aktuālo karjeras nenoteiktību, garīgo ievirzi un holistisko integrāciju (*Amundson, 2005*).

Pirms šo tēlu izmantošanas pajautājiēt klientam, kā viņš aprakstītu savu karjeru: kāds metaforiskais tēls varētu attiekties uz viņa situāciju? Kad šāda metafora ir atrasta, izpētiet un iztīrājiet šo tēlu. Piemēram, kad intervēju klienti Džesiju, viņa savu karjeras ceļojumu aprakstīja kā kāpšanu kalnā. Pēc tam es viņai uzdevu šādus jautājumus: „Kurā kalna vietā jūs atrodaties? .. Ko jūs nesat līdzi (karte, mugursoma, kompass)? .. No kurienes jūs nākat un kurp dodaties? .. Kādus šķēršļus jūs esat pārvarējusi, un kādi vēl varētu

būt priekšā? .. Vai jūs ceļojat viena vai kopā ar citiem?” Šī izvaicāšana notiek bez nosodījuma, paužot zinātkāri un cieņu. Tās nolūks ir izpētīt šo tēlu un uzdot jautājumus, lai šo metaforu paplašinātu.

Protams, nav vienas „pareizās” metaforas, un, lai paplašinātu savu izpratni un iztēli, bieži var palīdzēt daudzu metaforisku skatpunktu apzināšana (*Inkson & Amundson, 2002*). Esmu eksperimentējis ar šo procesu un domāju, ka ir lietderīgi paplašināt skatījumu, papildus izmantojot vismaz divus metaforiskos skatpunktus. Turpinot minēto piemēru, Džesija kā otro metaforu izvēlējās „anomāliju”. Domājot par savu karjeru, viņa saprata, ka veids, kā viņa „kāpj kalnā”, ir īpašs. Tas, kā viņa izdarīja izvēli un uzņēmas risku, atšķīrās no tā, ko darīja daudzi viņas draugi. Izpētījuši šo metaforu, mēs pievērsāmies trešajai — „mantojumam”. Šajā ceļojumā Džesija saprata, ka izmanto daudzus tādus resursus, kurus ir devusi audzināšana. Viņas vecāki, kas bija imigranti šajā valstī, bija iemācījuši viņai neatlaidības un smaga darba vērtību. Lai gan priekšā bija daudzas grūtības, šī sieviete bija apņēmusies nepadoties. Džesija apzinājās arī to, ka viņas spertie soļi veidos mantojumu pašas meitai — to, kā viņa veidos savu karjeru. Ar katru metaforu pašizpratne padziļinājās un paplašinājās un pieauga sapratne par daudzajiem karjeras attīstīšanas aspektiem. Šis process palīdzēja viņai paplašināt izpratni par sevi, celt pašcieņu, kā arī deva dažas jaunas atziņas.

Lai izveidotu jaunus skatpunktus, ar metaforām var strādāt dažādi. Papildus jau apspriestajam jūs varat lūgt klientu aprakstīt, kādas metaforas radītu citi. Kādā ziņā šie tēli sakristu, un kādas būtu atšķirības? Kāda būtu klienta reakcija uz citu radītajām metaforām? Strādājot ar grupu, jūs varat lūgt dalībniekus paplašināt savus tēlus tā, lai tie ietvertu arī kolektīva metaforu. Tā jūs pievērsīeties gan kolektīva, gan indivīdu identitātei.

E. Teātra metaforas

Kāda cita pieceja paredz padziļinātu pievēršanos vienai konkrētai karjeras metaforai. Manu interesi īpaši ir piesaistījusi karjeras metafora „teātris”.

Socioloģijā un daudzos organizāciju literatūras avotos cilvēks tiek aplūkots kā „aktieris” darba un dzīves lugā (*Arthur, Inkson, & Pringle, 1999; Pine & Gilmore, 1999*). Ir vismaz četri teātra veidi (*Amundson, 2002*), kurus var definēt šādi.

1. **Ielu teātris.** Cilvēks spēlē viens vai kopā ar citiem, izmantojot ielu kā skatuvi.
2. **Improvizācijas teātris.** Cilvēks uzstājas viens vai nelielā grupā, izmantojot skatītāju norādījumus. Piemēram, skatītāji pasaka trīs vārdus (netīrumi, zīmuļi un karaļnams) un aktieriem ir jāuzved ludziņa, kurā ir iesaistīti šie vārdi.
3. **Skatuve.** Cilvēks strādā lielākā grupā saskaņā ar izsniegto scenāriju. Katram tiek iedalīta konkrēta loma, un luga tiek uzvesta regulāri.
4. **Filma.** Cilvēku grupa sanāk kopā, lai īstenotu konkrētu projektu, un tā paliek kopā, līdz filma ir pabeigta. Ir iespēja vienu kadru filmēt vairākas reizes un izmantot specefektus.

Strādājot ar grupu, palūdziet dalībniekus sarindot šīs iespējas prioritārā kārtībā un atrast tos cilvēkus, kuru pirmā izvēle ir tāda pati. Pēc īsas sarunas aiciniet grupas pamatot savu izvēli. Pēc tam es lūdzu izveidot grupas, vadoties pēc tās iespējas, kura ir vismazāk vēlama. Individuālajā konsultācijā notiek vispārēja saruna par prioritāšu izvēli un to, kā šīs prioritātes atspoguļo noteiktas vērtības, personisko stilu, prasmes un intereses.

Izmantojot šo vingrinājumu, bieži esmu dzirdējis dažas frāzes, ar kurām cilvēki pamato, kāpēc kā pirmo ir izvēlējušies noteiktu teātra veidu.

1. **Ielu teātris:** pārliecība, kontrole, mārketingas, pārvaldība, brīvība, patstāvība, radošums, elastīgums.
2. **Improvizācijas teātris:** sadarbība, iedvesma, atbalsts, pielāgošanās,

ātra domāšana, daudzi talanti, radošums, iztēle, pievēršanās tagadnei, laba humora izjūta.

3. **Skatuve:** komandas darbs, koordinēšana, smags darbs, rakstura veidošana, empātija, burvība, enerģija.
4. **Filma:** komandas darbs, ierobežota saskarsme ar auditoriju, iespaidīgums, iespēja pārfilmēt, kontrole, mantojums, sekošana norādījumiem, materiāls atalgojums.

Daudzējādā ziņā šī ir interesanta aktivitāte, kas cilvēkus iesaista un mudina uz pārdomām par personiskajām un darba dzīves vērtībām un izvēlēm.

F. Lomu metaforas

Raugoties no lomu analīzes skatpunkta, var izmantot metaforas, kas apraksta dažādas lomas, un palūgt cilvēkus izvēlēties sev piemērotās. Esmu sagatavojis sarakstu ar izplatītākajiem metaforiskajiem tēliem, kas saistīti ar lomām.

- **Treneris** (sniedz norādes, atbalstu, māca)
- **Dārznieks** (rūpējas, atbalsta, apgriez, ravē)
- **Glābējs** (novēro, reaģē, glābj)
- **Attieksmes maiņas veicinātājs** (radošs, ietekmē, rīkojas)
- **Ziemassvētku vecītis** (pozitīvs, dod bagātīgas dāvanas)
- **Loka šāvējs** (trenēšanās, prasmīga šaušana mērķī)
- **Vecāks** (rūpējas, virza, atbalsta)

- **Ārsts** (klausās, analizē, dod norādījumus)
- **Amatnieks** (radošs, praktisks, prasmīgs)
- **Vadītājs** (organizē, īsteno politiku, atbalsta)
- **Komandas loceklis** (trenējas, sadarbojas, piedalās spēlē)
- **Pārdevējs** (ietekmē, tirgo)
- **Programmētājs** (saprot noteikumus, dizaineris)
- **Lobētājs** (aizstāvis, ietekmīgs, darbojas aizkulisēs)
- **Analītiķis** (vērtē, risina neskaidrības)
- **Apsargs** (pārbauda, liek ievērot noteikumus)
- **Ceļojumu aģents** (klausās, pārdod, piemeklē atbilstošus ceļojumus)
- **Runasvīrs** (aizstāv, redzams, pārstāvis)
- **Cits ...**

Strādājot ar klientiem, jūs varat izmantot šo vai citu lomu sarakstu pēc saviem ieskatiem. Palūdziet klientus izvēlēties tās lomas, kas viņu darba dzīvē ir visnozīmīgākās (vismaz 3 lomas). Izpētiet tās un mēģiniet noteikt, kādas tēmas šīm lomām ir raksturīgas.

G. Metaforu kartītes

Kā šajā sadaļā par metaforām un simboliem redzams, var pētīt daudz dažādu metaforu. Savā 2010. gadā iznākušajā grāmatā „Metaforu veidošana: jūsu karjera, jūsu dzīve, jūsu izvēle” (*Metaphor Making: Your*

Career, Your Life, Your Way) esmu aprakstījis dažādus paņēmienus, kā strādāt ar metaforām. Esmu arī aprakstījis 40 metaforas, kuras var attiecināt uz karjeras attīstīšanu. Strādājot ar tām, es cilvēkus mudinu atvēlēt pietiekami daudz laika katram tēlam — iedziļināties katrā metaforā un tajā pabūt. Tālāk iekļautais K. S. Lūisa teksta fragments ilustrē brīnišķīgu metaforu lietojumu, kas saistīts ar šo apcerīgo pieeju.

K. S. Lūiss. Meditācija šķūnī

Šodien es stāvēju tumšajā šķūnī. Ārā spīdēja saule, un pa spraugu virs durvīm ielauzās saulesstars. No vietas, kur stāvēju, šis gaismas stars ar puteklīšiem, kas tajā dejoja, bija iespaidīgākais, kas telpā bija redzams. Viss pārējais bija gandrīz piķa melns. Es redzēju staru, bet neredzēju, ko tas izgaismo. Tad es nostājos tā, lai stars iespīdētu man acīs. Pēkšņi iepriekšējais skats izgaisa. Es vairs neredzēju ne šķūni, ne (pats galvenais) pašu staru. Tā vietā pa neregulārās formas spraugu virs durvīm es ieraudzīju zaļas lapas, kas kustējās koka zaros, un aiz tām vairāk nekā 90 miljonus jūdžu tālāk — sauli. Skatīšanās starā un skatīšanās uz staru ir ļoti atšķirīgas pieredzes.

Esmu izpētījis visdažādākās metaforas: ceļojums, transporta veidi, mana dzīve kā grāmata, karjeras plūsma, atvēziens, tilts pār nemierīgu upi, kāpšana pa karjeras kāpnēm, ceļš uz Oza zemi, vētras epicentrs, turēšanās virs ūdens, karjeras enkuri, uguns, vēja ķeršana, otrā elpa, raža, dārzs, darbs kā aicinājums, ķermenis, puzzle, karjeras darināšana, tauriņš, mazs cinītis gāz lielu vezumu, sniegapika, persiks vai kokosrieksts, sadarbības tīklu veidošana, izlikts pārdošanai, līdzsvars, žonglēšana, emocionālā viļņošanās, lomu spēles, skatuves māksla, muzikālā izpausme, magnētiskā pievilksnās, uzvara spēlē, laimes spēle, veidne–pelējums–kurmja rakums, ārpus kastes, lidot ar ērgļiem, varoņa ceļojums, mantojums. Katrai no šīm metaforām esmu sniedzis vienu vai divas lappuses garu aprakstu un dažus jautājumus pārdomām.

Ar šīm metaforām ir saistītas arī metaforu kartītes. Uz katras kartītes ir īss metaforas apraksts un daži jautājumi pārdomām un diskusijai. Ar šīm kartītēm var strādāt dažādi. Es tās esmu izmantojis kā spēli: klients paņem nejauši izvēlētu kartīti un atbild uz jautājumiem. Ja pirmā kartīte īsti neatbilst klienta situācijai, es parasti ļauju izvēlēties vēlreiz. Strādājot mazā grupā, uz kartītes jautājumiem ir jāatbild visiem grupas locekļiem. Piemēram, ja kāds ir izvilcis kartīti ar puzzle, viņiem jāpārdomā, kā viņu dzīve vai karjera līdzinās puzzlei — vai tā ir izjaukta pa gabaliņiem, tiek likta kopā, ir jau salikta vai ir atstāta pusratā; iespējams, viņi paši ir daudz lielāka attēla gabaliņš. Galvenā doma te ir palīdzēt cilvēkiem iegūt dažādus metaforiskus skatījumus, tāpēc bieži vien ir lietderīgi atkārtot šo procesu divas vai trīs reizes ar dažādām metaforu kartītēm.

Vēl viens paņēmieni, kā strādāt ar kartītēm, ir iepriekš izvēlēties nedaudzas kartītes atbilstoši situācijai. Kartītes tiek iedotas klientam, un viņš tiek lūgts izvēlēties divas vai trīs sev visbūtiskākās. Turpmākā saruna pievēršas tam, kā šīs kartītes tika izvēlētas un kādi stāsti ir saistīti ar šīm metaforām.

11. attēls. Metaforu kartītes



Mācīšanās, spēlējot spēles

Grupu konsultācijās ir lieliska iespēja nonākt pie jaunām atziņām, spēlējot spēles. Spēles bieži atspoguļo dzīves īstenību, tāpēc konsultēšanā ir izmantojamas kā sava veida metaforas. Šīs spēles ir veidotas tā, lai radītu prieku un vienlaikus, pārrunājot starppersonisko mijiedarbību un individuālo reakciju spēles laikā,

ļautu nonākt pie vērtīgām atziņām.

Daudzi nodarbību vadītāji izmanto spēles, lai dalībnieki labāk varētu saprast izteikto domu. Piemēram,

apspriežot pārmaiņas, es lūdzu

klientus sakļaut plaukstatā, kā viņiem ir ērti. Dažiem virspusē ir labais iekšķīsis, bet citiem — kreisais. Kad es lūdzu satvērienu mainīt, viņi ievēro diezgan lielu atšķirību — poza nav tik ērta. Pārrunājot šo situāciju, jūs varat norādīt, ka cilvēki atšķiras — viena pozīcija nav vienlīdz ērta visiem. Ja notiek kādas izmaiņas, stāvoklis var būt jāmaina, un tas ir grūti.

Spēles bieži atspoguļo dzīves īstenību, tāpēc konsultēšanā ir izmantojamas kā sava veida metaforas.

Vēl viena aktivitāte, ko esmu izmantojis sarunās par pārmaiņām, ir šāda: grupas nodarbības laikā es, neko nepaskaidrojot, ik pa laikam piepildu kādu glāzi ar ūdeni (Fritz, 1991). Drīz grupas locekļi notiekošo sāk interpretēt un beigu beigās jautā, kas te notiek. Pirms savas rīcības pamatošanas es lūdzu izteikt viņu versijas. Parasti tiek piedāvāti ļoti interesanti varianti, piemēram, „jūs ielejat glāzē ūdeni, kad mēs uzdodam labu jautājumu” vai „jūs piepildāt glāzi katras nodarbības daļas beigās”. Patiesībā glāžu piepildīšanas nolūks ir parādīt, ka ne vienmēr viss ir saprotams. Mēs bieži cenšamies atšifrēt informāciju, kurai nav jēgas. Dažkārt mums jāļauj, lai nesaprotamais tā arī paliek noslēpumā tīts, un jāspēj izbaudīt mirkli, kaut arī mēs nesaprotam, kas notiek.

Lai risinātu jautājumus, kas saistīti ar komandas darbu un mācīšanās stiliem, var īstenot citas, sarežģītākas, grupas spēles. Viena, ko esmu izmantojis ļoti bieži, ir papīra lidmašīnu izgatavošana. Sākumā es sadalu

grupu mazākās komandās (pa 4 līdz 6 cilvēkiem) un dodu uzdevumu izgatavot lidmašīnas, lai pēc tam piedalītos sacensībās, kurš lidmašīnu aizlidinās vistuvāk mērķim telpas otrā galā. Noteikumi paredz, ka katram grupas dalībniekam ir jālidina vismaz viena lidmašīna. Parasti es lūdzu aizlidināt par dažām lidmašīnām vairāk, nekā komandā ir dalībnieku, lai redzētu, kuram tiek iespēja lidināt vairākas reizes un kā šis lēmums tiek pieņemts. Tātad, ja komandā ir pieci cilvēki, viņiem varētu būt jālidina astoņas lidmašīnas. Lidmašīnām ir jāplanē, un nevar izmantot vienkārši saburzīta papīra bumbas. Lai būtu jautrāk, uzvarētājam ir paredzēta individuālā balva un viņa komandai — grupas balva, t. i., šokolādes batoniņš uzvarētājam un zemesrieksti grupai. Spēles laikā komandas pēc kārtas lidina savas lidmašīnas un spriedze pieaug. Beigās es aicinu katru komandu sanākt kopā un pārrunāt spēles laikā gūto pieredzi. Daži no jautājumiem pārdomu raisīšanai par šo spēli, ir šādi.

1. Kā jūsu komandai veicās ar lidmašīnu izgatavošanas plānošanu? Kāda stratēģija tika izmantota, un kā šajā scenārijā iedarējās komandas locekļi, proti, vai bija kāds līderis, kā tika pieņemti lēmumi un ko jūs no tā iemācījāties?
2. Kādi iekšējie monologi norisinājās spēles laikā? Kādas bija attiecības starp tiem, kuri zina, kā izgatavot papīra lidmašīnas, un tiem, kuru prasmes šajā ziņā ir vājas?
3. Kas notika lidmašīnu lidināšanas laikā? Kāds komandas noskaņojums un kādas sarunas bija raksturīgas katram šīs aktivitātes posmam?

Pēc šīs nelielās sarunas visas komandas tiek aicinātas kopā uz plašāku diskusiju par to, kā šajā aktivitātē gūtās atziņas var attiecināt uz individuālo mācīšanās stilu, motivāciju, lēmumu pieņemšanu, grupas komandas darbu utt. Organizējot šādas spēles, jums ir skaidri jāzina, ko gribat panākt. Spēles gan grupu uzlādē, tomēr parasti šādai aktivitātei ir vajadzīga vēl kāda motivācija. Organizējot spēles, ir jāņem vērā grupas attīstības stadija. Ja grupa nav pietiekami saliedēta, tās locekļi var nevēlēties piedalīties aktivitātē, kuras iznākums ir neskaidrs. Protams, spēles mērķis ir iesaistīt

cilvēkus kādos „reālās dzīves” notikumos, kur viņi reaģē noteiktā veidā, un pēc tam viņu rīcību pārrunāt. Piedalīšanās šādos vingrinājumos ir mazliet riskanta, un vispirms grupa ir jāsaliedē, lai izveidotos uzticība grupai un nodarbības vadītājam.

Mācīšanās nolūkā var izmantot dažādu veidu spēles. Galvenais ir izvēlēties tādas, kas atbilst grupas attīstības līmenim un izraisa interesantu starppersonisko pieredzi. Lai ieguvums no šīs aktivitātes būtu maksimāli liels, ir svarīgi atvēlēt pietiekami daudz laika arī spēles gaitas apspriešanai.

Spēlēm ir liela nozīme grupas nodarbībās, taču esmu konstatējis, ka tās var efektīvi izmantot arī individuālajās konsultācijās. Piemēram, klientam var uzdot dažādas mīklas, lai palīdzētu attīstīt radošo domāšanu. Dažas šajās aktivitātēs gūtās atziņas var izmantot karjeras problēmu risināšanā. Tāpat kā organizējot spēles grupā, ir svarīgi, lai šīs aktivitātes beigās pietiekami daudz laika tiktu atvēlēts tās apspriešanai.

Stāstu stāstīšana

Karjeras attīstības vērtēšanā un sekmēšanā aizvien biežāk tiek uzsvērtā stāsta nozīme (Cochran, 1997; Peavy, 2004; Savickas, 2005). Ieradušies uz konsultāciju, daudzi klienti informāciju par savām problēmām izklāsta kā stāstu. Stāstu stāstīšana ir dabisks veids, kā citiem pavēstīt savu pieredzi. Stāsti uzrunā cilvēkus gan emocionāli, gan kognitīvi. Ja notikumi ir iepīti stāstā, tos ir vieglāk atcerēties. Jannis Gabriels (*Gabriel*, 2000, 239. lpp.) piedāvā formālu stāstu definīciju:

„Stāsts ir naratīvs ar sižetu un tēliem, kas ar tēlainiem simboliem stāstītājā un klausītājos raisa emocijas. Šie

simboli var būt radušies fantāzijas vai pieredzes, t. sk. agrāku naratīvu pieredzes, rezultātā. Stāstu sižetā ir ietverti konflikti, dilemmas, pārbaudījumi, apstākļu sakritības un

Stāsti spēj mainīt mūsu domāšanu, ietekmēt emocijas un pamudināt uz rīcību.

krīzes, kā risināšana prasa izvēli, lēmumus, rīcību un mijiedarbību, kuru iznākums bieži vien ir pretrunā ar tēlu nolūkiem un mērķiem.”

A. Klientu stāsti

Stāsti spēj mainīt mūsu domāšanu, ietekmēt emocijas un pamudināt uz rīcību. Ceļš uz risinājumu daudziem konsultāciju apmeklētājiem sākas ar iespēju pastāstīt savu stāstu. Konsultanta gatavība stāstu uzklaut ir viena no konsultēšanas raksturīgajām iezīmēm, kas lielā mērā nosaka to, ka klients jūtas svarīgs. Ja cilvēks mums ir svarīgs, mēs vienmēr uzklaušam viņa stāstu, noskaidrojam tā detaļas un, ja nepieciešams, lūdzam to precizēt; tas liecina par mūsu interesi un personisko saikni ar stāstītāju.

Stāstu stāstīšanu nosaka arī kultūras aspekts. Kāds paziņa no Botsvanas man nesen skaidroja, ka mēs - Ziemeļamerikas iedzīvotāji - savus stāstus parasti saīsinām. Viņu kultūrā cilvēki gaida un uzklausa garus stāstus, kas izklāstīti visos sīkumos. Atbraucis uz Kanādu, viņš ievēroja, ka cilvēki uz viņa jautājumiem atbild īsi. Tagad viņš ir iemācījies, kā izvilināt garāku stāstu, uzdodot vairāk jautājumu. Šķiet, ka Ziemeļamerikas iedzīvotāji ir iemācījušies stāstīt tā, lai „negarlaikotu” citus ar plašiem aprakstiem. Lai gan tas ir efektīvāk, iespējams, ka, stāstu saīsinot, kaut kas tiek arī pazaudēts.

Nesen es sadarbojos ar Kanādas pamatiedzīvotājiem (pirmiedzīvotāju un metisu pārstāvjiem), lai palīdzētu izveidot viņu kultūrai piemērotākus karjeras attīstīšanas jēdzienus un materiālus (*McCormick, Amundson, & Poehnell, 2006*). Būtiska šī procesa daļa ir cilvēka dzīves un karjeras stāsta noskaidrošana. Šie stāsti ir ļoti tēlaini, tie ir saistīti ar garīgumu un atklāj jaunus darbības virzienus.

Stāsta "pilnīga" izklāstīšana rada cilvēkā gandarījumu. Pētījumā negaidīti atklājās, ka izpētes intervijas klientiem patīk vairāk nekā saņemtās konsultācijas (*Borgen & Amundson, 1987; Amundson & Borgen, 1987*). Šīs intervijas rada gandarījumu ar to, ka cilvēkiem ir iespēja izstāstīt visu savu stāstu. Tajās tiek mēģināts izprast gan notikumus, gan ar tiem saistītās domas un jūtas. Nesen mēs pārbaudījām šo fenomenu sistemātiskāk, izmantojot pirmsvērtēšanas un pēcvērtēšanas procesu, lai redzētu, kā cilvēkus ietekmē savu stāstu stāstīšana (*Butterfield, Borgen, & Amundson, tiek izdots*). Mēs secinājām, ka tā ir ļoti spēcīga pieredze, kas ietekmē cilvēku vairākos veidos. Daudzus cilvēkus tā ietekmēja pozitīvi, tomēr dažus — gluži pretēji. Pilnīgi skaidrs bija tas, ka stāstīšana par sevi ir ļoti vērtīgs informācijas apkopošanas veids.

Uzklausot stāstus, ir svarīgi nenosodīt un būt atvērtam. Konsultantam ir jākoncentrējas uz to, kā cilvēks redz pasauli, kādu jēgu viņš piešķir, kā to ietekmē pamatvajadzības un bailes un kādas stiprās puses te ir saskatāmas. Dažkārt svarīgāks par pašu stāstu ir tas, kas netiek pateikts. Stāsti dod auglīgu augsni izpratnei un analīzei.

Savā ziņā stāsti palīdz raksturot mūsu dzīvi, un ir interesanti aplūkot stāstus caur vēstures un attīstības prizmu. Viens no paņēmieniem, ko esmu lietojis, lai aptvertu šo plašo ainu, ir lūgums pastāstīt par savu dzīvi kā par grāmatu. Kāds būtu tās nosaukums un nodaļu virsraksti, kā attīstītos sižets, kādas nodaļas jau ir uzrakstītas, un kādas vēl jāraksta? Lai padarītu šo uzdevumu konkrētāku, es lūdzu cilvēkus paņemt A4 izmēra lapu un divas reizes to pārlocīt uz pusēm. Rezultātā iegūstam bukletiņu ar četrām lapām. Uz pirmā vāka ir jāuzraksta grāmatas nosaukums; ja klients vēlas, viņš var iedvesmoties no mūzikas, dzejas vai izmantot kādu citu radošu elementu. Es sava stāsta nosaukumā izmantoju piedziedājumu no grupas *The Eagles* dziesmas: „*Take It To The Limit One More Time*” (no angļu val. — „Programma — maksimums”). Bukletā ir jāieraksta nodaļu virsraksti un īss katras nodaļas apraksts. Nodaļas var veidot dažādi. Protams, stāstu var sadalīt atbilstoši izglītības posmiem, taču var arī citādi. Manā stāstā bija šādas nodaļas: „Sākums”, „Sekojoš sapnim”, „Sava ceļa meklējumi”, „Sabiedrotie un mērķis”, „Dodoties ceļā”. Katrā nodaļā ir iekļauti vairāki atsevišķi stāsti, kurus var pētīt dziļāk. Uz bukleta pēdējā vāka ir vieta nodaļām, kuras vēl jāuzraksta. Man drīz ir jāiet pensijā, un aktuāls ir jautājums, ko darīt šajā dzīves posmā. Varbūt šo nodaļu sauks „Pensionēšanās”, varbūt „Atjaunošanās”, „Pārveidošanās” vai vēl kaut kā. Visā šajā procesā es cilvēkus mudinu izmantot iztēli. Piemēram, kāds klients nodaļu virsrakstiem izmantoja grupas *The Beatles* dziesmu nosaukumus. Veicot vingrinājumu „Mana dzīve kā grāmata”, cilvēks koncentrēti pārskata savu dzīvi. Atsauksmes par šo aktivitāti parasti ir ļoti pozitīvas; tā cilvēkiem noteikti sniedz daudz vienas pārdomām.

B. Konsultanta stāsti

Stāstu stāstīšana ir svarīga ne tikai klientam — arī konsultanti to var izmantot, lai veicinātu jaunu izpratni un pārmaiņas. Stāstu spēku var izmantot gan klients, gan konsultants. Mani īpaši ir ieinteresējis Stīvena Deninga (*Denning*, 2001, 37. lpp.) aprakstītais tramplīna stāsts — „...stāsts, kas rada tādu ticamību, sakarību un pamatotību, kas cilvēkiem ļauj izprast ārkārtīgi sarežģītās pārmaiņas, kuras tiek apspriestas. Stāsts

nesavienojamos elementus notur kopā pietiekami ilgi, lai aktivizētu un ievirzītu darbību, pietiekami ticami, lai cilvēki varētu atskatīties uz savu dzīvi un izprast notiekošo, un pietiekami aizraujoši, lai viņi iesaistītos nākotnes veidošanā..”

Tramplīna stāsts ir tāds stāsts, kas piesaista cilvēku uzmanību, un tajā ir elementi, kas veicina tālāku izpratni, novatorisku pieeju un rīcību.

Konsultanti, kuri izmanto tramplīna stāstus, pievēršas konkrētām problēmām, stāstot stāstus no savas dzīves vai citiem avotiem. Es savā praksē vairākkārt esmu stāstījis stāstu par vienu telefona zvanu, pateicoties kuram tiku pieņemts darbā Britu Kolumbijas Universitātē. Pēc interviju pirmās kārtas mani neizvēlējās, un man bija kārdinājums ķerties pie citām iespējām. Tomēr es neatlaidos — piezvanīju viņiem un lūdzu paskaidrot, kāpēc neesmu iekļūvis starp atlasītajiem kandidātiem. Izrādījās, ka intervijā biju izmetis piezīmi par to, ka varētu strādāt pie viņiem gadu vai divus, un viņi nebija droši, vai es būtu gatavs palikt šajā amatā ilgāk. Es tomēr spēju viņus pārliecināt, ka esmu apņēmības pilns un labprāt izmantotu iespēju sevi pierādīt. Mani iekļāva rezervistu sarakstā, un, kad viens no kandidātiem šo darba iespēju noraidīja, tā tika dota man. Mani pieņēma darbā, un nu Britu Kolumbijas Universitātē esmu nostrādājis jau vairāk nekā 30 gadus.

Stāstu spēku var izmantot gan klienti, gan konsultanti.

Runājot abstraktāk, konsultanti stāstus var izmantot arī, lai izpētītu dažādus karjeras konsultēšanas jautājumus. Viens no stāstiem, kas man šajā ziņā ir bijis īpaši noderīgs, ir „Oza zemes burvis” (*Amundson, 2006c*). Stāsta gaitā izveidojas situācijas, kuras ir saistītas ar zaudējumu, maldīšanos un viszinošā eksperta meklēšanu. Klienti tiek mudināti pārdomāt šo stāstu, noteikt galvenās tēmas, padomāt par tēliem, kuri vislabāk palikuši atmiņā, un izpētīt, vai šajā stāstā ir kādas paralēles ar viņu situāciju. Šādas paralēles var būt pēkšņa problēmas rašanās (sākotnējais apjukums, ko izraisījusi negaidīta vētra) un ceļojums uz priekšu (pārbaudījumi un arī dažādu veidu atbalsts un palīdzība, kas tiek saņemti pa ceļam). Dažkārt konsultants var piedāvāt jaunu

skatījumu, piemēram, Dorotiju un viņas trīs ceļabiedrus uztvert kā vienu personu. Lai ceļojums būtu veiksmīgs, ir vajadzīga neatlaidība, problēmu risināšana, sirds un drosme (riskēšana). Ir jāpārdomā, ar kuriem elementiem viss ir kārtībā un kuri vēl ir jāattīsta. Stāsts „Oza zemes burvis” piedāvā ļoti plašas izpētes iespējas. Es pat to esmu izmantojis konsultantu apmācībā, runājot par dažiem konsultanta lomas un vispārējo pārmaiņu procesa aspektiem. Šajā ziņā īpaši interesants ir burvja tēls, īpaši tas, kā viņš rada varas ilūziju.

Strādājot ar tādiem stāstiem kā „Oza zemes burvis”, var gadīties, ka daži cilvēki šo stāstu tomēr nezina. Īpaši tas attiecas uz citu kultūru pārstāvjiem. Roberts Praiors un Džims Braits (*Pryor and Bright, 2006*) iesaka šādos gadījumos lūgt klientus izlasīt kādu stāstu un tad to izanalizēt. Viņi šim nolūkam ir uzrakstījuši stāstu „Līdzība par pingponga bumbiņu”, kura pamattēma sasaucas ar karjeras problēmu risināšanas haosa pieeju. Haosa teorija un prakse ir plašāk aplūkotas nākamajā nodaļā.

Līdz šim mēs stāstu stāstīšanu esam uzlūkojuši visumā pozitīvi, un tieši tāda pamatā ir bijusi mana pieredze. Tomēr tai var būt arī negatīvas sekas, kad stāsti var būt jāpārtrauc un jākorrigē. Uz risinājumu vērstā konsultēšanā tiek uzskatīts, ka cilvēki var ieciklēties uz negatīvo un tad viņu stāsti kļūst par nebeidzamu negatīvās pieredzes straumi. Lai arī tas liecina par viņu pieredzi, šāds atspoguļojums neparāda situāciju pilnībā un konsultantiem tas var būt jāpārtrauc, lai atrastu līdzsvarotāku pieeju (sk. 4. nodaļas sadaļu par izvaicāšanu, uzsverot iespējas). Ietekme ir arī tādiem stāstiem, kas nav saistīti ar konsultēšanas attiecībām. Stāsti mūs apņēma no visām pusēm. Daži no tiem ir pozitīvi un uzmundrinoši, bet citi — gluži pretēji. Konsultantam ir gan jāuzklausa pašu klientu stāsti, gan jāizpēta tie stāsti, kurus viņi ir dzirdējuši no saviem tuviniekiem vai plašsaziņas līdzekļiem. Vai šie pārējie stāsti ceļ pašapziņu, apstiprina spējas un dod pozitīvu ievirzi, vai arī tie cilvēku grauž? Ja stāsti ir negatīvi, tie ir jāizpēta pamatīgāk, izmantojot izvaicāšanas otro kārtu (sk. 4. nodaļu), un, iespējams, tiem pretī jāliek tāda pieredze un stāsti, kas rosina gaišāku skatu uz dzīvi.

Kopumā stāstu stāstīšana ir svarīga dzīves pieredzes daļa. Mums, konsultantiem, ir jādod klientiem iespēja izstāstīt savus stāstus pilnīgi. Mums arī jāsaprot, kā pielāgot un radīt jaunus stāstus, kas celtu pašapziņu, uzsvērtu iespējas un vairotu optimismu. Šajā procesā mēs klientiem sniedzam zināšanas, kuras ne vien paliek atmiņā, bet arī pārveido.

Proza un dzeja

Šajā nodaļā ir aplūkota refleksija, kas notiek gan konsultācijās, gan ārpus tām. Viens no paņēmieniem, kā to panākt, ir mudināt klientus un konsultantus nodoties refleksijai par savu pieredzi, rakstot prozu vai dzeju. Tas var izpausties dažādi — pierakstot ikdienas notikumus, rakstot dienasgrāmatu vai vēstules, kā arī rakstot brīvā formā. Daudziem cilvēkiem patīk rakstīt prozu vai dzeju; tas viņiem palīdz izprast pašiem sevi un notiekošo.

Rakstīšanas spēks var būt jūtams dažādos līmeņos. Vienkāršākajā formā tā var būt pašreizējo notikumu pierakstīšana. Bieži cilvēki uzvedības modeļus sāk apzināties vien tad, kad tie ir pierakstīti. Dienas laikā pierakstot dažādos notikumus, tiek pievērsta uzmanība gan tam, kas notiek, gan tam, kas nenotiek. Rūpīgi izpētot dienas gaitu, bezdarbnieki vai cilvēki, kas darbā ir izdeguši, var gūt kādas būtiskas atziņas.

Rakstīšanas spēks var būt jūtams dažādos līmeņos.

Rakstīšana var būt arī personiskās izpausmes veids. Šādā nolūkā var būt noderīgi dienasgrāmatā pievērsties konsultēšanas procesam. Dienasgrāmatā klienti var pierakstīt savas domas un izjūtas saistībā ar konsultācijām, prātā to visu vēlreiz pārcilājot. Viņi var izvērtēt arī notikumus ārpus konsultācijām un pārdomāt, kā viņi izmanto iegūtās zināšanas. Tad dienasgrāmata vairs neaprobežojas tikai ar konsultācijās gūtajām atziņām, bet atspoguļo arī to, kā konsultācijas ietekmē citas dzīves jomas. Piemēram, ja klients meklē darbu, viņš var analizēt savas domas un jūtas, ko izraisa sazināšanās ar darba devējiem. Savukārt, ja klients veic karjeras izpēti, viņam būs jāpārdomā pieredze, iegūstot papildu informāciju par potenciālajām karjeras jomām.

Jūs varat uzdot klientam konkrētus mājasdarbus, kuros izmantojama dienasgrāmatas rakstīšana. Ceturtnā nodaļas sākumā tika aplūkoti dažādi izvaicāšanas paņēmieni. Daži tajos izmantotie jautājumi ir saistīti ar pārmaiņām konsultāciju starplaikā, ar risinājumu atrašanu citās situācijās un

ar izņēmumu atrašanu. Šīs jomas var aplūkot ne tikai konsultāciju laikā — klienti tām var pievērsties, arī rakstot dienasgrāmatu. Sadarbīgās attiecībās ar konsultantu klientam ir jāvērtē savas stiprās puses gan konsultācijās, gan ārpus tām.

Arī konsultanti var rakstīt vēstules, tā pārdomājot konsultēšanas procesa gaitu. Dažos gadījumos šīs vēstules var iedot arī klientam. Maikls Vaits un Deivids Epstons (*White and Epston*, 1990) apraksta procesu, kurā kā vienu no saziņas veidiem ar klientu konsultants izmanto dažādas vēstules (uzaicinājuma vai atlaišanas vēstule, prognozes par klienta tālāko ceļu u. tml.). Timo Vehemetēns (*Vahamottonen*, 1998) šo vēstuļu rakstīšanas paņēmieni ilustrē ar tādu karjeras konsultēšanas situāciju, kurā centieni pieņemt karjeras lēmumu ir nonākuši strupceļā. Viņš klienti nevis sarāj par nevirzīšanos uz priekšu, bet uzslavē par to, ka viņa vispirms rūpīgi apsver visas iespējas (norādīšana uz stiprajām pusēm). Lūk, fragments no klientei nosūtītās vēstules:

„...es apbrīnoju jūsu spēju izbaudīt pašreizējo dzīves posmu. Domāju, ka daudzi jūsu vietā steidzīgi atrastu kādu risinājumu, kuru vēlāk nožēlotu, bet jūs ļoti rūpīgi to pārdomājat no visām pusēm. Kad pienāks īstais brīdis, jūs pieņemsiet lēmumu, un tas būs pareizs, jo jūs to būsiet ļoti rūpīgi pārdomājuši.” (68. lpp)

Izmantojot šo stratēģiju, T. Vehemetēns spēja mainīt attieksmi pret rīcības trūkumu un ieraudzīt šo situāciju no cita skatpunkta. Minētā kliente bija ļoti neatkarīga, un viņu nevarēja piespiest izlemt ātri. Koncentrējoties uz viņas spēju patstāvīgi pieņemt lēmumu īstajā laikā, T. Vehemetēns izcēla viņas pašnostāju, un tas bija atbilstoši šai situācijai.

Vēl viens rakstīšanas veids ir brīva izpaušme, klientam radot stāstus un lugas. Tajos mēdz projicēties konsultācijās aktualizētās tēmas. Problēmu

*Problēmu analizēšana var notikt
pusapzināti, un radošais process
to var lielā mērā veicināt.
Radošās enerģijas atbrīvošana
parasti ir ļoti noderīga, un
konsultēšanas problēmas
tā palīdz risināt gan tieši,
gan netieši.*

analizēšana var notikt pusapzināti, un radošais process to var lielā mērā veicināt. Radošās enerģijas atbrīvošana parasti ir ļoti noderīga, un konsultēšanas problēmas tā palīdz risināt gan tieši, gan netieši.

Klienti un konsultanti var rakstīt arī dzeju. Daudziem cilvēkiem patīk savas pieredzes mirkļus ietvert poētiskos tēlos. Kāds klients pēc piedalīšanās divu krēslu stratēģijas uzdevumā, aizgājis mājās, uzrakstīja dzejoli par šo pieredzi. Dzejā var tikt ietverta pati domu un jūtu esence, un atbilstošos gadījumos to ir vērts izmantot. Apspriežot ar klientiem spriedzi, kura saistās ar karjeras lēmumu pieņemšanu, man bieži ir palīdzējis Roberta Frosta (*Robert Frost*) dzejolis „Neizvēlētais ceļš” (*The Road Not Taken*).

Uzstājoties 2008. gada Nacionālās karjeras attīstīšanas asociācijas (*National Career Development Association*) konferencē, emeritētā profesore Dr. Džeina Gudmena (*Jane Goodman*) no Oklendā Universitātes, nodemonstrēja, kā izmantot dzeju, veicinot vērtību izpēti. Viņa parādīja dzejoli no Lūisa Kerola grāmatas „Alise Aizspogulijā”, kura rindiņu pirmie burti kopā veido pilnu Alises vārdu un uzvārdu. Vadoties pēc šī principa, arī dalībniekiem vajadzēja uzrakstīt savu dzejoli. Lūk, kas radās no mana vārda.

Nekad nav par vēlu sākt dzīvot
O trpus ierastā
Riets ir saullēkta otra puse
Mākoņi drīz izklīdīs
Atkal es raugos uz zvaigznēm
Man priekšā tāls ceļš
Un sapratne plaša kā debess
Nekad nav par vēlu sākt dzīvot
Darīt to pie kā ir tava sirds
Sniegties tālāk par mākoņiem
O trpus ierastā
Nekad nav par vēlu sākt dzīvot

Šajā dzejolī skaidri atklājas vairākas man aktuālas tēmas. Man patika šis rakstīšanas vingrinājums, un es ieraudzīju, kā šādu dzejoli var izmantot par pamatu turpmākajai sarunai.

Projektīvās metodes

Termins „projektīvs” attiecas uz vispārēju paplašināšanos, sniegšanos uz priekšu. Mijiedarbībā ar pasauli mēs uztveram notikumus, balstoties uz savām vajadzībām un personiskajām iezīmēm. To, kā uztveram informāciju un reaģējam uz jaunām situācijām, ietekmē mūsu projektīvā nostāja. Piemēra pēc iedomājieties šādu situāciju: restorānā sēž divi cilvēki — viens ir kulinārijas programmas pasniedzējs vietējā koledžā, bet otrs ir viesis no citas pilsētas. Nav grūti iedomāties, ka, aplūkojot ēdienkarti, viņi vērtē atšķirīgus aspektus, t. i., cenu, ēdienkartes izskatu, ēdienu unikalitāti utt. Lai gan stimulš (ēdienkarte) ir diezgan vienkāršs, tā uztvere ir lielā mērā atkarīga no cilvēka personiskajām projekcijām. Citās, neviennozīmīgākās, situācijās skatījums var atšķirties vēl izteiktāk.

Uz projekcijas jēdzienu balstītas vērtēšanas metodes psiholoģijas literatūrā ir minētas jau sen. Šīs metodes (tintes traipi, zīmējumi, stāsti utt.) tika ieviestas 20. gadsimta 30. un 40. gados, lai līdzsvarotu pieaugošo standartizētās vērtēšanas popularitāti.

Tālāk minētais Gārdnera Mērfija (*Murphy*, 1947) citāts parāda, kā vērtēšanas procesā ienāca projektīvais elements.

*To, kā uztveram informāciju
un reaģējam uz jaunām
situācijām, ietekmē mūsu
projektīvā nostāja.*

„Pēdējos gados aizvien plašāk tiek lietots termins „projektīvās metodes”, ar ko tiek apzīmēti mehānismi, kas subjektam ļauj projicēt sevi plānotā situācijā. Tā viņš redz to, ko ir noskaņots redzēt, vai dara to, ko ir noskaņots darīt. Mūs ne tik daudz interesē rezultātu apjoms (kā tas ir izglītības testos), bet tas, ko klients netieši pasaka par sevi ar to, kā viņš pieiet šim uzdevumam. Sava veida projicēšana ir paredzēta visās psiholoģiskajās metodēs, proti, cilvēka personība atklājas visā, ko viņš dara. Viņš savā darbā var ielikt maz no sevis un var

ielikt sevi visu. Piemēram, galdnieks projicējas, gatavojot durvju sliekšni, un, vēl vairāk, būvējot laivu. Savā ziņā projektīvas ir Olporta–Vernona (Allport–Vernon) metodes, vēl izteiktāk — grafoloģijas paņēmieni, bet vislielākā mērā laikam tintes traipu interpretēšana.. Atšķirības starp metodēm nav krasī izteiktas, bet ērtības labad par projektīvām mēs turpmāk sauksim visas tās metodes, saskaņā ar kurām indivīdam ir visas iespējas dzīvot empātiski, t. i., identificēties ar viņam iedoto materiālu.” (669. lpp.)

Šīs pirmās vērtēšanas metodes sākotnēji tika pieņemtas, bet vēlāk to popularitāte mazinājās, jo parādījās daži negatīvi pētījumu secinājumi un tās nespēja attīstīties tālāk par psiholoģijas tradicionālo ārstniecisko pieeju. Kādā pasenā rakstā (Amundson, 1979) es apgalvoju, ka konsultanti, atsakoties no projektīvās vērtēšanas, iespējams, ir izlējuši no vanniņas ūdeni kopā ar visu bērnu. Es piekritu, ka, tās izmantojot, ir jābūt uzmanīgam, bet esmu secinājis, ka daudzējādā ziņā „neformālās” projektīvās vērtēšanas metodes labi atbilst karjeras izpētes vajadzībām. Liekot klientiem reaģēt uz neviennozīmīgu stimulu situācijām, var iegūt interesantus rezultātus un nonākt pie nozīmīgām sarunām un analīzes. Strādājot ar šīm metodēm, ir lietderīgi izmantot uz sadarbību vērsto modeļi, kas tika iztirzāts iepriekš. Tāpat kā citās stratēģijās, piemēram, SNV, ir vēlams, lai klients uzņemtos aktīvo lomu informācijas interpretēšanā. Lai parādītu dažus veidus, kā izmantot projektīvās metodes, es pievērsīšos zīmējumiem un stāstiem.

A. Zīmēšanas uzdevumi

Man tiešām patīk strādāt ar zīmējumiem, tomēr ir svarīgi jau sākumā atzīt, ka ne visi klienti un konsultanti par tiem ir tikpat sajūsmināti. Daudzi klienti var atteikties no zīmēšanas vingrinājuma visdažādāko iemeslu dēļ. Es cenšos viņus pārliecināt piedalīties, apgalvojot, ka šis uzdevums nekādā veidā nav saistīts ar viņu māksliniecisko spēju vērtēšanu, tomēr vienmēr ir kāds, kas to nedara, un es viņu izvēli respektēju. Ir vairāki paņēmieni, kā sekmēt projicēšanu, un citas metodes, piemēram, stāsti, var izrādīties piemērotākas.

Tiem klientiem, kuriem šī metode patīk, ir iespēja atainot savas metaforas zīmējumā. Var zīmēt arī sevi, citus cilvēkus un īpašas situācijas. Tālāk minēti daži raksturīgāko zīmēšanas uzdevumu piemēri.

- Uz baltas lapas uzzīmējiet savu pašreizējo vidi. Iekļaujiet šajā zīmējumā tos cilvēkus un vietas, kuri jums ir svarīgi (variants: palūdziet klientam paraudzīties 2 līdz 5 gadus tālā nākotnē).
- Uzzīmējiet, kā jūs kaut ko darāt kopā ar citiem (to var konkretizēt, lūdzot attēlot ģimenes locekļus vai citus nozīmīgus cilvēkus).
- Uzzīmējiet, kā jūs strādājat viens pats.
- Uzzīmējiet sevi brīvajā laikā.
- Uzzīmējiet sevi, strādājot „ideālā” darba vietā.

Par katru zīmējumu ir svarīgi uzdot jautājumus: kas attēlotajā situācijā notiek un kā dažādie cilvēki jūtas.

Ir pieejama plaša informācija par zīmējumu interpretēšanu, un es mēģināšu apkopot to, kas man ir bijusi īpaši noderīga. Analizējot zīmējumus, izejas punkts vienmēr ir klienta verbālā un neverbālā uzvedība, kas saistīta ar šī uzdevuma veikšanu. Jums sev jāpajautā, vai klients bija nedrošs, nobažījies, aizdomīgs, iedomīgs, naidīgs, noliedzošs, saspringts, atslābinājies, jautrs, bikls, piesardzīgs vai impulsīvs. Vai klients risināja uz sevi vērstu monologu? Ja jā, vai šis monologs bija pozitīvs vai negatīvs?

Diezgan bieži cilvēki nav droši par savām mākslinieciskajām spējām, un ir interesanti vērot, kā viņi ar šo nedrošību tiek galā. Noderīgāko un uzticamāko informāciju parasti dod vispārīgo tēmu identificēšana. Par katru zīmējumu pajautājiet sev: „Kādu iespaidu šis zīmējums uz mani atstāj? Vai tas ir labi strukturēts? Kādi ir galvenie elementi? Kas varētu rosināt cilvēku radīt šādu zīmējumu?” Šie jautājumi ļauj izvērtēt tādas tēmas kā organizēta, radošums, attiecības ar citiem, darba, vaļasprieka un ģimenes relatīvais

*Analizējot zīmējumus,
izejas punkts vienmēr ir
klienta verbālā un neverbālā
uzvedība, kas saistīta ar šī
uzdevuma veikšanu.*

nozīmīgums, profesionālais briedums, profesionālās prioritātes un uzsvars uz cilvēkiem vai fizisko vidi. Pēc vispārīgo tēmu noteikšanas pievērsiet uzmanību tam, kā zīmējumā ir izkārtoti dažādie cilvēki un priekšmeti. Var pieņemt, ka, jo tuvāk tie atrodas, jo ciešākas ir to

attiecības. Tātad, kad klients zīmē cilvēku grupu un attēlo sevi vienā lapas malā, bet pārējos — otrā, var apgalvot, ka viņa attiecības ar pārējiem ir salīdzinoši vājas. Savukārt tas, ka klients sevi attēlo grupas vidū, liecina par ciešākām attiecībām.

Svarīgs rādītājs ir arī tas, cik lielu sevi cilvēks attēlo attiecībā pret lapas izmēru: tas īpaši liecina par pašvērtējumu. Ja kāds sevi uzzīmē pavisam mazu, tas var liecināt par nepietiekamu pašvērtējumu, turpretim pārāk liela figūra var norādīt uz to, ka viņš alkst pēc varas un kontroles.

Tālākas hipotēzes par svarīgumu var izvirzīt, savstarpēji salīdzinot dažādu cilvēku figūru un objektu izmēru. Īpaši tas attiecas uz gadījumiem, kad cilvēku (lietu) faktiskais un zīmējumā attēlotais lielums ir proporcionāli apgriezti. Piemēram, valdonīga vecāka figūra var būt uzzīmēta divas vai trīs reizes lielāka nekā pārējie, kas ir attēlā.

Nozīmīgs rādītājs ir arī grafoloģija. Jums būs jāizpēta gan villkto līniju uzspiedienu, gan ritms un jācenšas saprast, par ko tie liecina. Piemēram, viegli spalvas vilcieni var būt saistīti ar mazvērtības sajūtu, juceklīgi — ar trauksmi, ļoti kontrolēti — ar stingrību, bet plūstoši — ar emocionalitāti (*Kershaw*, 1980). Protams, vispusīga grafoloģijas principu izprašana jau pati par sevi ir vesela studiju joma, un, lai gan tā ir noderīga, tā nav būtiska tāda līmeņa interpretēšanai, par kādu es šeit runāju.

Dažas sākotnējās hipotēzes var izteikt, balstoties uz krāsu izmantojumu zīmējumā. Daniels Brauers un Artūrs Veiders (*Brower and Weider*, 1950) apgalvo, ka saspringti cilvēki izmanto mazāk krāsu, enerģiskie ātri nomaina vienu krāsu pret citu, nomāktie dod priekšroku

tumšākām krāsām, bet agresīvie vairāk izvēlas spilgtas krāsas, piemēram, sarkano un oranžo. Iespējams, ka krāsa ir vismazāk uzticamais no vispārīgajiem rādītājiem, taču dažos gadījumos šī metode var izrādīties noderīga.

Vēl dažas pagaidu hipotēzes var izvirzīt, sīkāk analizējot uzzīmēto cilvēka (paša klienta) figūru (*Hammer*, 1958; *Levy*, 1950). Piemēram, galvas attēlojums var būt saistīts ar cilvēka pašuztveri. Maza un neizteiksmīga seja var liecināt par vāju paštēlu. Tāpat tas, ka seja līdzinās kādam animācijas filmas varonim vai klaunam, var atspoguļot mazvērtības sajūtu. Pieņēmumus var izdarīt, arī analizējot konkrētas sejas daļas — acis, degunu un zobus. Piemēram, acis var būt vai nu izteiksmīgas, vai tukšas, nāsis — ieplestas (agresija) vai zobi — atiezi (vēl viena agresijas izpausme). Kakls liecina par saikni starp fizisko un mentālo pasauli. Ja šī savienojošā posma trūkst vai tas ir kroplīgs, tas var liecināt par iekšējiem konfliktiem. Rokas un plaukstas tiek izmantotas darbību veikšanai, un, ja tās nav uzzīmētas vai ir attēlotas kroplīgi, tas var liecināt par grūtībām darboties fiziskajā pasaulē. Kājas notur cilvēku pie zemes (realitāte). Ja to nav vai ja cilvēks šķiet lidināmies gaisā, tas var liecināt par tendenci dzīvot iedomu pasaulē. Analizējot dzimumorgānus, ir jāizvairās no kategoriskiem spriedumiem. To attēlojums var liecināt par seksuālu disfunkciju, bet bieži tā ir tikai vēlme šokēt konsultantu. Izvirzot hipotēzes, kas balstītas uz šādu informāciju, ir jābūt ļoti piesardzīgam. Kā iepriekš minēts, vispārīgi modeļi parasti ir uzticamāki un drošāki nekā atsevišķas detaļas. Līdz šim esam iztīrījuši to, kā interpretēt uzzīmēto, tomēr ir būtiski apsvērt arī to, kā zīmējumā nav. Neuzzīmētais var vienkārši nebūt svarīgs, bet tas var norādīt arī uz konfliktiem.

Šīs sadaļas nobeigumā ir vēlreiz jāuzsver, ka, izvirzot uz zīmējumiem balstītas hipotēzes, ļoti svarīgas ir uz sadarbību vērstas attiecības. Ir jāņem vērā daudzi faktori, un, analizējot dažādos zīmējuma aspektus, jums ar klientu būs jāsadarbojas. Veicot šo analīzi, jūsu uzdevums galvenokārt ir uzdot atvērtos jautājumus un palīdzēt klientam īstenot aktīvu izpēti.

B. Stāstu sacerēšana

Viens no projektīvo metožu stūrakmeņiem ir stāstu sacerēšana, par stimulu izmantojot attēlus, proti, Tematiskās apercepcijas tests. Karjeras konsultēšanā esmu secinājis, ka interesantus rezultātus var iegūt, izmantojot tādus attēlus, kas ir aktuāli un atspoguļo dažādas karjeras konsultēšanā raksturīgas problēmas. Manis sagatavotie attēli ir saistīti ar ģimenes dzīvi, vaļaspriekiem, darba meklēšanu un darba vidi. Lai gan gadu gaitā esmu izveidojis ļoti plašu attēlu kolekciju, es sāku tikai ar kādiem desmit attēliem, kas klientam, manuprāt, varētu būt nozīmīgi. Vispirms es palūdzu izvēlēties ne vairāk kā pusi no piedāvātajiem attēliem un, liekot lietā iztēli, sacerēt stāstiņus (uzrakstīt vai ierunāt diktofonā) par to, kas šajos attēlos varētu norisināties. Stāstiem ir vajadzīgs ievads, iztīrājums un nobeigums, un tiem ir jāatspoguļo iesaistīto tēlu jūtas un domas. Stāstus var pabeigt vai nu konsultācijas laikā, vai kā mājasdarbu. Kad stāsti ir pabeigti, tie ir jāapspriež (plašāks iztīrājums) un klients ir jāizvaicā par šo dažādo stāstu nozīmīgumu. Gārdners Linzijs (*Lindzey*, 1952) ir noformulējis dažus pamatpieņēmumus, kas attiecas uz stāstu analīzi.

- Sacerot stāstu, tā autors bieži identificējas ar vienu stāsta tēlu. Šī tēla vēlmes, centieni un konflikti var atspoguļot tos, kuri raksturīgi stāsta autoram.
- Ne visi sacerētie stāsti to autoram ir vienlīdz svarīgi. Visvairāk atklāj daži būtiskākie stāsti.
- Tās stāsta tēmas vai detaļas, kas ir balstītas tieši uz attēliem, ir mazāk būtiskas nekā tās, kas ir pieliktas klāt.
- Īpaša uzmanība ir jāpievērš tēmām, kuras atkārtojas.
- Stāsti var atspoguļot ne tikai personiskos determinantus, bet arī piederību pie grupas vai sociāli kulturālos determinantus.

Veicot neformālu stāstu analīzi, man ir noderējusi šāda kārtība.

Jāmeklē tēmas, kas atkārtojas. Daži stāsti var atklāt daudz ko svarīgu un palīdzēt nonākt pie jaunām personiskām atziņām.

Vispirms jāizlasa stāsts un jānosaka galvenās stāsta tendences un tēmas. Te būtu jāietver arī norāde par notikumu laiku (pagātne, tagadne, nākotne) un tas, kā stāsti atrisinās, t. i., pozitīvi, negatīvi, paliek

nepabeigti. Pēc tam var izpētīt stāstu stilu un organizētības pakāpi. Saistībā ar to var analizēt šādus jautājumus: vai stāsti ir galvenokārt aprakstoši, simboliski vai dramatiski; cik lielā mērā sižets ir loģisks un sakarīgs; vai autors ir bijis radošs; vai valoda ir bagāta un izteiksmīga; vai stāsti ir detalizēti vai visaptveroši? Visbeidzot ir jāaplūko dažādie stāstu tēli. Īpaši svarīgi ir galvenie tēli; ir jāizvērtē šo tēlu motivācija, pašnostāja (aktīva vai pasīva), izjūtas un vides radītais spiediens (raizes). Interesanta var būt arī citu tēlu analīze. Kad tēli ir izanalizēti, var novērtēt viņu savstarpējās attiecības.

Tāpat kā citās projektīvajās metodēs, būtisks elements ir sadarbība analīzes veikšanā. Analizējot stāstus, jums kopā ar klientu būs jāizskata viss radītais materiāls un jāmeklē tajā tēmas, kas atkārtojas. Daži stāsti var atklāt daudz ko svarīgu un palīdzēt nonākt pie jaunām personiskām atziņām.

Aplūkotie zīmēšanas uzdevumi un stāstu sacerēšana ir tikai projektīvo metožu aisberga redzamā daļa. Ir vēl daudz citu metožu, turklāt jūs varat radīt arī jaunas. Izejas punkts ir neviennozīmīgi uztverams stimulš un aicinājums uz to reaģēt. Par stimulu var kalpot pastkartītes, nepabeigti un aizpildāmi teikumi, dzejoļi, skaņas, fotogrāfijas utt. Nozīmīgākais šīs metodes aspekts, kā parasti, ir konsultēšanas process. Svarīga ir neformāla pieeja un aktīva klienta un konsultanta sadarbība.

Kopsavilkums

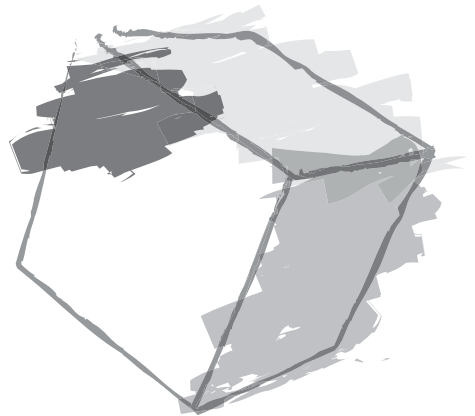
Pēdējās divās nodaļās aprakstītie pašvērtēšanas uzdevumi ir paredzēti kā pašizpētes katalizators, kas palīdz klientam paraudzīties uz dzīves problēmām no jauna skatpunkta. Piedāvājot šo uzdevumu sēriju, es labi apzinos, ka var izmēģināt arī daudzas citas pieejas. Es esmu centies atlasīt tādus uzdevumus, kas man pašam ir izrādījušies noderīgi; citi teorētiski un konsultanti, iespējams, izvēlas citas metodes.

Nākamajā nodaļā problēmu risināšanas tēma turpinās, bet tiek aplūkota ne vairs pašvērtēšana, bet jautājumi, kas attiecas uz klienta kontaktiem ar citiem cilvēkiem un darba tirgu, uz lēmumu pieņemšanu un sagatavošanos darba meklēšanai.

Sestā nodaļa

PROBLĒMU RISINĀŠANAS UZDEVUMI

Kontaktu dibināšana,
lēmumu pieņemšana un sagatavošanās



Šajā nodaļā joprojām tiek aplūkoti problēmu risināšanas uzdevumi, taču uzmanība ir pievērsta ne vairs pašvērtēšanai, bet jautājumiem, kas saistīti ar kontaktu veidošanu — gan ar darba tirgu, gan citiem cilvēkiem —, ar lēmumu pieņemšanu un sagatavošanos darba meklēšanai. Šeit piedāvātās stratēģijas daudzējādā ziņā palīdz labāk noformulēt risinājuma atrašanas ceļu. Tāpat kā iepriekš, arī te ir īsi aplūkotas dažādas praktiskās stratēģijas. Piemērotākās stratēģijas izvēle jebkurā konsultēšanas situācijā ir atkarīga no klienta konkrētajām vajadzībām.

Informācija par darba tirgu

Daudzi klienti ierodas uz konsultāciju, lai iegūtu informāciju par darba tirgu, un bieži orientējas tikai uz tādām darbavietām, kurās ir vislabākās nākotnes izredzes. Savā ziņā tas šķiet slavējami, tomēr bieži cilvēkiem ar to rodas grūtības, it īpaši tad, ja, izvēloties profesiju, viņi neņem vērā savu piemērotību. Vairākkārt esmu sastapis klientus, kuri vēlas strādāt datoru jomā neatkarīgi no tā, kādas ir viņu intereses un dotības. Kā jau 4. nodaļā minēts, informācija par darba tirgu ir tikai viens mozaīkas gabaliņš. Lai varētu pieņemt labu karjeras lēmumu, ir vajadzīga gan darba tirgus informācija, gan sevis pazīšana, gan atbalstoša vide.

A. Darba tirgus tendences

Informāciju par darba tirgu var iegūt dažādi. Vispārīgākā pieeja ir darba tirgus tendenču noskaidrošana. Informāciju par nākotnes tendencēm var iegūt no daudzām grāmatām. Enguss Rīds (*Reid*, 1996) apgalvo, ka „tie pamatlíkumi un modeļi, kuri padarīja mūsu dzīvi paredzamu un radīja kārtības un stabilitātes iespaidu, vairs nedarbojas” (14. lpp.). Viņš min vairākus likumus, kuri iepriekš bija kā vaduguns, bet tagad funkcionē arvien vājāk un sāk izskatīties pēc mīta. Lūk, daži šādu mītu piemēri.

1. mīts: liels ir drošs

Agrāk drošības sajūta un garantijas saistījās ar lielumu. Ja strādājāt lielā organizācijā, jūsu darbs bija drošs.

Vislielākā drošība saistījās ar valsts pārvaldi. Daudziem cilvēkiem darbs valsts iestādē bija darbs uz mūžu. Mūsdienās aizvien vairāk kļūst skaidrs, ka drošu darba jomu vairs nav. Faktiski lielākā izaugsme notiek tieši mazajos uzņēmumos.

Tie pamatlíkumi un modeļi, kuri padarīja mūsu dzīvi paredzamu un radīja kārtības un stabilitātes iespaidu, vairs nedarbojas.

2. mīts: izaugsme visiem nāk par labu

Ja ekonomika ir relatīvi stipra, bezdarbam vajadzētu samazināties un tautai — dzīvot arvien lielākā labklājībā, taču tā nenotiek! Patiesībā bagātība nonāk vien dažās kabatās. Padomājiet: pēc ASV statistikas datiem (līdzīgi tas ir arī Kanādā), korporāciju vadītāji 1972. gadā pelnīja 44 reizes vairāk nekā strādnieki, bet 1992. gadā — jau 222 reizes vairāk. Skaidri redzams, ka bagātie kļūst vēl bagātāki un plaisa starp bagātajiem un nabagajiem pieaug milzīgā ātrumā.

3. mīts: zinātne un tehnoloģijas mūs izglābs

Zinātnes un tehnoloģiju sasniegumi mūs ir apžilbinājuši. Labs piemērs tam ir pašreizējā datortehnoloģiju revolūcija. Tomēr mēs sākam saprast, ka daudzas no šīm izmaiņām ir notikušas uz vides un personiskā rēķina. Zinātne un tehnoloģijas ir tikai instrumenti, tāpēc galvenā uzmanība jāpievērš cilvēciskajām vērtībām, kuras šo attīstību virza.

4. mīts: laba izglītība nozīmē labu darbu

Lai gan darbs un augstākā izglītība ir nepārprotami saistīti, vairs nav pārliecības par to, ka iegūtā izglītība nozīmēs arī darbu šajā jomā. Tāpat kā darba tirgū, drošu studiju jomu vairs nav, un attiecības starp izglītību un darbu ir kļuvušas sarežģītākas.

5. mīts: svarīgākais ir lojalitāte

Tradicionāli darbinieki ir bijuši ļoti lojāli savam uzņēmumam, bet štatū samazināšanas un algas pazemināšanas dēļ viņi aizvien vairāk ir spiesti paļauties paši uz sevi. Psiholoģiskais līgums starp darba devēju un darba ņēmēju ir lauzts, un tas ir iedragājis lojalitāti darbavietai. Iespējams, kā reakcija uz šīm pārmaiņām ir vēlme pēc lielākas lojalitātes no ģimenes un draugu puses.

6. mīts: vieta, vieta, vieta

Industriālās revolūcijas laikā darbs tika nošķirts no mājām, bet līdz ar telekomunikāciju iespēju paplašināšanos (mobilais tālrunis, klēpjdators, fakss, e-pasts, internets) un nekustamā īpašuma izmaksu pieaugumu daudzi sāk strādāt citādi. Šī jaunā pieeja samazina nepieciešamību fiziski atrasties noteiktā darba vietā. Daudzi cilvēki var strādāt mājās un ar kolēģiem un klientiem sazināties, izmantojot telekomunikācijas.

*Šajā jaunajā darba tirgū
cilvēkiem sava identitāte
ir jāatrod citādi.*

7. mīts: laiks ir lineārs

Pieaugošā globalizācija ir ievedusi mūs pasaulē, kur nemitīgi kaut kur kaut kas notiek. Mums ir aizvien grūtāk atpūsties un atslēgties no tā visa. Tā rezultātā darbinieki cenšas tikt galā ar milzīgu informācijas apjomu un dzīvo pastāvīgā steigā. Šķiet, vienmēr pietrūkst laika izdarīt visu, kas darāms.

Gan šie, gan citi mīti ir palīdzējuši noteikt gluži atšķirīgu darba klimatu. Šajā jaunajā darba tirgū cilvēkiem sava identitāte ir jāatrod citādi. Jaunie noteikumi paredz pārmaiņas: jābūt gatavam mūžizglītībai, jāorientējas uz savām prasmēm un sasniegumiem, nevis uz amata nosaukumiem (darbinieks ar darbu mapi), jāspēj apvienot nepilna laika darbus un līgumdarbus, jāmacās sevi parādīt konkurences apstākļos, jādomā globāli un, visbeidzot, jābūt elastīgam (*Herr, 1997*). Pirmais solis uz šo jauno skatījumu ir izpratne par to, kā ir mainījies un kā patlaban mainās darba tirgus.

Klientiem domājot par nākotni, jūs varat aicināt viņus orientēties uz vispārīgiem priekšstatiem. Viens no paņēmieniem, kā to darīt, ir metaforu izmantošana un pārmaiņu iztīrīšana, izmantojot dažādus metaforiskus tēlus. H. B. Dželats (*Gelatt, 1991*), runājot par nākotni, mudina cilvēkus

raudzīties uz to kā uz četriem tēliem. Pirmais ir „amerikāņu kalniņi”, kur braucam pa līkumu un pagriezienu ceļu. Otrais tēls ir „varenā upē”, kas nes mūs cauri gan mierīgiem posmiem, gan satricinājumiem (krāces). Trešais tēls ir „lielais okeāns”, pār kuru kuģojam, uzmanoties no vētrām un citām grūtībām. Pēdējais tēls ir „metamo kauliņu spēle”, kur viss notiek pēc nejaušības principa un mēs paļaujamies uz veiksmi. Bez šaubām, var izmantot arī citus tēlus, un ir interesanti noskaidrot, ar kādiem tēliem nākotne asociējas mums un ar kādiem tā asociējas mūsu klientiem. Šī uzdevuma nolūks ir palīdzēt cilvēkiem noskaidrot savus nākotnes tēlus.

B. Internets un citi resursi

Internets sniedz daudz informācijas par darba tirgus iespējām. Ir vairākas vietnes, kur lietotājs var aplūkot dažādu piedāvāto darbavietu aprakstus. Ja dzīvojat Kanādā, es ieteiktu sākt ar vietni *Job Bank* (<http://www.jobbank.gc.ca>) (Latvijas iedzīvotāji var izmantot Nodarbinātības valsts aģentūras vietni <https://cvvp.nva.gov.lv/#/pub/> — red. piez.). Darbavietas tajā ir sagrupētas šādās plašās tematiskajās grupās.

- Komercedarbība, finanses un administrēšana
- Dabaszinības, lietišķās zinātnes u. tml.
- Veselības aprūpe
- Sociālās zinātnes, izglītība, valsts pārvalde un reliģija
- Māksla, kultūra, atpūta un sports
- Pārdošana un pakalpojumi
- Tirdzniecība, transports, iekārtu operatori u. tml.

- Izejvielu rūpniecība
- Apstrāde, ražošana un komunikācijas

Citas vietas, kuras ir vērts apmeklēt, veicot vispārēju informācijas izpēti, ir šādas.

- *Occupational Outlook Handbook*

(www.bls.gov/ooh/)

Šo vietni ir izveidojusi ASV valdība, un tajā ir ne vien sniegta informācija par konkrētām profesijām, bet arī aplūkotas nākotnes profesijas.

- *Service Canada*

(www.servicecanada.gc.ca/en/home.shtml)

Vietne, kuru izveidojusi Kanādas federālā valdība. (Analogis portāls Latvijā ir <https://www.latvija.lv/> — red. piez.)

- *Making Career Sense of Labour Market Information*

(www.ccdf.ca/ccdf/index.php/resources/tools-and-books)

Darba burtņica par to, kā interpretēt darba tirgus informāciju. Sastādījusi Eleina O'Reilija (*Elaine O'Reilly*) no Kanādas Karjeras attīstīšanas fonda (*Canadian Career Development Foundation*).

- *National Career Development Association*

(www.ncda.org)

Sk. izvēlnes sadaļu *Internet Sites for Career Planning* šķirklī *Resources*.

Šajā lapā ir saites uz daudzām ar karjeru saistītām vietnēm no grāmatas *The Internet: A Tool for Career Planning* (2. izd., 2002), autori: *Joann Harris-Bowlsbey, Margaret Riley Dikel, James P. Sampson Jr.* Vietne tiek regulāri atjaunota.

Lai gan internets ir neizsmeļams profesionālās informācijas avots, informāciju var iegūt arī citviet. Klientiem vajadzētu zināt, ka ir iespējams izmantot arī šādus publiski pieejamus resursus.

- Vietējās bibliotēkas — lielākajā daļā bibliotēku ir daudzveidīgi karjeras resursi un bieži ir pieejams arī dators ar interneta pieslēgumu.
- Dzeltenās lapas (Latvijā analogs ir „Zaļās lapas” u. c. uzzīņu katalogi — red. piez.) — tālruņu katalogs var sniegt noderīgu informāciju par vietējām organizācijām.
- Sabiedriskie centri — tajos bieži tiek piedāvātas ar karjeru saistītas programmas.
- Karjeras centri — bieži tajos ir pieejamas gan privātās, gan valsts karjeras konsultēšanas programmas un resursu centri. (Latvijā publiski pieejamas valsts finansētas konsultācijas var saņemt Nodarbinātības valsts aģentūrā; sāk veidoties arī privātie karjeras atbalsta centri — red. piez.)
- Skolas (vidusskolas, koledžas, universitātes) — programmas un informācija.

Šie resursi var palīdzēt rast idejas par profesionālajām iespējām.

Vēl jūs varat palīdzēt klientiem iemācīties lasīt starp rindiņām un interpretēt tādu informāciju, kas nav darba sludinājumi. Piemēram, klients

izlasa rakstu par to, ka tuvākajā apkaimē tiks uzcelta liela rūpnīca. Skaidrs, ka būs vajadzīgi darbinieki, kas saistīti ar konkrēto nozari, bet tas var izraisīt jaunu darbavietu parādīšanos arī citur. Jaunā rūpnīca var pozitīvi ietekmēt citus uzņēmumus, un tie var palielināt darbinieku skaitu. Apķērīgs darba meklētājs spēj prognozēt šādas iespējas un sazinās ar darba devējiem šajās saistītajās nozarēs vēl pirms darba sludinājumu parādīšanās avīzēs (ja tie vispār parādās). Tā ir svarīga karjeras izpētes prasme: skatīties ne tikai uz pašreizējām, bet arī uz nākotnes iespējām.

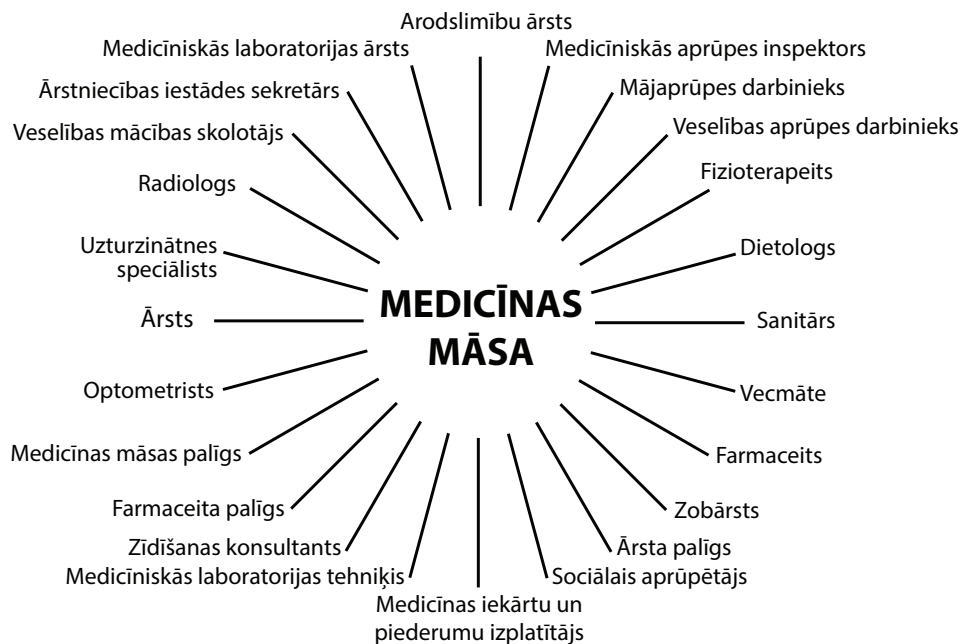
C. Darba tirgus iespēju paplašināšana

Procesam, kurā tiek apzinātas dažādas darba tirgus iespējas, nav jāaprobežojas tikai ar īpaši interesantas profesijas atrašanu. Savā ziņā tas ir tikai sākums. Kad ir noskaidrots, kāda profesija klientu interesē, ir noderīgi izpētīt ar to saistītās profesionālās iespējas. Šo izpēti var veikt dažādi. Programmā „Karjeras ceļi” (*Career Pathways*) (Amundson & Poehnell, 2004) ir iekļauts šāds vingrinājums: vispirms klienti izvēlas konkrētu profesiju un tad īsteno prāta vētru par profesijām, kuras ar to ir saistītas. Šī procesa nolūks ir izveidot karjeras paplašināšanas diagrammu, kāda redzama 12. attēlā.

Šī pieeja ļauj apvienot prāta vētru ar interesantu vizualizāciju. Šis process palīdz paplašināt skatpunktu, no kura klienti raugās uz profesijām.

Vēl viens paņēmieni, kā palīdzēt klientiem paplašināt savas iespējas, ir piedāvāt viņiem sākt pašiem savu biznesu. Daudzu cilvēku izpratnē darbu var tikai atrast, un viņi neapsver iespēju, ka darbavietu varētu izveidot paši. Protams, ne katrs var būt uzņēmējs, tomēr šo jomu ir vērts izpētīt (sk. 5. nodaļas sadaļu „Uzņēmēja skatpunkta izmantošana”). Esmu novērojis, ka uz uzņēmējdarbību ved daudzi ceļi. Dažiem tas ir mūža sapnis, un viņi nebūtu ar mieru darīt neko citu. Citiem šādas vēlmes nav, bet viņi saprot, ka konkrētajos apstākļos tā ir labākā izvēle. Ir svarīgi, lai šādiem cilvēkiem tiktu sniegta palīdzība gan plānošanas, gan īstenošanas posmā. Saņemot iedrošinājumu un praktisku palīdzību, viņi bieži var kļūt par veiksmīgiem uzņēmējiem.

12. attēls. Karjeras iespēju paplašināšana



Atbalsts un informatīvie kontakti — sadarbības tīkla veidošana

Kad cilvēki maina karjeru, viņi bieži saprot, ka nespēj kontrolēt situāciju, un jūtas bezspēcīgi dažādo pārbaudījumu priekšā. Šādos apstākļos viņiem ir vajadzīgs citu cilvēku atbalsts un uzmundrinājums. Mērija Bērtone un Ričards Vēdemeijers (*Burton and Wedemeyer*, 1991) iesaka: lai novērstu šādu stāvokli, cilvēkam ir jāiztēlojas, ka viņš ir liela uzņēmuma izpilddirektors. Šajā gadījumā izpilddirektors ir atbildīgs par darba meklēšanas procesu un viņa uzdevumi un pienākumi ir šādi:

- novērtēt savas stiprās un vājās puses;
- balstoties uz sākotnējo vērtējumu, piedāvāt un vadīt rūpīgi izplānotu darba meklēšanas stratēģiju;
- sasniegt tās tirgus daļas, kur viņa stiprās puses ir vispiemērotākās un vājās puses darbam netraucē.

Vairumā lielo uzņēmumu ir direktoru padome, un tāpat ir arī šajā scenārijā. Padomes locekļiem ir jāizsaka savs viedoklis, jāizanalizē

Viens no bīstamākajiem momentiem karjeras maiņas procesā ir izolācija saistībā ar darba meklēšanu.

jaunās idejas, jāsniedz atbalsts un iedrošinājums. M. Bērtone un R. Vēdemeijers uzskata, ka padomē vajadzētu būt apmēram desmit cilvēkiem. Izvēloties padomes locekļus, ir jāizvērtē šādi faktori: pieejamība, pozitīva attieksme, labas spriestspējas, patiesums un

godīgums, atvērtība, zināšanas par konkrēto jomu (izglītība un darba pasaule). Ar padomes locekļiem ir regulāri jātiekas (iespējams, ne ar visiem reizē, bet var arī tā); šo tikšanās reižu laikā ir jāapspriež pašreizējā situācija

un jāformulē turpmāko darbību ievirze. Tā ir arī laba iespēja saņemt informatīvo un emocionālo atbalstu.

Pat tad, ja klienti formālu padomi neizveido, viņiem ļoti noder regulāras neformālas sarunas ar draugiem un ģimenes locekļiem. Viens no bīstamākajiem momentiem karjeras maiņas procesā ir izolācija saistībā ar darba meklēšanu (*Amundson & Borgen, 1987*). Kontaktēšanās ar citiem ir laba stratēģija gan emocionālās, gan praktiskās labsajūtas nodrošināšanai. Lai pārliecinātos, ka kontakti tiek izveidoti un uzturēti, jūs varat mudināt klientus iesaistīties karjeras izpētes vai darba meklēšanas atbalsta grupā. Šāda regulāra satikšanās ar citiem, kuri veic līdzīgu izpēti vai arī meklē darbu, ļauj paplašināt kontaktpersonu loku.

Domājot par atbalsta grupas priekšrocībām, jāatceras, ka starp tām ir ne tikai atbalsta saņemšana, bet arī sniegšana citiem. Es joprojām atceros pirmo karjeras izpētes un darba meklēšanas grupu, kuru es vadīju. Vispirms katrs tās loceklis varēja īsi pastāstīt savu stāstu. Pirmā runātāja stāstīja, kā, meklējot darbu, viņa kopā ar vīru un meitu bija pārcēlusies uz jaunu dzīvesvietu. Pārcelšanās laikā kravas auto cieta avārijā, un viņi zaudēja lielāko daļu savas iedzīves. Jaunajā dzīvesvietā bija grūti atrast darbu; tas ģimenē radīja spriedzi, kas noveda pie laulības šķiršanas. Sievietei izdevās atrast darbu provinces ziemeļos, un viņa pārcēlās, lai strādātu nelielā kopienā. Tur viņas meita tika izvarota, tāpēc sieviete nolēma kopā ar meitu atgriezties Vankūverā. Tad viņa nonāca manis vadītajā grupā. Dabiski, ka šī stāsta laikā lija asaras un gaisotne bija ļoti saspringta. Nākamais par sevi stāstīja padzīvojis vīrietis, kas visu mūžu bija strādājis fizisku darbu. Rūpnīca, kurā viņš strādāja, tika slēgta, un viņš nevarēja atrast darbu. Viņš stāstīja, ka viņa konkurenti uz darbu ir astoņpadsmitgadīgi jaunieši. Kaut arī viņam bija liela pieredze, viņš nespēja dabūt pat vienkāršākos darbus. Tāpat kā iepriekš, lija asaras, un sieviete, kura tikko bija beigusī runāt, piegāja pie šī vīra un viņu apskāva. Šajā brīdī es piedzīvoju, ko nozīmē grupas spēks. Šis process bija jāsekmē man kā konsultantam, taču lielu daļu darba paveica paši grupas locekļi, atbalstot cits citu gan emocionāli, gan arī praktiski.

Vēl viens veids, kā atbalstīt klientus, ir iemācīt viņiem sazināties ar citiem, lai iegūtu informāciju par profesionālajiem jautājumiem. Viens no paņēmieniem, kā no citiem uzzināt vairāk par darba pasauli, ir informatīvā intervija. Mana pieredze rāda, ka labākais informācijas avots bieži vien ir cilvēki, kuri strādā attiecīgajā jomā, un parasti viņi ir gatavi dalīties ar savu laiku un zināšanām. Organizējot šādas intervijas, ir svarīgi klientiem atgādināt, kāds ir šādas intervijas nolūks, proti, iegūt informāciju, tāpēc to nevajadzētu jaukt ar darba interviju. Te galvenais ir uzzināt vairāk par konkrētu profesiju, aprunājoties ar kādu, kas šajā jomā strādā. Pirms nākšanas uz šo interviju, klientiem ir jāgatavojas — jāuzraksta jautājumi, kurus viņi vēlētos uzdot. Intervijai nevajadzētu būt garākai par 20 minūtēm, ja vien netiek skaidri pateikts, ka laika

ierobežojuma nav. Parasti jautājumi ir saistīti ar to, kā šis cilvēks ir nonācis savā amatā (izglītība, darba pieredze utt.), kādi ir viņa darba pienākumi, kā viņa darbs laika gaitā ir mainījies, kas viņam patīk un kas nepatīk un kādas ir nākotnes izredzes. Nobeigumā ir lietderīgi pavaicāt, vai viņš var ieteikt kādu citu, ko intervēt. Intervijas laikā klientiem stāstītais ir sīki jāpieraksta, un vēlāk intervētajam cilvēkam

*Daudzi cilvēki savas
problēmas patur pie sevis
un tā palaiž garām
lieliskas izdevības.
Gadu gaitā es tiešām esmu
sācis ticēt negaidītām
laimīgām sakritībām.*

jānosūta rakstiska pateicība.

Ir lietderīga ne vien formāla intervija, bet arī neformāla kontaktēšanās ar draugiem un kaimiņiem, kuri strādā gluži atšķirīgās jomās. Daudzi cilvēki savas problēmas patur pie sevis un tā palaiž garām lieliskas izdevības. Gadu gaitā es tiešām esmu sācis ticēt negaidītām laimīgām sakritībām. Ir tik daudz gadījumu, kad nejaušības ir novedušas pie lieliskiem kontaktiem.

Līdz šim minētie kontakti noder kā pamats laba karjeras sadarbības tīkla izveidošanai. Jau pats nosaukums „sadarbības tīkla veidošana” atklāj tā būtību:

1. sadarbība — kontaktu veidošana;
2. tīkls — izveidotie kontakti;
3. veidošana — nepārtraukta darbība, lai kontaktus uzturētu.

Pētot sadarbības tīklu ideju tālāk, es nolēmu izmantot metaforisko procesu un sāku ar pieņēmumu, ka starp zvejas tīkliem un sadarbības tīkliem ir jābūt kādai saiknei. Attīstot šo domu, es sazinājos ar bārdzini Deivu, kurš daudz ko zināja par zvejošanu, un ar zvejnieku Pītu, sirnu zvejas veterānu. Viņi man parādīja, kā tiek gatavoti tīkli, un pastāstīja, kā tos lieto, lai noķertu dažādu sugu zivis. Pēc šīm sarunām un piedzīvotā es devos prom, pārdomādams vairākus jautājumus saistībā ar sadarbības tīkliem. Daži no tiem ir iekļauti 5. pielikumā. Lai sadarbības tīklu veidošanu izpētītu padziļinātāk, šos jautājumus var uzdot gan individuālajās konsultācijās, gan semināros. Esmu sagatavojis arī dažus praktiskus padomus par sadarbības tīklu veidošanu.

Praktiski padomi

1. Radiet labvēlīgu gaisotni. Neieciklējieties tikai uz tiem, ar kuriem cenšaties nodibināt kontaktu. Dažkārt lielākā palīdzība var atnākt no pavisam citas puses.
2. Izrādiet iniciatīvu. Iespējas parādīsies, un neļaujiet kautrībai tās ierobežot.
3. Palīdziet citiem savstarpēji iepazīties. Varbūt jūs redzat iespēju izveidot kontaktus un varat palīdzēt; šis process var izrādīties noderīgs arī jums pašam.
4. Ja uzstājaties, sagatavojiet izdales materiālus un pārliecinieties, lai jūsu vārds un kontaktinformācija būtu labi redzami.

5. Lasiet visdažādākos materiālus un sekojiet līdzī ziņām, īpašiem notikumiem un sporta pasākumiem.
6. Uzmanieties, lai jūsu nostāja nebūtu pārāk dedzīga vai pārāk vēsa. Centieties apzināties, kādu iespaidu uz citiem atstājat.
7. Sagatavojieties. Ja jūs interesē kāda joma, uzziniet visu iespējamo gan par pašu tēmu, gan par galvenajiem šīs jomas spēlētājiem pat tad, ja pašlaik vakances nav izsludinātas.
8. Turpiniet cieņpilnu saziņu ar savām kontaktpersonām.
9. Dalieties ar informāciju.
10. Apgūstiet prasmi tikt pamanītam grupā — labāko iemeslu dēļ.

Tuvinieku iesaistīšana konsultēšanā

Viena no 2. nodaļā minētajām konsultēšanas konvencijām paredz, ka karjeras konsultēšana lielākoties norisinās individuāli un saikne ar sabiedrību šajā ziņā ir maza. Ģimenes locekļu un draugu viedoklis var tikt pārrunāts, bet pašā konsultēšanas procesā viņi parasti netiek iesaistīti. Šī koncentrēšanās uz indivīdu atspoguļo mūsu (Kanādas — red. piez.) individualizēto sabiedrību un uzskatu, ka cilvēkiem karjeras izvēlē jābūt

brīviem un no ģimenes vai draugiem nav jāietekmējas. Teorētiski tas izklausās pareizi, tomēr ir daudzas kultūras, kuru vērtības ir vairāk saistītas ar

Ir arī daudzas tādas situācijas, kurās citu viedoklis karjeras lēmumu pieņemšanā ir svarīgs.

grupu. Ir arī daudzas tādas situācijas, kurās citu viedoklis karjeras lēmumu pieņemšanā ir svarīgs. Piemēram, daudziem jauniešiem ir nepieciešams vecāku emocionālais un materiālais atbalsts un karjeras jautājumus viņi labprāt apspriest kopā. Precētiem pieaugušajiem ir jāreķinās ar otra laulātā karjeru un lēmumi jāpieņem kopā. Vairākos gadījumos noder arī tieša citu cilvēku iesaistīšanās.

Bieži, runājot par citu cilvēku iesaistīšanu karjeras konsultēšanā, tiek pieņemts, ka visiem šī procesa dalībniekiem būs līdzvērtīga loma, kā tas ir ģimenes konsultācijās. Esmu atklājis — galvenokārt pēc „mēģinājumu un kļūdu metodes” —, ka citus vislabāk ir iesaistīt kā novērotājus. Tas nozīmē, ka ir skaidra robeža starp konsultējamo un tiem, kuri ierodas kā viņa viesi. Apmeklētāji tiek aicināti šajā procesā piedalīties kā novērotāji, un viņiem tiek dota iespēja noteiktos brīžos izteikt savu viedokli. *DVD* materiālos par dzīves ciklu ir redzami divi šādu karjeras konsultēšanas sarunu piemēri. Vienā no tiem desmitās klases skolnieks Andreass ir uzaicinājis uz konsultāciju savu tēvu, bet otrā ir redzama konsultācija, kurā piedalās Greiems ar sievu Lauru.

Normena Amundsona un Kurta Penera (*Amundson and Penner*, 1998) rakstā redzams, kā minēto procedūru var izmantot, strādājot ar nelielām jauniešu grupām un viņu vecākiem. Saskaņā ar šo pieeju uz karjeras konsultāciju tiek uzaicināti divi vai trīs jaunieši kopā ar vismaz vienu no vecākiem. Šīs konsultācijas ir saistītas ar jauniešu karjeras vajadzībām un viņu izredzēm, un to norisē iesaistās arī vecāki. Konsultācijās viņiem tiek dota iespēja izteikt viedokli par darba tirgu un to, kādus viņi redz savus bērnus, proti, kādas ir viņu prasmes, intereses, dotības, rakstura iezīmes un vērtības. Pats svarīgākais tomēr ir tas, ka viņi kādu laiku pavada kā novērotāji, klausoties tajā, kas tiek teikts. Šāds scenārijs gan ir īstenojams tikai tad, ja vecāku un bērnu attiecības ir labas.

Tieša tuvinieku iesaistīšana konsultēšanā tika izmēģināta arī Kanādas pirmiedzīvotāju kopienās. Roda Makormika un Normena Amundsona (*McCormick and Amundson*, 1997) rakstā ir izklāstīta tāda konsultēšanas pieeja, saskaņā ar kuru uz karjeras konsultācijām tiek uzaicināta ģimene un kopienas locekļi. Šīm konsultācijām ir raksturīgas dažas unikālas iezīmes — lūgšana, ceremonijas, runāšanas koks vai ērgļa spalva. Tuvinieki drīkst iesaistīties tad, kad viņiem tiek iedots runāšanas koks. Viss process ir veidots tā, lai palīdzētu katram „publiski formulēt savu lomu un pienākumus un palīdzēt klientam sajūst ģimenes un kopienas atbalstu” (178. lpp.).

Dažkārt tieša tuvinieku iesaistīšanās nav iespējama, un daudzkārt pietiek ar to, ka draugi un ģimenes locekļi sniedz informāciju citādi (*Amundson*, 1984). Esmu izstrādājis personiskā stila aptauju, ar kuras palīdzību, izmantojot panorāmisko pieeju, tiek apkopoti citu cilvēku viedokļi (*Amundson*, 1999). Ir izveidota arī tuvinieku anketa, kas tiek izmantota programmās „Sākumpunkti” (*Starting Points*), „Karjeras ceļi” (*Career Pathways*) un „Atbalsta aplī” (*Guiding Circles*) (sk. 4. nodaļu).

Tuvinieku anketa

Lūdzu, atbildiet uz tālāk redzamajiem jautājumiem! Jūsu viedoklis palīdzēs _____ turpmākās karjeras plānošanā, tāpēc augstu tiks vērtēts jūsu godīgums.

1. Kas, jūsuprāt, šim cilvēkam labi padodas? Kādas prasmes viņš ir demonstrējis?
2. Kādas, jūsuprāt, ir šī cilvēka galvenās interešu jomas?
3. Kādas ir šī cilvēka raksturīgākās iezīmes?
4. Kādas pozitīvas pārmaiņas šajā cilvēkā laika gaitā esat novērojis, jo īpaši saistībā ar darbu vai darba meklēšanu?
5. Kā šis cilvēks var sevi pilnveidot?
6. Kādas šī cilvēka prasmes un pozitīvās iezīmes jūs esat ievērojis, kuras citkārt varētu palikt nepamanītas?
7. Kāds, jūsuprāt, būtu šī cilvēka ideālais darbs vai karjeras virziens?

Pirms šīs anketas izmantošanas jums vajadzēs ar klientu pārrunāt, pie kādiem cilvēkiem ar to vērsties. Pēc tam ir jāvelta laiks arī iegūtās informācijas apspriešanai.

Lēmumu pieņemšanas stratēģijas

Kādā karjeras izpētes brīdī klientiem ir jānovērtē dažādu variantu dzīvotspēja. Lai viņiem palīdzētu virzīties uz priekšu ar karjeras plānošanu, šādos brīžos var izmantot noteiktas lēmumu pieņemšanas stratēģijas.

Daudzos gadījumos vispirms ir precīzi jānoskaidro, par ko ir jāpieņem lēmums. Strādājot ar pusaudžiem, es bieži redzu viņu vēlmi izplānot visu

*Lēmumu pieņemšana ir process,
un reizēm jums nav
jāizplāno viss,
lai virzītos uz priekšu.*

dzīvi vai vismaz visu koledžas vai universitātes studiju programmu. Daudzi no viņiem nesaprot, ka lielākoties viņiem ir jāizdomā tikai pirmais solis. Lēmumu pieņemšana ir process, un reizēm jums nav jāizplāno viss, lai

virzītos uz priekšu. Piemēram, viņiem var būt jāizlemj, vai tālāk mācīties koledžā vai universitātē un, ja universitātē, tad kādu vispārīgo programmu izvēlēties pirmajam studiju gadam; viss pārējais nāks ar laiku. Iemācīšanās novērtēt, kas tieši ir jāizlemj, ir svarīgs pirmais solis, un, jo vairāk ir variantu, kas tiek paturēti kā iespējami, jo labāk.

A. Kognitīvā lēmumu pieņemšana

Viena no izplatītākajām kognitīvajām lēmumu pieņemšanas metodēm ir lūgt, lai klienti uzraksta dažādu variantu priekšrocības un trūkumus. Informācijas pierakstīšana bieži ļauj problēmu ieraudzīt citām acīm. Sarežģītu situāciju var palīdzēt atšķetināt arī šāda saraksta pārrunāšana ar kādu citu.

Situācijas izvērtēšanai var izmantot arī riteņa metodi (*Amundson & Poehnell, 2004*), kas ļauj pārbaudīt dažādus variantus. Saskaņā ar šo metodi riteņa centrā tiek ierakstīta izvēlēta profesija un tiek izpētīts katrs riteņa

segments, lai noteiktu, kā tas atbilst konkrētajai profesijai. Ja, piemēram, klients apsver iespēju kļūt par medicīnas māsu, ir jāizpēta, vai šī profesija sader ar viņa unikālo kombināciju, ko veido prasmes, intereses, vērtības, raksturīgās iezīmes, vispārējā darba pieredze un iegūtā izglītība. Tiek izvērtēts arī tuvinieku atbalsts un darba tirgus iespējas. Itamars Gati (*Gati*, 1986) šo metodi sauc par secīgās izslēgšanas pieeju. Tas nozīmē, ka jūs sākat ar vēlamo profesiju, to vispusīgi izvērtējat (izmantojot riteņa metodē paredzētos faktoros) un tikai tad sākat pētīt citas iespējas. Dažkārt derīgi izskatās vairāki varianti, un tad var izmantot lēmumu pieņemšanas tabulu. Vispirms klientam jānosaka desmit galvenie kritēriji (vērtības), ko izmantot iespējamo profesiju vērtēšanai. Tad palūdziet viņu uzrakstīt vairākas profesijas, kuras viņš apsver, un tās izvērtēt, vadoties pēc izvirzītajiem kritērijiem (vērtībām). Izmantojot klienta unikālo kritēriju kombināciju, tabulā var izvērtēt vairākas iespējas vienlaikus. Ilustrācijai aplūkojiet tabulu (sk. 13. attēlu), kura kā piemērs tika izmantota programmā „Karjeras ceļi” (*Amundson & Poehnell*, 2004, 62. lpp.).

*Informācijas pierakstīšana
bieži ļauj problēmu
ieraudzīt citām acīm.*

Šajā piemērā vairumā kritēriju variants „nodarbinātības konsultants” ir novērtēts visaugstāk. Vienīgais kritērijs, kurā variants „sociālais darbinieks” ir saņēmis augstāku vērtējumu, ir „palīdzēšana citiem”.

Tabulas izmantošanas priekšrocības ir tās konkrētība un interesantais informācijas attēlošanas veids. Strādājot ar tabulu, ir jāņem vērā vairāki aspekti. Iespējams, galvenais ir tas, vai ierakstītais vērtējums atbilst faktiskajai situācijai. Turpinot iepriekš minēto piemēru: vai tiešām nodarbinātības konsultanta amats ļauj izpausties radoši? To var noskaidrot informatīvajā intervijā. Tātad viens no konsultanta uzdevumiem ir palīdzēt klientiem pārbaudīt vērtējuma atbilstību realitātei. Svarīgs uzdevums varētu būt arī dažādu variantu relatīvā ieguvuma analizēšana, izmantojot noteiktu kritēriju. Klienti var būt noteikuši robežas, kuras viņi nav gatavi pārkāpt,

13. attēls. Lēmumu pieņemšanas tabula

(Kritēriji)	(Iespējamās profesijas)			
	1. Sociālais darbinieks	2. Nodarbinātības konsultants	3. Grupu mājas atbalsta konsultants	4. Sociālo pabalstu darbinieks
1. Izaicinājums	+5	+5	+3	+2
2. Brīvība	+4	+4	+3	+1
3. Elastīgums	+4	+4	+2	+1
4. Spēju izmantošana	+2	+4	+1	0
5. Aizrautīgums	+2	+3	+1	0
6. Radošums	+2	+4	+1	0
7. Nauda	+3	+4	+2	+2
8. Atlīdzība par smagu darbu	+2	+2	+1	0
9. Palīdzēšana citiem	+4	+3	+2	+1
10. Ceļošanas iespējas	0	0	+1	0
Kopējais punktu skaits	28	33	16	7

piemēram, alga nedrīkst būt mazāka par noteiktu līmeni. Līdz ar to, ja arī viss pārējais tiek vērtēts augstu, algas kritērijs darbojas kā noteicošais un amats, kura vērtējums ir zemāks, var būt pieņemams, ja tas ir labāk apmaksāts. Visredzamākais faktors, ko iztīrāt, strādājot pēc šīs metodes, protams, ir dažādo variantu relatīvais vērtējums. Parasti te ir gan „vinnētāji”, gan „zaudētāji”, bet dažkārt punktu skaita atšķirība ir nepietiekama, lai varētu izšķirties. Šis ir vispārīgs vērtēšanas veids, un attiecīgi ir jāinterpretē arī iegūtie punkti.

B. Intuitīvā lēmumu pieņemšana

Daudziem klientiem lēmumu pieņemšana nav tikai dažādu faktoru apsvēršana — tā aizskar viņu dvēseli un ir ļoti intuitīva. Izšķirošais faktors šajā procesā var būt sajūta, ka ir pieņemts pareizais lēmums. Intuitīvo uztveri var veicināt dažādi. Parasti vispirms ir jārada pareizā atmosfēra, kura nomierina un rada rimtu noskaņojumu, nevis veicina rosīgumu un stresu. Bārbara Mozesa (*Moses*, 1997) apraksta, kas notiek, kad esam pārāk aizņemti un pārstrādājušies:

„Kad mēs iekrītam šajā aizņemtības neprātā, mēs sākam funkcionēt automātiski un vairs nedomājam par to, ko darām. Mēs vienkārši to darām. Vairs nav laika izdzīvot pieredzi. Mēs esam pārāk aizņemti, vienkārši reaģējot. Šādā spriedzē viss ir vienāds — nav ne kāpumu, ne kritumu. Vairs nav prieka. Mēs darbojamies autopilota režīmā. Un vēl mazāk mums ir laika refleksijai par to, kādēļ mēs tik smagi strādājam. Mēs vienkārši strādājam. Un, jo smagāk mēs strādājam, jo mazāk mums ir laika pārdomāt, kā mēs dzīvojam.” (80., 81. lpp.)

No aizņemtības var palīdzēt izklūt atpūta, fiziski vingrinājumi, pastaigas dabā, meditācija, lūgšana, iztēles vingrinājumi u. tml. Mudinot klientus atlicināt laiku sev, jūs varat palīdzēt viņiem noskaņoties uz pareizā viņa.

Ja klientam ir jāpieņem sarežģīts lēmums, jūs varat ieteikt viņam ļaut visam kādu laiku iet savu gaitu. Dažkārt no strupceļa vislabāk var izklūt, ja klients atliek problēmu malā, dara ko citu un ļauj darboties zemapziņai. Atgriežoties pie problēmas pēc atpūtas vai pārmaiņu perioda, bieži rodas jauns skatījums un ir lielāka iespējamība pieņemt labu lēmumu.

Izšķirošais faktors lēmumu pieņemšanas procesā var būt sajūta, ka ir pieņemts pareizais lēmums.

Aplūkojot problēmas rimti un mierīgi, klientiem izdodas tās uztvert

holistiskāk, sarežģījumus ņemot vērā, bet neļaujot tiem sevi pārņemt. Šāda pieeja ļauj labāk atrisīties iztēlei un labāk apzināties personiskās vajadzības dažādos līmeņos — emocionālajā, fiziskajā, intelektuālajā un garīgajā.

Ričards Fosters (*Foster*, 1978), runājot par ceļu uz garīgo izaugsmi, izmanto terminu „disciplīnas”. Tās var būt iekšējas (meditācija, lūgšana, gavēšana, studijas), ārējas (vienkāršība, vienatne, padevība, kalpošana) un saistītas ar draudzes kopību (grēksūdze, pielūgsmē, Gara vadība, svinēšana). Ar to viņš grib pateikt, ka ir paņēmieni, kā sekmēt refleksiju.

Paradoksālie risinājumi

A. Pozitīvā nedrošība

Kognitīvās un intuitīvās lēmumu pieņemšanas dihotomiju pēdējos gados apšaubā kādreizējais kognitīvais (racionālais) teorētiķis H. B. Dželats (*Gelatt*, 1989, 1991). Viņš izceļas ar to, ka ir mainījis viedokli un tagad uzskata, ka ar racionālo modeli šajā pārmaiņu laikā nepietiek. Tālāk iekļautais citāts no ievada H. B. Dželata grāmatā par radošo lēmumu pieņemšanu atklāj viņa tagadējo uzskatu par to, kāda ir visfunkcionālākā pieeja:

„Pašlaik ir nepieciešams līdzsvars. Mūsdienās viss mainās tik strauji, ka nav prātīgi pašauties tikai uz vecām formulām, standarta praksi un ierobežotiem lēmumu pieņemšanas modeļiem. Ir jāatrod līdzsvars starp izlemšanu, vienmēr stingri pieturoties pie zinātniskām formulām, un izlemšanu, vienmēr darot to instinkti. Tas nav nekāds uzlabojums, ja pilnīgu vadīšanu pēc loģikas nomaina pilnīga vadīšanās pēc intuīcijas. .. Mums ir vajadzīgs tāds padoms par lēmumu pieņemšanu, kas vairāk būtu saistīts ar to, ko cilvēki dara, nevis ar to, ko viņiem iesaka eksperti. Šajā grāmatā es rakstu: „Pieņemiet lēmumus, spriežot loģiski, un papildus izmantojiet vēl kaut ko. Tas ir padoms un paraža.” Šis „vēl kaut kas”, ko es pieminu, ir pozitīvā nedrošība. Pozitīvā nedrošība ir līdzsvarota, daudzpusīga, abas smadzeņu puslodes iesaistoša lēmumu pieņemšanas stratēģija, kurai raksturīgi tādi radošie rīki kā elastīgums, optimisms un iztēle.” (i lpp.)

Pozitīvā nedrošība ir interesanta ar to, ka vienā jēdzienā ir sasaistītas divas šķietami pretējas idejas. H. B. Dželats aicina cilvēkus būt pozitīviem attiekmē pret to, ko viņi dara, un vienlaikus saglabāt veselīgu piesardzību un nedrošību. Viņš iesaka pāriet no „vai nu, vai” uz „gan, gan” domāšanu.

Mūsdienu darba tirgū labi var redzēt, kā daži paradoksālie jēdzieni var palīdzēt izprast situāciju. Darba devēji mudina darbiniekus būt lojāliem

Pozitīvā nedrošība ir līdzsvarota, daudzpusīga, abas smadzeņu puslodes iesaistoša lēmumu pieņemšanas stratēģija, kurai raksturīgi tādi radošie rīki kā elastīgums, optimisms un iztēle.

un ražīgiem, bet paši bieži vien rada nestabilu darba vidi, kur nedrošība ir kļuvusi par normu. Lai šādā vidē pastāvētu, cilvēkiem šī nedrošība ir jāapzinās, bet vienlaikus jāturpina skaidra virzība uz priekšu. Tie, kas ar paradoksālajiem elementiem netiek galā, šādā situācijā nonāk grūtībās. Ja viņi ir pozitīvi un nedrošību neizjūt, viņi nespēj sevi

pienācīgi pasargāt. Ja viņus ir pārņēmusi nedrošība, viņi it kā sastingst un kļūst neefektīvi.

H. B. Dželats (*Gelatt*, 1991, 12. lpp.) piedāvā četrus paradoksālos principus, kas palīdz definēt pozitīvo nedrošību. Tālāk ir redzami šie principi un īss to raksturojums.

1. Koncentrējieties uz to, ko vēlaties, bet esiet elastīgs:
 - apzinieties, ko gribat, bet nesiet pārliecināt;
 - izturieties pret mērķiem kā pret hipotēzēm;
 - atrodiat līdzsvaru starp mērķu sasniegšanu un to atklāšanu.
2. Apzinieties savas zināšanas, bet esiet piesardzīgs:
 - atzīstiet, ka zināšana ir spēks, bet nezināšana — svētlaieme;
 - izturieties pret atmiņu kā pret ienaidnieku;
 - atrodiat līdzsvaru starp informācijas izmantošanu un iztēli.

3. Attieksmē pret savu pārlicību esiet gan objektīvs, gan optimistisks:

- apzinieties, ka realitāte ir subjektīva;
- izturieties pret uzskatiem kā pret pareģojumiem;
- atrodiēt līdzsvaru starp realitātes apšaubīšanu un vēlamā uzdošanu par esošo.

4. Savā darbībā esiet gan praktisks, gan maģisks:

- mācieties plānot un plānojiet mācīties;
- izturieties pret intuīciju kā pret realitāti;
- atrodiēt līdzsvaru starp reaģēšanu uz izmaiņām un izmaiņu izraisīšanu.

Aplūkojot šīs idejas, kļūst skaidrs, ka būtiska loma lēmumu pieņemšanas procesā, kuru Dželats apraksta ar šiem principiem, ir iztēlei, radošumam un intuīcijai.

Izmantojot pozitīvās nedrošības jēdzienu, jūs varat palīdzēt klientam apjaust, ka ir iespējami radoši risinājumi, kā novērst šķēršļus. Dažkārt ir tikai jāpārveido jēdziens un klients spēs „pārkāpt pāri žogam”. Kā piemēru aplūkosim kāda jaunieša dilemmu: viņš cenšas izlemt, vai mācīties pedagoģiju vai kokapstrādi. Viens no iespējamajiem risinājumiem ir kļūt par kokapstrādes skolotāju. Vēl viena iespēja ir strādāt algotu darbu vienā no minētajām jomām, bet brīvajā laikā piedalīties ar otru jomu saistītos pasākumos (bērnu sporta treniņa vadīšana, iestāšanās kokapstrādes studijā, iesaistīšanās butaforiju izgatavošanā vietējā teātrī u. tml.). Šāda pieeja ļauj panākt, ka vilks ir paēdis, bet kaza — dzīva.

Man pozitīvās nedrošības jēdziens ir īpaši noderējis, strādājot ar klientiem, kuri grib izvirzīt ilgtermiņa mērķus. Vidusskolas pēdējo klašu

skolēni bieži ir satraukti, jo nespēj izvirzīt skaidru ilgtermiņa mērķi. Vēlme pēc skaidrības ir saprotama, taču mūsdienu darba tirgū pret nākotni

*Dažkārt ir tikai jāpārveido
jēdziens un klients spēs
„pārkāpt pāri žogam”.*

ir ieteicams izturēties atvērti. Vairumā gadījumu vienīgais, kas tiešām ir jāizlemj, ir pirmais solis. Skolēniem, kuri plāno studēt universitātē, var būt jāizšķiras starp humanitāro vai eksakto novirzienu, bet ar pārējo lēmumu pieņemšanu var pagaidīt.

(Latvijā skolēniem tomēr ir jāizšķiras par konkrētu studiju programmu, stājoties augstskolā — red. piez.)

B. Plānotā nejaušība

Tāpat kā tas ir ar pozitīvo nedrošību, te ir apvienoti divi šķietami pretrunīgi jēdzieni. Ketlīna Mitčela, Els Levins un Džons Krumbolcs (*Mitchell, Levin, and Krumboltz, 1999; Krumboltz and Levin, 2009*) pievērsās tam, ko parasti sauc par veiksmi un nejaušību, un tās vietai karjeras konsultēšanā. Pēc viņu novērotā, veiksmei vai nejaušībai ir sava vieta karjeras attīstīšanas procesā, bet bieži mēs pietiekami neizpētām tās pamatā esošo dinamiku. Rūpīgāka analīze atklāj, ka lielāko daļu nejaušību sekmē šādas prasmes un rakstura iezīmes.

1. **Zinātkāre:** jaunu mācību iespēju izpēte
2. **Neatlaidība:** pastāvīgas pūles par spīti neveiksmēm
3. **Elastīgums:** attieksmes un apstākļu mainīšana
4. **Optimisms:** jaunas iespējas uzskatīšana par īstenojamu
5. **Riskēšana:** darbošanās, kaut rezultāti nav skaidri

Piemēram, kāda no manām studentēm teica, ka viņai ir ļoti paveicies, ka ir uzņemta mūsu doktorantūras programmā. Kad lūdzu

viņai pastāstīt savu stāstu, izrādījās, ka viņa ir bijusi ļoti enerģiska un efektīva sākumskolas skolotāja, taču pēc dažiem gadiem jutusi, ka ir tuvu izdegšanai. Viņa pārrunāja šo situāciju ar citiem un saņēma pamudinājumu pāriet strādāt uz vidusskolu. Viņa sāka jaunu dzīvi kopā ar vecākiem skolēniem un izveidoja ļoti veiksmīgu pedagoģisko karjeru. Skolas konsultanti pamanīja viņas īpašās prasmes un ieteica pamēģināt konsultanta profesiju. Sieviete nebija pārliecināta par savām konsultēšanas spējām, tomēr nolēma apgūt kādus kursus. Kursos viņai veicās ļoti labi, un tas palīdzēja iestāties maģistrantūras programmā. Lai gan te bija arī daži veiksmes elementi (vakance vidusskolā īstajā laikā, daži iedrošinoši konsultanti), ne mazāk svarīgs bija viņas pašas elastīgums, optimisms un spēja riskēt. Kā vingrinājumu varat klientam palūgt padziļināti izanalizēt dažus viņa dzīves notikumus, kad viņš ir jutis, ka viņam uzsmaidījusi veiksmē. Veicot šo analīzi, jūs palīdzēsiet viņam ieraudzīt, ka veiksmi parasti pavada vēl citi faktori.

Liekot lietā plānošanu un attīstot prasmes, klients spēj radīt un izmantot veiksmīgus gadījumus.

K. Mitčela, E. Levins un Dž. Krumbolcs (*Mitchell, Levin, and Krumboltz*, 1999) tālāk apgalvo, ka konsultantam ir jānudina klients attīstīt iepriekš minētās prasmes un iezīmes un uzlūkot neplānotus notikumus kā iespēju mācīties. Viņi piedāvā četru soļu pieeju karjeras konsultēšanai.

Pirmais solis

Normalizējiet plānoto nejausību: palīdziet klientam aptvert, ka neplānoti notikumi gadās katram, un novērtēt to, kā viņa paša rīcība var sekmēt neplānotās karjeras iespējas.

Otrais solis

Veiciniet klienta zinātkāri, lai atrastu jaunas iespējas: palīdziet viņam izmantot iztēli, kas, savukārt, sekmēs mācību procesu un ļaus izpētīt vairāk iespēju.

Trešais solis

Māciet klientam radīt vēlamas nejaušības: palīdziet viņam attīstīt iepriekš minētās prasmes un attieksmi, lai viņš varētu radīt pareizos apstākļus pozitīvām nejaušībām.

Ceturtais solis

Palīdziet klientam pārvarēt šķēršļus: meklējiet konstruktīvus problēmu risināšanas paņēmienus un pastāvīgi atbalstiet mācīšanos.

Plānotās nejaušības pieeja paredz to, ka konsultants iet tālāk par tradicionālajām metodēm, kuras pievēršas karjeras mērķa noteikšanai. Tā vietā tiek uzsvērtā iztēle, mācīšanās un prasmju attīstīšana, kas klientam rada jaunas iespējas. Liekot lietā plānošanu un attīstot prasmes, klients spēj radīt un izmantot veiksmīgus gadījumus.

C. „S” līkne

Teorētiķis Čārlzs Hendijs, plaši pazīstams organizāciju analītiķis no Lielbritānijas, apgalvo, ka daudzas dzīves pārejas var raksturot ar „S” līkni (*Handy*, 1994), proti, sākumā vienmēr ir kaut kādas grūtības, un tas ir „S” apakšējā izliekuma zemākais punkts. Pēc sākotnējā pielāgošanās perioda notiek strauja augšupeja, taču tā neturpinās mūžīgi un kādā brīdī mēs nonākam līdzenumā, kas beidzas ar lejupslīdi. Šī modeļa nezināmais lielums ir laika posms, kas ir jāpavada katrā stāvoklī.

Č. Hendijs apgalvo, ka mums ir jāpārvērš nolēmtā „S”, kad ir sasniegts tā augstākais punkts, un noķert nākamo „S”, lai atkal virzītos augšup. Grūtības rada tas, ka lielākoties mēs esam gatavi aiziet no līknes tikai tad, kad esam konstatējuši neapšaubāmu kustību lejup. Kad „bēgums” ir sācies, bieži jau ir par vēlu, un mēs nošļūcam līdz pašai apakšai. Šīs pieejas paradoksālais elements ir tas, ka mēs tiekam aicināti īstenot izmaiņas tad,

kad viss ir labi. Starp citu, ikviens, kas ir spekulējis biržā, pazīst „S” likni. Pārāk bieži biržas spekulanti sajūsmināti vēro strauju akciju cenu kāpumu un pēc tam turpina vērot, kā tās atkal krīt lejā.

Saskaņā ar Č. Hendija modeli ir iespējams pieļaut divas kļūdas. Pirmkārt, var nolēkt pārāk ātri un nepiedzīvot spēcīgo kustību augšup, kas kādu laiku vēl turpināsies. Otrkārt, var noturēties pārāk ilgi un zaudēt iespēju pāriet uz labāku situāciju. Šī nav viegla dilemma, un īpaši aktuāla tā ir pašreizējos darba tirgus apstākļos. Aizvien vairāk darbinieku turas pie darba, kura pastāvēšanas laiks ir ierobežots, vai rada produktus, kuru noiets ir ierobežots. Kā līgumstrādniekiem, konsultantiem, ārstata darbiniekiem, uzņēmējiem vai pat darbiniekiem standarta amatā viņiem vienu brīdi var klāties labi, bet viņi nav droši par to, cik ilgi tas būs. Šāda pastāvīga spriedze ietekmē gan ģimenes, gan personisko dzīvi.

Šīs pieejas paradoksālais elements ir tas, ka mēs tiekam aicināti īstenot izmaiņas tad, kad viss ir labi.

Viens no paņēmieniem, kā, risinot šo problēmu, pārkāpt ierastās robežas, ir sākt gatavoties aiziešanai jau tad, kad uzdevumi vēl tiek pildīti ar pilnu atdevi; kā saka — neturiet visas olas vienā grozā. Ir svarīgi, lai, aktīvi izmantojot sadarbības tīklus, tiktu apzinātas citas iespējas un jauni projekti, kas varētu būt piemēroti. Vēl viena stratēģija, kas var izrādīties noderīga, ir gatavošanās jaunām iespējām. Daži to dara, izejot papildu apmācību un gūstot pieredzi, kas var noderēt, kad šādas iespējas parādās. Piemēram, kāds jauniešs vēlējās nodarboties ar apdrošināšanas risku izvērtēšanu. Strādājot par biroja darbinieku apdrošināšanas uzņēmumā, viņš apmeklēja vakara kursus, lai sagatavotos nākotnes iespējām. Pēc pāris mēģinājumiem viņam šādu amatu izdevās ieņemt, pateicoties savai jaunajai kvalifikācijai un sakariem uzņēmumā.

Šo jautājumu var aplūkot, arī izmantojot virzības un kustības metaforu. Ir nepieciešams daudz vairāk enerģijas, lai kustību sāktu, nekā lai to turpinātu. Ikviens, kas ir spēlējis sporta spēles, zina, ka nekustīgs cilvēks ir daudz neaizsargātāks nekā tāds, kas ir kustībā. Mūsdienu trauksmainajā

darba tirgū ir svarīga karjeras inerce. Ir būtiski to nepazaudēt, veicot noteiktu uzdevumu. Viens no skumjākajiem komentāriem, ko esmu dzirdējis, strādājot ar daudziem bezdarbniekiem, ir atziņa „Es nepamanīju, ka tas tuvojas, un tad jau bija par vēlu. Mēs visi cīnījāmies par dažām atlikušajām darbavietām”.

D. Haosa teorija

Haosa teorija paredz, ka mūsu sistēmas kļūst aizvien sarežģītākas un līdz ar to arī nesakārtotas un neparedzamas (Pryor & Bright, 2003; Pryor & Bright, 2011; Bloch, 2005). Tiek uzskatīts, ka mazi notikumi var ietekmēt sistēmu neproporcionālā apmērā. Šo pārmaiņu principu var ilustrēt ar „tauriņa efektu” (Lorenz, 1993).

Analizējot sistēmas pārmaiņu procesu, top skaidrs, ka tam viscaur ir raksturīgs paaugstināts jutīgums un iespējama transformācija vai fāžu nobīde. Sarežģītākās sistēmās pārmaiņu procesam ir raksturīgs nejaušums un neprognozējamība.

Sistēmu teorētiķi ir konstatējuši modeļus, kurus ir nosaukuši par pievilcējiem (Bright & Pryor, 2005). Pēc Roberta Praiora, Normena Amundsona un Džima Braita (Pryor, Amundson, & Bright, 2008, 310. lpp.) domām, pievilcēji funkcionē šādi.

„Trīs tradicionālie pievilcēji ir punktveida pievilcējs (sistēma virzās uz vienu beigu stāvokli), svārstveida pievilcējs (sistēma svārstās starp diviem galējiem stāvokļiem) un cikliskais pievilcējs (sistēmas kustība notiek, cikliski atkārtojoties sarežģītam, bet regulāram modelim). Haosa teorija šai kolekcijai ir pievienojusi divaino pievilcēju, kam raksturīga sarežģīta kustība, kura rada vispārējas kārtības sajūtu, tomēr šīs sistēmas darbība katrreiz ir citāda.”

Sarežģītām sistēmām raksturīgas gan konverģentās iezīmes (kārtība un stabilitāte), gan rezultējošās iezīmes (nejaušība un pārmaiņas), līdz ar to arī haosa teorija ir paradoksāla karjeras konsultēšanas pieeja.

Viens no konsultanta uzdevumiem ir palīdzēt klientam pieņemt faktu, ka karjeras attīstības process nebūt nav tik lineārs un stabils, kā varētu domāt. Lai palīdzētu klientiem labāk apjaust nepieciešamību pēc alternatīviem plāniem, var izmantot vingrinājumu „Ja nu” (*Pryor, Amundson, & Bright, 2008*). Tas ir veicams šādi.

1. Pastāstiet par datiem, kas saistīti ar neplānotiem notikumiem karjeras plānošanā. Piemēram, saskaņā ar Dž. Braita un viņa kolēģu pētījumu (*Bright, Pryor, & Harpham, 2005*) aptuveni 70 % jauniešu atzīst, ka viņu karjeras plānus ir būtiski ietekmējis neplānots notikums.
2. Strādājot ar grupu, aiciniet dalībniekus pastāstīt piemērus par to, kā nejaušības ir ietekmējušas viņa paša vai kāda paziņas pieņemtos lēmumus. Šos piemērus var piefiksēt uz papīra tāfeles, izmantojot domu kartēšanas pieeju.
3. Kad piemēru saraksts ir gatavs, palūdziet dalībniekus pastāstīt sīkāk par to, kas notika pēc tam un kādu mācību viņi no šiem notikumiem guva.
4. Lūdziet dalībniekus pateikt savu personisko karjeras mērķi. Pēc tam palūdziet izvēlēties vienu no sarakstā minētajām nejaušībām un attiecināt to uz savu situāciju. To pārrunājot, var izmantot trīs šādus jautājumus:

„Kā situācija mainītos pēc šī notikuma? Kādus citus karjeras mērķus varētu sasniegt, ja notiktu šīs pārmaiņas? Kā šādus alternatīvus mērķus varētu sasniegt un īstenot?” (318. lpp.)

R. Praiors, N. Amundsons un Dž. Braits (*Pryor, Amundson, & Bright, 2008*) iztīrā arī to, kā palīdzēt klientiem mainīt savu skatījumu. Šo stratēģiju pamatā ir pārrunas par šādām tēmām.

- a. „Par spīti grūtībām” — ko var mācīties no situācijām, kurās cilvēki ir spējuši pārvarēt šķietami nepārvaramas grūtības?

- b. „Varbūt tomēr” — ko var mācīties no situācijām, kurās grūtībās nonākuši cilvēki ir rikojušies tā, lai savas izredzes uz veiksmi palielinātu.
- c. „Vairāk nekā veiksmē” — vai ir tā, ka reizēm cilvēki notikumus izskaidro ar veiksmi un nesaredz paši savu ietekmi uz dzīves un karjeras notikumiem? (Tas līdzinās plānotās nejaušības teorijai.)
- d. „Būsim reālisti” — kā panākt, lai, kaļot plānus, jūs savas izredzes uz panākumiem nenovērtētu ne par augstu, ne par zemu?

Nesen R. Priors un Dž. Braits (*Pryor and Bright, 2012*) mums atgādināja, cik svarīgi ir mācīties no negatīvās pieredzes. Pozitīvi ievirzītā psiholoģija maz pievēršas tām reizēm, kad kaut kas neizdodas, bet, kā jau vairums no mums zina, neveiksmes ir daļa no dzīves. Neveiksmes paver iespēju elastīgumam, radošumam un jaunai izaugsmei. Uzņemoties risku, mums ir jābūt gataviem arī uz to, ka viss var nenotikt pēc mūsu prāta. Galvenais, kas jāatceras, — neveiksmes dod iespēju mācīties un attīstīties tālāk.

*Viens no konsultanta uzdevumiem
ir palīdzēt klientam pieņemt faktu,
ka karjeras attīstīšanas process
nebūt nav tik lineārs un stabils,
kā varētu domāt.*

Uzvedības vingrināšana

Darba meklēšanas gaitā klienti var secināt, ka viņiem vēl ir jāmacās (viens no nodarbinātības aspektiem). Iespējams, viņiem trūkst prasmju, kā sazināties ar potenciālajiem darba devējiem vai kā izturēties intervijās. Šādā brīdī īpaši noderīga stratēģija ir uzvedības vingrināšana — zināma joma tiem, kuri iepazinušies ar Neitana Ezrina un viņa kolēģu izstrādāto programmu „Darba meklētāju klubs” (*Job Club*) (*Azrin, Flores, and Kaplan, 1975*).

Izmantojot uzvedības vingrināšanas stratēģiju, konsultants kļūst par izaugsmes treneri vai gidu. Tam ir vajadzīgas specifiskas zināšanas un ir jāzina, kā sarežģītus uzdevumus sadalīt viegli apgūstamās daļās. Iespējams, pats galvenais ir prast klientus iedrošināt un sniegt viņiem konstruktīvas un pozitīvas atsauksmes.

Uzvedības vingrināšanas procesu veido vairāki soļi. Mārvins Vestvuds (*Westwood, 1994*) ir izstrādājis šādu divpadsmit soļu uzvedības vingrināšanas kompleksu, ko var izmantot daudzās jomās.

1. **Izvērtēšana:** izmantojot novērošanas un saziņas pamatprasmes, nosakiet, ko tieši vajadzētu apgūt.
2. **Paskaidrošana:** ar konkrētu piemēru palīdzību izskaidrojiet apgūstamo tēmu.
3. **Sākotnējā modelēšana:** demonstrējiet konkrēto prasmi vai prasmes, izmantojot lomu spēli.
4. **Komentāri un jautājumi:** mudiniet klientus redzēto un dzirdēto pārrunāt un iztirzāt neskaidros jautājumus.
5. **Pirmais treniņš:** aiciniet klientus iepriekš modelēto situāciju atkārtot vai simulēt.

6. **Atsauksmes un uzmundrinājums:** pievērsieties tam, kas ir izdevies, un, ja nepieciešams, palabojiet.
7. **Atkārtotā modelēšana (ja nepieciešams):** atkārtoti parādiet klientiem konkrēto prasmi, vēlreiz izmantojot lomu spēli.
8. **Komentāri un jautājumi:** tāpat kā iepriekš, aiciniet klientus pārrunāt, kā ieviest papildu izmaiņas jeb prasmes pieslīpēt.
9. **Papildu treniņš:** atkārtojiet piekto soli.
10. **Atsauksmes un uzmundrinājums:** atkārtojiet sesto soli.
11. **Mērķu izvirzīšana un vienošanās:** mudiniet klientus trenēt savu prasmi vai prasmes reālās situācijās. Ja nepieciešams, atvēliet papildu laiku treniņiem.
12. **Uzraudzība:** noskaidrojiet, kā situācija attīstās, iedrošiniet un noorganizējiet papildu treniņus.

M. Vestvuda visaptverošā uzvedības vingrināšanas stratēģija dod plašas iespējas mācīt, demonstrēt, trenēt, iedrošināt un koriģēt. Atkarībā no apgūstamā uzvedības modeļa sarežģītības šis process var būt jāatkārto vairākas reizes, pievērsoties dažādiem mācību uzdevumiem.

Dažādas M. Vestvuda aprakstītās lomu spēles un darbības var papildināt ar audio vai video ierakstu veikšanu un atskaņošanu (sk. iepriekšējo nodaļu). Iekļaujot konsultēšanā šo stratēģiju, jūs ar klientiem varēsiet pievērsties konkrētai uzvedībai, konstatēt problēmas un izcelt panākumus.

Uzvedības vingrināšanas stratēģijas treniņa komponenti var paplašināt, izmantojot vizualizāciju, proti, klienti situācijas trenē iztēlē, pievērsoties katram šī procesa solim un iztēlojoties, kā viņi uzdevumus sekmīgi paveic. Vizualizācijas elements var būtiski papildināt uzvedības vingrināšanas standarta procesu.

Darba intervijās aizvien biežāk tiek izmantoti biheiviorālās intervēšanas paņēmieni. Saskaņā ar šo metodi klientiem ir jāmin konkrēti piemēri, kas apstiprinātu viņu deklarētās īpašības un prasmes. Piemēram, ja klients apgalvo, ka ir labs komandas spēlētājs, viņam jāpierāda (parasti, pastāstot kādu notikumu), ka iepriekšējā darbavietā viņš tiešām ir labi iesaistījies grupas darbā. Tas var radīt diezgan lielu stresu, un daži cilvēki, kad viņiem lūdz pastāstīt konkrētus piemērus, burtiski sastingst.

Viens no nodarbinātības konsultāciju uzdevumiem mūsdienās ir palīdzēt cilvēkiem attīstīt atbilstošu reakciju uz biheiviorālās intervēšanas jautājumiem. Ņemot vērā to, cik dažādus jautājumus iespējams uzdot, šis uzdevums šķiet smags, tomēr darba gaitā esmu konstatējis, ka var izmantot dažus galvenos stāstus un, atbildot uz dažādiem jautājumiem, tos mazliet pielāgot. Piemēram, stāstu, ko izmantot tikko minētajā piemērā, lai ilustrētu grupas darbu, var izmantot arī, lai apliecinātu tādas raksturīgās iezīmes kā iniciatīva, elastīgums, vadītāja spējas utt. Būtiska karjeras attīstīšanas prasme ir mācēt veidot stāstus un izprast visu, kas tajos ir ietverts.

Lai palīdzētu klientiem iemācīties izveidot savus stāstus, es bieži izmantoju šādu vingrinājumu. Vispirms es nosaucu vairākas prasmes, kuras augstu vērtē darba devēji.

Piemēram, daudzi darba devēji mūsdienās uzsver prasmi strādāt komandā, radošumu un problēmu risināšanas prasmi. Klienta pirmais uzdevums ir pateikt, kuras no šīm prasmēm, viņaprāt, viņam piemīt. Tad pajautāji, kā viņš to var pierādīt. Sāciet ar vienu no prasmēm un palūdziet, lai klients ar īsu stāstiņu apliecina, ka viņam tā piemīt. Kad stāsts ir izstāstīts, rūpīgi to izvērtējiet. Kādas vēl prasmes izpaužas šajā stāstā? Šajā brīdī tiek izmantots tas pats formāts kā stipro pušu aplī (sk. 4. nodaļu). Der iegaumēt, ka mūsu stāsti ietver bagātīgu informāciju, un, mazliet pielāgoti, tie iegūs pavisam citu nozīmi. Ir svarīgi, lai klienti iemācītos atlasīt dažus labākos stāstus un apgūt, kā tos efektīvi izmantot darba intervijā. Uzvedības vingrināšana šajā ziņā ir ļoti noderīga.

Intervijās ir svarīgi, lai klienti būtu labi stāstnieki, un daži labi izstrādāti stāsti var celt pašapziņu. Tie var arī palīdzēt atbildēt uz biheiviorālās intervēšanas jautājumiem, jo klienti var izmantot dažādus sagatavoto stāstu aspektus. Lai stāstītu savus stāstus, klientiem var noderēt trenēšanās stāstu darināšanā, kas palīdzēs tos veidot loģiski strukturētus un situācijai atbilstošā garumā. Daži cilvēki sāk stāstu un tad sapinas dažādās nebūtiskās detaļās. Intervijās ir jāprot pastāstīt īsus stāstus, kas ir gan interesanti, gan informatīvi.

Iepriekš iegūtās izglītības novērtēšana — dialogs

Pašreizējais speciālistu trūkums darba devējiem un valsts iestādēm liek pieņemt darbā imigrantus un strādniekus, kas tradicionāli ir bijuši atstumti (*Amundson, 2005, 2006a*), līdz ar to ir jāidentificē un jāatzīst tādas prasmes un spējas, kas nav apliecinātas atbilstoši Ziemeļamerikas kvalifikāciju sistēmai. Mēs visi esam sastapuši taksistus, kas savā izcelsmes valstī ir bijuši profesionāļi citā jomā, taču jaunajā kultūrā viņu prasmes netiek atzītas. To pašu var teikt par daudziem citiem, kas dažādu iemeslu dēļ prasmes un kompetences ir ieguvuši veidā, kas neatbilst Ziemeļamerikas tradicionālajai uz kursiem balstītajai vērtēšanas sistēmai. Šādos gadījumos ļoti svarīga ir iepriekš iegūtās izglītības novērtēšana.

Iepriekš iegūtās izglītības novērtēšana ir pieeja, kas vairāk pievēršas kompetencēm nekā apgūtajiem kursiem. Tiek atzīts, ka mācīties var dažādi un cilvēkiem ir jādod iespēja demonstrēt visu, kas apgūts gan darba un dzīves pieredzē, gan semināros unursos.

Par apgūto bieži tiek pavēstīts stāstā. Stāsta elementi rāda, kā ir notikusi mācīšanās un kā apgūtais ir izmantots dažādos apstākļos. Viens no konsultanta uzdevumiem ir veidot dialogu un iesaistīties stāstu stāstīšanā, lai palīdzētu klientiem aprakstīt savas zināšanas un prasmes tā, lai varētu saprast, kādas darba un dzīves kompetences ir apgūtas.

Pirms stāsta stāstīšanas ir jāizveido attiecības. Negaidiet, ka klients uzreiz sāks stāstīt par saviem sasniegumiem, — vispirms ir jāatvēr laiks tam, lai uzzinātu ar stāstu saistītos personiskos un kontekstuālos apstākļus un iepazītu pašu cilvēku. Strādājot ar Kanādas pirmiedzīvotājiem (*McCormick, Amundson, & Poehnell, 2006*), tas nozīmē, ka ir jāizveido saikne ar cilvēku tajā dzīves situācijā, kurā viņš darbojas. Viens no paņēmieniem, ko es izmantoju, ir vingrinājums „Ko man patīk darīt” (sk. 2. nodaļas sadaļu

„Kopējas valodas atrašana”). Šai nolūkā ir arī būtiski radīt tādu gaisotni, kurā cilvēks jūt, ka ir svarīgs, vērtīgs un citiem rūp (sk. 2. nodaļas sadaļu „Svarīguma izjūtas veicināšana”).

Attiecību veidošanas procesā stāsti sāk atklāties, un tad konsultants var klientu pamudināt un ļaut viņam izstāstīt visu savu stāstu (sk. 5. nodaļas sadaļu „Stāstu stāstīšana”). Pat šādā gadījumā daudzi klienti izlaidīs kādas detaļas vai savus panākumus novērtēs pārāk zemu. Mans kolēģis Grejs Poinels to sauc par kultūras nosacīto pazemību. Pēc šī scenārija, ir svarīgi, lai konsultants sāktu dialogu par panākumiem un uzdotu atvērtos jautājumus, lai iegūtu papildu informāciju par prasmēm un spējām, kā arī plašākus paskaidrojumus.

Stāsta stāstīšanu ierobežo arī klientu pašapziņas līmenis. Kad cilvēki nejūtas par sevi pārliecināti, viņi savas prasmes un spējas mēdz noniecināt vai ignorēt. Pat panākumi tiek izskaidroti ar nejaušību vai veiksmi (sk. 6. nodaļas sadaļu „Plānotā nejaušība”). Efektīvai karjeras attīstīšanai tik svarīgā pašnostāja pavājinās (Chen, 2006). Šādos apstākļos pavisam noteikti ir nepieciešams „atvēziens” (sk. 2. nodaļu). Klientiem ir jāapzinās savu prasmju līmenis un jāatzīst, ka viņi spēj turpināt mācīties un prasmes pilnveidot. Vēlēšanās mācīties ir būtiska iezīme, ko daudzi darba devēji un izglītotāji ir gatavi atbalstīt.

Problēmas rodas arī ar to, kā dažādās nodarbes „pārtulkot” kompetenču sistēmai atbilstošā valodā. Šajā posmā konsultanti uzņemas kultūras gida lomu un palīdz klientiem iemācīties identificēt savas prasmes un pasniegt šo informāciju tādā veidā, kas atbilst izglītības sistēmai un darba devēju gaidām. Ar kultūru saistītā informācija attiecas ne tikai uz prasmēm, bet arī uz profesionalitāti un vispārējām gaidām gan izglītības, gan darba jomā.

Visbeidzot, stāstu stāstīšana ir jāapspriež un jātrenē (sk. iepriekšējo sadaļu „Uzvedības vingrināšana”). Klientiem ir jāiemācās, kā saziņā ar darba devējiem un izglītības iestādēm sevi prezentēt ar skaidriem un kodolīgiem stāstiem.

Iepriekš iegūtās izglītības novērtēšana ir ļoti svarīga, palīdzot atstumtiem klientiem virzīties uz priekšu. Šajā procesā ir vajadzīgs pastāvīgs dialogs un konsultantam ir jāveicina izpēti un stāstu stāstīšana. Iegūtās izglītības atzīšana, protams, ir tikai daļa no sarežģītā stāsta. Daudzos gadījumos klientiem ir jāizveido izglītošanās plāns, kas viņiem palīdzēs sasniegt ilgtermiņa mērķus. Šāda komplicētāka procesa piemērs ir iekļauts starpkultūru *DVD*, kur redzama mana sadarbība ar Slavu, juristu no Krievijas, kurš cenšas uzturēt savu ģimeni, kā arī atsākt jurista karjeru. Kā vienu no soļiem savā karjeras ceļā viņš ir izvēlējies darbu notāra amatā, taču vispirms viņam ir jāuzlabo angļu valodas prasme. Lai to paveiktu, viņam ir jāapmeklē kursi un jāatrod tāds nepilna laika darbs, kas viņam ļautu ne vien nopelnīt naudu, bet arī uzlabot angļu valodas prasmi.

Dzīvesgājums un atsauksmes sagatavošanas norādes

Par dzīvesgājuma rakstīšanu ir neskaitāmi daudz grāmatu, un mans nolūks nav tās tagad atreferēt. Tiem, kuri interesējas par dzīvesgājuma rakstīšanu, vajadzētu iepazīties ar jaunākajiem ieteikumiem šajā jomā. Pašlaik tiek rekomendēts veidot vai nu hronoloģisku, vai funkcionālu dzīvesgājumu, un vairumā gadījumu būtu labi abas pieejas apvienot. Dzīvesgājuma garums ir atkarīgs no profesionālajiem standartiem, bet pārsvarā cilvēki cenšas iekļauties divās vai trīs lappusēs. Daži par dzīvesgājumu paustie viedokļi ir ļoti strikti, un daudzi autori bez šaubīšanās māca, ko darīt un ko nedarīt. Lai gan daži no šiem padomiem ir noderīgi, ir manāma arī tendence iestigt dogmatismā. Man bija iespēja apspriest dzīvesgājuma rakstīšanu ar nodarbinātības konsultantiem, un drīz vien mūsu saruna kļuva haotiska, jo visi izkļiedza dažādus noteikumus un to interpretācijas par to, kādam tam ir jābūt. Man šķiet, svarīgākais, kas jāatceras, ir tas, ka galvenais vērtētājs ir un paliek darba devējs.

*Dzīvesgājums tiek izmantots
kā pašizpētes un mārketinga rīks.*

Es doktorantiem vienmēr uzdošu uzdevumu atrast kādu, kam ir grūtības uzrakstīt dzīvesgājumu (jaunieti, iebraucēju no citas valsts, cilvēku, kas pēc pārtraukuma atgriežas darba tirgū), un kopā ar viņu izstrādāt atbilstošu dzīvesgājumu un rīcības plānu (mārketinga stratēģiju). Šajā gadījumā mani īpaši interesē, kā dzīvesgājums tiek izmantots kā pašizpētes un mārketinga rīks. Pēc šī uzdevuma veikšanas daži cilvēki iegūst darbu un vairums dalībnieku jūtas pašpārliecinātāki. Rezultāti pārsniedz sākotnējās gaidas.

Tradicionālo dzīvesgājumu var papildināt ar vairākiem radošiem elementiem, piemēram, daži tā tekstā vai atsevišķā beigu sadaļā iekļauj

atsauksmes. Pozitīvas kolēģu, supervizoru un klientu vai studentu atsauksmes jūsu sniegto informāciju dara personiskāku. Atsauksmes var būt veidotas arī kā īsi videoklipi, kuros apkopotas jūsu stiprās puses un spējas.

Lai darba meklēšana būtu sekmīga, darba meklētājiem ir jāprot atbildēt uz jautājumiem. Tas bieži nozīmē, ka atbildot jāizstāsta plašāks stāsts, kurā ir ietvertas atbildes uz darba devēja jautājumiem. Iemācoties pastāstīt dažus labus stāstus, jūs būsiet apguvis radošai darba meklēšanai nepieciešamu prasmi.

Dažiem cilvēkiem ir dabas dots stāstnieka talants, taču šo prasmi var arī iemācīties. Mums katram ir savi stāsti, tikai dažiem tie ātrāk ienāk prātā, kad ir jāmin savu prasmju, spēju un sasniegumu piemēri. Līdz ar to šī pasākuma nolūks ir palīdzēt cilvēkiem efektīvāk izveidot stāstus darba intervijai.

Labs avots, no kura smelties stāstus, ir pats dzīvesgājums. Es klientiem lūdzu izskatīt savu dzīvesgājumu un atrast vismaz vienu labu stāstu par katru darba vai izglītības pieredzi. Es lūdzu arī atrast vienu vai divus stāstus, kas ir saistīti ar viņu hobijiem vai brīvā laika pavadīšanu. Mans uzdevums ir palīdzēt klientiem atrast tādus stāstus, kas īpaši labi atklāj viņu prasmes un spējas. Dažreiz cilvēkus vajag mazliet iedrošināt, lai viņi sāktu runāt par sevi, un ar sev piemītošo zinātkāri es panāku, lai viņi pastāsta būtiskās nianšes.

Dažkārt jāpalīdz cilvēkiem iemācīties arī to, kā stāstu efektīgi pastāstīt, un šim nolūkam es izmantoju biheiviorālās intervijas struktūru (situācija, uzdevums, darbība, rezultāts). Saskaņā ar šo sistēmu stāsta sākumā tiek aprakstīta vispārīgā situācija — apstākļi. Pēc tam stāsts virzās pie konkrētiem uzdevumiem, kuri ir jāpaveic. Pēc šīs pamatinformācijas tiek aprakstītas darbības un attieksme, risinot šo problēmu. Visbeidzot tiek izklāstīti sasniegtie rezultāti jeb tas, kas citiem apliecina, ka darbības ir novedušas pie pozitīva iznākuma.

Palīdzot apgūt stāstu stāstīšanu, es klientiem mācu ieraudzīt arī to, ka viņu stāstiem ir ļoti dažādi aspekti. Piemēram, viņi stāsta par to, ka projektu

ir pabeigusi laikā, un tā ir daļa no viņu prasmēm vai spējām. Taču te var izpausties arī prasme atrast līdzekļus, pārvarēt grūtības, saglabāt pozitīvu attieksmi, atbilstoši sagatavoties, būt elastīgam u. tml. Es palīdzu cilvēkiem ieraudzīt to, ka, stāstot stāstu, viņi atbild uz konkrētu jautājumu, taču stāstā izpaužas arī daudzas citas viņu īpašības un spējas.

Gadījuma apraksts

Nesen studijas beigusi grāmatvede Džeina nekādi nevarēja atrast darbu. Viņa bija diezgan introverta, un darba intervijās uztraukums neļāva labi pastāstīt par savām prasmēm un spējām.

Džeinas vecāki centās viņai palīdzēt un parādīja dažus materiālus ar labām darba interviju atbildēm. Iemācījusies, kā atbildēt uz dažiem standarta jautājumiem, viņa saprata, ka intervijās tas viņu samulsina vēl vairāk. Laikam ritot, Džeinai kļuva aizvien grūtāk potenciālajiem darba devējiem paskaidrot, kāpēc viņa joprojām ir bez darba. Viņa sāka izvairīties no darba meklēšanas, un šī situācija viņu ļoti nomāca.

Mūsu nodarbību laikā es mainīju pieeju: no atbildēšanas uz jautājumiem mēs pārgājām uz labu stāstu sacerēšanu, balstoties uz viņas dzīvesgājumā minēto izglītības un darba pieredzi. Sākumā viņa pret daļu savas pieredzes izturējās noraidoši, taču es neatlaidos, un drīz vien viņu ieinteresēja doma par stāstiem, kuri apraksta to, ko viņa spēj un ir apguvusi. Jaunā sieviete bija pārsteigta par to, cik daudz dažādu elementu es varu izlobīt no viena stāsta.

Kad Džeina šo procesu bija izpratusi, stāstu meklēšana viņai iepatikās, un mēs kopīgi centāmies atrast visnoderīgākos. Uz nākamo interviju viņa aizgāja, sagatavojusies pavisam citādi nekā iepriekš, un spēja sevi prezentēt daudz labāk. Beidzot viņa juta, ka viņai ir, ko piedāvāt, un arī par savām stiprajām pusēm viņa spēja runāt daudz pārliecinošāk. Nepagāja ilgs laiks, kad viņa saņēma dažus labus darba piedāvājumus.

Īpašu iespaidu uz mani ir atstājis Džeja Levinsona un Deivida Perija

darbs (*Levinson and Perry, 2011*), kurā aprakstītas darba meklēšanas partizānu stratēģijas. Piemēram, ja vēlaties sazināties ar kādu konkrētu cilvēku, viņi iesaka nosūtīt savu dzīvesgājumu kafijas krūzītē, lūdzot iespēju uz brīdi satikties. Netradicionāla stratēģija palīdz darba meklētājam izcelties starp citiem un vēsta, ka šis cilvēks spēj domāt novatoriski. Minētais Dž. Levinsona un D. Perija darbs ir īpaši noderīgs tajās teritorijās, kurās ir liels bezdarbs.

Man ir iepatikušies arī daži ierosinājumi par to, kā darba meklētāji var palīdzēt tiem, kuri raksta atsauksmes. Šis process tiek saukts par atsauksmes sagatavošanas norādēm, un tiek piedāvāts to īstenot piecos soļos (*Fleming and Ritchie, 2002*).

Pirmais solis: mērķis

Vispirms klients izvirza vispārīgu mērķi, ko viņš cer sasniegt, izmantojot atsauksmju vēstuli, piemēram, iestāties kādā izglītības programmā, papildināt savu motivācijas vēstuli utt.

Otrais solis: vēstules saturs

Šajā posmā tiek rūpīgi izvērtēts, kādas prasmes, īpašības, intereses un sasniegumi atsauksmēs būtu jāietver.

Trešais solis: pie kā vērsties?

Pie kā vērsties, ņemot vērā izvirzītos mērķus? Klientam ir jāizdomā, kuri cilvēki (ne vairāk kā pieci) varētu sniegt būtisku specifisku informāciju, kas viņam ļautu izcelties starp pārējiem kandidātiem. Šajā posmā tiek izvērtēts, kā un kad ar šiem cilvēkiem sazināties.

Ceturtais solis: pirmā sazināšanās

Tiek sniegti konkrēti ieteikumi par to, kā cilvēkus uzrunāt.

Potenciālajam atsauksmes devējam tiek pajautāts, vai viņš ir gatavs uzrakstīt šādu vēstuli, un ieteikts, ko tajā ietvert. Šajā brīdī ļoti svarīgas ir atsauksmes sagatavošanas norādes. Atkarībā no situācijas tiek sniegtas norādes un piedāvāta palīdzība. Tālāk minēti daži piemēri.

„Paldies, ka piekritāt uzrakstīt man atsauksmju vēstuli! Spriežot pēc sludinājuma, viņi meklē cilvēkus, kas ir novatoriski un labi strādā komandā. Esmu uzrakstījis vairākus gadījumus, kas, manuprāt, šīs iezīmes apliecina, un varbūt jums nāk prātā vēl citi. Lūdzu, izmantojiet tos, rakstot šo atsauksmi. Un vai jūs, lūdzu, neatsūtītu man savus komentārus vai vēstules melnrakstu, pirms to nosūtāt?”

„Paldies, ka piekritāt sniegt rekomendāciju! Nosūtu dažas norādes par to, ko tajā vajadzētu iekļaut, jo viņus interesē ļoti specifiska informācija. Esmu izveidojis sarakstu ar to, ko būtu svarīgi ietvert. Informācijai esmu pievienojis arī savu dzīvesgājumu.”

Dzīves laikā esmu uzrakstījis daudz atsauksmju vēstuļu un tiešām novērtēju to, ka cilvēki izrāda iniciatīvu un sniedz norādes par tajās iekļaujamo saturu, taču tas ir tikai mans viedoklis, tāpēc šī pieeja būtu jāizmanto uzmanīgi. Daži cilvēki par šādu iejaukšanos, viņuprāt, konfidencialā procesā var būt aizvainoti. Līdzīgs brīdinājums attiecas arī uz šī procesa pēdējo soli.

Piektais solis: sekošana līdzi

Kad uzrunātie ir piekrituši uzrakstīt atsauksmi, ir jāizveido saraksts, ar ko esat sazinājies un kurā datumā un laikā jums pēc vēstules ir jāierodas. Kad tā ir saņemta, ir vēl viena iespēja dot norādes. Lūk, daži piemēri.

„Es ļoti pateicos par jūsu pūlēm, palīdzot man _____ . Tas man ir ļoti svarīgi, tāpēc vai jūs, lūdzu, mazliet nepamainītu formulējumu, lai tas nebūtu tieši tāds pats kā citās atsauksmēs?”

„Liels paldies par rekomendācijas vēstuli. Man ļoti patīk _____ , taču es pamanīju, ka nav pietiekami uzsvērts _____ , — tieši šī _____ (prasmē, iezīme vai tml.) palīdzētu sasniegt manu mērķi. Vai jūs, lūdzu, varētu te papildināt? Piemēram, manā pēdējā (prakses atskaitē, vērtējumā utt.) jūs rakstijāt _____ . Vai jūs varētu to ierakstīt arī šeit?”

Šis ir arī piemērots brīdis, kad nosūtīt pateicības vēstuli un lūgumu sniegt atbalstu arī turpmāk.

Atsauksmes varētu būt noformētas arī kā atsevišķa atsauksmju lapa, kurā ir sniegtas rekomendācijas un kontaktinformācija. Šāds mārketinga paņēmieni tiek izmantots uz grāmatu vākiem, bet es nekad neesmu redzējis, ka to izmantotu attiecībā uz dzīvesgājuma rekomendācijām. Tas varētu radīt pārsteigumu un tā palīdzētu kandidātam izcelties. Šāda atsauksmju lapa varētu būt īpaši noderīga situācijās, kad cilvēki maina karjeras virzienu vai pēc pārtraukuma atgriežas darba tirgū.

Lai dotu atsauksmes sagatavošanas norādes, ir vajadzīga diezgan liela drosmē, tāpēc dažiem kandidātiem tas var būt īsts pārbaudījums. Daudzās situācijās rekomendāciju sniedzēji labprāt saņem kādus norādījumus un atsauksmes. Klienti ir jānudina izmantot šīs iespējas un būt proaktīviem, izsakot savus lūgumus.

*Dzīves laikā esmu uzrakstījis daudz
atsauksmju vēstulu
un tiešām novērtēju to, ka cilvēki
izrāda iniciatīvu
un sniedz norādes par tajās
iekļaujamo saturu.*

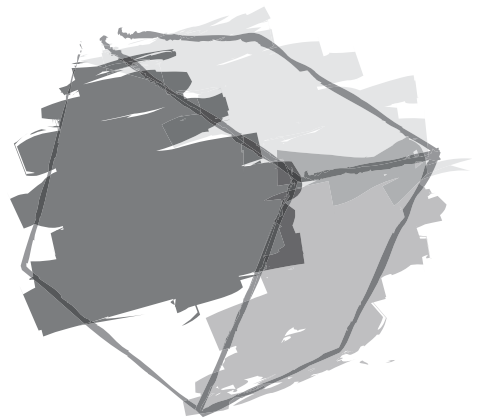
Kopsavilkums

Šajā nodaļā aprakstītajās praktiskajās stratēģijās ir uzsvērti trīs pamatelementi: (a) sagatavošanās: informācijas iegūšana (t. sk. apmācība un treniņi); (b) sakaru veidošana: citu sniegtais atbalsts; un (c) izlemšana: kognitīvā, intuitīvā un paradoksālā lēmumu pieņemšana. Iesaistoties šajās aktivitātēs, klienti iegūst gan praktisku informāciju, gan problēmu risināšanai nepieciešamās prasmes.

Līdz ar to esam beiguši aplūkot problēmu risināšanas uzdevumus. Nākamajā nodaļā pievērsīsimies konsultēšanas procesa nobeiguma jautājumiem un aplūkosim dažus uzdevumus, kurus var lietderīgi izmantot konsultēšanas pēdējā posmā.

Septītā nodaļa

KONSULTĒŠANAS PROCESA NOBEIGUMA UZDEVUMI



Konsultēšanas procesa pēdējā posmā konsultanta un klienta sadarbība tuvojas beigām un valda cerība, ka ir sperts solis tuvāk aktuālās problēmas atrisinājumam. Šajās krustcelēs es ļoti atzinīgi vērtēju īsās, uz atrisinājumu vērstās konsultēšanas pieeju — priecāties par sasniegto, bet apzināties, ka klientam arī turpmāk šajā ziņā var būt jāpiestrādā. Vairums karjeras konsultantu ar klientu darbojas noteiktu laika posmu, tāpēc konsultēšanas procesa nobeiguma uzdevumus nosaka tas, ko atlikušajā periodā var panākt.

Lēmumu beigt konsultācijas lielā mērā ietekmē faktiskā situācija, taču konsultantam un klientam tas ir arī jāpārrunā. Kaut kādā brīdī abi vienojas, kad konsultēšana beigsies. Uz to var pamudināt jebkura puse, un bieži tas notiek gan neverbāli, gan verbāli. Kad abas puses ir sapratušas, ka konsultēšana jābeidz, var sākties pārrunas. Klienti var palūgt vairāk laika, lai tiktu galā ar kādiem citiem jautājumiem, un arī konsultanti var norādīt, ka ir jāatrisina kādas citas problēmas, lai varētu uzskatīt, ka konsultēšana ir beigusies apmierinoši. Konsultēšanas attiecības var pārtraukt jebkura no pusēm, taču vislabākos rezultātus, bez šaubām, var panākt, abpusēji vienojoties.

Manuprāt, ir svarīgi konsultēšanas attiecību nobeiguma periodu uzlūkot kā atsevišķu konsultēšanas aspektu, kam ir savas īpašās iezīmes un kam ir jāatvēl laiks. Daudzi konsultanti pieļauj kļūdu, šo beigu procesu sasteidzot un nepievēršot tam pienācīgo uzmanību. Lai nobeigums būtu sekmīgs, ir ļoti svarīgi par tā tuvošanos runāt atklāti un laicīgi. Dažās situācijās nobeigums tiešām ir salīdzinoši ātrs, taču arī šajos gadījumos tam ir jāvelta nepieciešamais laiks.

Konsultēšanas procesa rezumēšana

Kad lēmums par konsultēšanas beigām ir pieņemts, konsultanti un klienti var pārdomāt, kas kopā pavadītajā laikā ir sasniegts. Šī refleksija sākas ar sākotnēji izvirzīto problēmu un turpinās ar dažādiem izmantotajiem problēmu risināšanas uzdevumiem. Šajā procesā jums ir iespēja norādīt uz dažām klienta stiprajām pusēm, kuras esat pamanījis, un tās komentēt.

Lai pārskatītu to, kas konsultācijās atklājies, varat kopīgi ļauties atmiņām. Izmantojot šo pieeju, sākumpunkts vienmēr ir klienta atmiņas. Mums, konsultantiem, ir savs priekšstats par to, kas izdevās, bet kas ne, un ir interesanti izkāpt no šī rāmja un ļaut, lai klients pastāsta, kāds viņam ir šķitis šis process. Uztveres atšķirības nav nekas neparasts, un tās nodrošina nozīmīgu atgriezenisko saikni.

Esmu konstatējis, ka ir svarīgi pievērst uzmanību noteiktiem virzības brīžiem..., kad skaidras pazīmes liecina, ka skatījums ir mainījies.

Analizējot dažādos konsultēšanas aspektus, esmu konstatējis, ka ir svarīgi pievērst uzmanību noteiktiem virzības brīžiem, proti, tādiem konsultēšanas procesa brīžiem, kad skaidras pazīmes liecina, ka skatījums ir mainījies (attieksmes maiņa). Šajos gadījumos klienti saka apmēram tā.

„Tas man lika aizdomāties. Es nekad uz to nebiju paraudzījies no šāda skatpunkta.”

„Es biju tiešām nomākts, kad cilvēki nepieņēma manu dzīvesgājumu. Tagad, kad mani noraida, es cenšos no tā mācīties un veidot savu prezentāciju citādi.”

Koncentrējoties uz šiem īpašajiem mirkļiem, jūs palīdzat nostiprināt gan apgūto, gan konsultāciju laikā notikušo virzību. Notikumu atcerēšanās,

protams, ir tikai daļa no rezumēšanas. Otrs ļoti svarīgs elements ir novēroto pozitīvo īpašību aprakstīšana. Īpaši svarīgi te ir pieminēt jebkādas pamanītās pārmaiņas. Norādīt uz stiprajām pusēm var apmēram tā.

„Kad jūs tagad runājat par saviem mērķiem, ir redzams, ka jums ir skaidra mērķa izjūta. Sākumā jūs teicāt, ka esat apjucis, un jūs tiešām esat labi pastrādājis, lai nonāktu tur, kur esat tagad.”

Ja tiek atvēlēts laiks rezumēšanai, jums ar klientu rodas iespēja pārskatīt, kas konsultēšanas procesā ir sasniegts. Tas nostiprina panāktās izmaiņas un ir kā atspēriena punkts turpmākās rīcības plānošanai.

Zaudējuma sajūtas un nedrošības atzīšana

Konsultantu un klientu starppersoniskā saikne bieži tiek izmantota, lai sekmētu konsultēšanas mērķu sasniegšanu. Tiem klientiem, kas ar saviem konsultantiem cieši sadarbojas, konsultēšanas pieredze ir veiksmīgāka (Bedi, 2004). No otras puses, sekmīgai konsultēšanai vajadzīgās pozitīvās starppersoniskās attiecības

apgrūtina šķiršanos — gan klientiem, gan konsultantiem.

Nobeiguma posmā diezgan bieži izpaužas zaudējuma sajūta,

un tā noteikti ir jāatzīst. Šīs grāmatas sākumā es minēju, ka daudziem konsultantiem un klientiem ir grūtības ar sākumu un beigām — konsultēšanas „grāmatas vākiem”. Zaudējuma sajūta ir raksturīga, beidzot ļoti daudzas konsultēšanas attiecības.

*Sagatavošanās beigām sākas
jau konsultēšanas sākumā.*

Sagatavošanās beigām sākas jau konsultēšanas sākumā. Izvirzot sākotnējos mērķus, bieži tiek pārrunāts arī konsultēšanas ilgums. Beigu datuma noteikšana palīdz veidot konsultēšanu, jo ir skaidrs, cik ilga tā būs. Ja konsultāciju ir daudz, beigšanas tēmu ieteicams pārrunāt dažas nedēļas pirms pēdējās konsultācijas. Šajā posmā var teikt apmēram tā:

„Mēs ļoti labi virzāmies uz priekšu. Grūti noticēt, cik ātri skrien laiks! Vēl divas nedēļas (ja konsultācijas notiek reizi nedēļā), un mūsu kopīgais laiks būs beidzies.”

Šādu komentāru nolūks ir nostiprināt panāktās pozitīvās izmaiņas un pievērst uzmanību gaidāmajam konsultēšanas procesa nobeigumam.

Pēdējā konsultācijā ir gluži atbilstoši pieminēt zaudējuma sajūtu. Šādu sarunu vislabāk sākt, atklājot savas izjūtas. Jūs varat teikt:

„Man tiešām pietrūks mūsu iknedēļas konsultāciju. Man bija prieks jūs iepazīt, un es apbrīnoju jūsu drosmi un neatlaidību karjeras meklējumos.”

Protams, zaudējuma sajūta neizpaudīsies vienmēr, un konsultantam par to vajadzētu runāt tikai tad, ja šī sajūta ir īsta.

Konsultēšanas beigu posmam raksturīga arī nedrošība. Konsultēšanas procesā daudziem klientiem uzlabojas pašcieņa un viņi kļūst enerģiskāki. Ir dabiskas bailes par to, ka, beidzoties konsultācijās sniegtajam atbalstam, viss sabruks. Šajā brīdī ļoti svarīgu lomu ieņem pašnostājas prasmes. Jums ir jāspēj klientu pārliecināt, ka viņam jau piemīt tās prasmes, kas nepieciešamas, lai viņš varētu sekmīgi darboties pats. Lai jūsu apgalvojumi iegūtu lielāku ticamību, miniet konkrētus kompetences piemērus.

Ja klientiem ir grūti tikt galā ar zaudējumu vai nedrošību, viņi bieži lūdz konsultēšanas laiku pagarināt. Šajā brīdī ir svarīgi, lai jūs spētu saprast, kad šādi lūgumi ir pamatoti un kad attiecību paildzināšana lielu labumu nedos. Ja tiek lūgtas papildu konsultācijas, labi noder iespēja ļaut klientam ik pa laikam atnākt uz īsu tikšanos un sekot līdzi viņa gaitām.

Rīcības plāna izstrāde

Rīcības plānošana ir ļoti nozīmīga konsultēšanas procesa nobeiguma daļa. Izstrādājot rīcības plānu, ir iespēja nostiprināt apgūto un virzīt klientu pretī jauniem pašierosinātās rīcības posmiem. Tomēr ne visi klienti konsultēšanu pabeidz ar pilnīgi atrisinātām problēmām. Daudziem konsultācijas ir tikai viens solis garākā ceļā.

Domājot par rīcības plānošanu, vēlams izvirzīt gan īstermiņa, gan ilgtermiņa mērķus. Lai palīdzētu klientiem tikt galā ar sarežģītām situācijām, jūs varat vērst viņu uzmanību uz konkrētiem un sasniedzamiem mērķiem. Tas balstās uz

pieņēmumu, ka dažas nelielas izmaiņas ietekmēs arī visu kopējo situāciju. Lai palielinātu izredzes uz pozitīvu rezultātu, Džons Volters un

Dažas nelielas izmaiņas ietekmēs arī visu kopējo situāciju.

Džeina Pellere (*Walter and Peller, 1992*) iesaka mērķus formulēt šādi.

- Izvirzot mērķus, saglabājiet pozitīvu attieksmi. Uzsveriet, kas tiks sasniegts, īstenojot rīcības plānu.
- Aprakstot paredzēto, izmantojiet vārdus, kas apzīmē rīcību (piemēram, darbības vārdus īstenības izteiksmē: pētī, rakstu, zvanu).
- Koncentrējieties uz tagadni. Kas notiks uzreiz pēc tam, kad klients dosies prom no konsultācijas?
- Esiet konkrēts un pārdomājiet visas detaļas.
- Īpašu uzmanību pievērsiet tām jomām, ko pats klients var kontrolēt.

- Izmantojiet tādus piemērus un metaforas, kas ir saistīti ar klienta pieredzi un izpratni.

Šo ierosinājumu nolūks ir norādīt klientiem uz konkrētiem un reālistiskiem pasākumiem, kam ir liela iespējamība izdoties.

Lai rīcības plānošana būtu efektīva, klientam noteikti ir jājūt, ka viņam ir noteikšana pār šo plānu. Bez šādas klienta iesaistīšanās pēc konsultācijām nekāda lielā darbība, visticamāk, nenotiks. Šajā posmā jums ir īpaši jāzemanās, lai klients pilnībā iesaistītos un atbalstītu to, kas tiek ierosināts.

Konsultants šajā posmā ir ļoti svarīgs, jo viņš palīdz klientam saprast, kas konkrēti notiks tālāk. Nepietiek zināt vien to, ka nākamais solis ir sazināšanās ar koledžu, lai iegūtu informāciju par piedāvātajām programmām. Klientam ir jāzina arī tas, kad un kam viņam ir jāzvana. Plānošanā ir būtiski mudināt klientu pārdomāt visus sīkumus.

Bez rīcības plāna detaļu noskaidrošanas jums arī var būt jāpārbauda, vai klientam ir rezerves plāns gadījumam, ja viss nenotiek tā, kā gaidīts. Daudziem klientiem ir tikai viens rīcības plāns, un, rodoties negaidītiem šķēršļiem, viņi tiek izsisti no līdzsvara. Mūsdienu darba tirgū valda nenoteiktība, un klientiem ir jābūt gataviem atbilstoši rīkoties. Jau iepriekš paredzot, ka var rasties šķēršļi, tiek celta viņu pašpaļāvība un uzlabojas viņu sagatavotība šādām situācijām. Jūs varat palīdzēt, kopā īstenojot prāta vētru un vingrinoties reaģēt uz sarežģītām situācijām.

Rīcības plānošanas process ir nostiprināts, kad klients pats saviem vārdiem spēj uzlikt uz papīra, ko viņš darīs īstermiņā un ko ilgtermiņā. Plāna uzrakstīšana palīdz to konkretizēt, un klients kļūst par to atbildīgs. Lai gan šis plāns nav juridiski saistošs, uzrakstīts uz papīra, tas kļūst par sava veida līgumu starp klientu un konsultantu. Abi šo dokumentu paraksta, tā apstiprinot šī nolūka nopietnību. Plāna ceremoniālā parakstīšana simboliski nostiprina klienta apņemšanos to īstenot, veicot atbilstošas darbības. Lai šī plāna ietekmi pastiprinātu vēl vairāk, jūs ar klientu vēlāk varat sazināties, lai noskaidrotu, vai plāns ir īstenojams un kas ir sasniegts. Šāda personiska

intereses izrādīšana motivē, un bieži ar to pietiek, lai klients atsāktu savas rīcības plānošanu. Efektīvs paņēmieni, kā apkopot datus par konsultēšanas efektivitāti, ir apsekošana. Vēl jūs varat apmēram mēnesi pēc rīcības plāna uzrakstīšanas to nosūtīt klientam pa pastu. Par plānu nekas daudz nav jāsaka; jau pati tā saņemšana klientam atgādinās par agrāk pausto apņemšanos.

*Rīcības plānošanu
var uztvert arī kā ikviena
konsultēšanas aspekta sastāvdaļu.*

Īpaša rīcības plānošana jāveic, ja nolemjat no problēmas identifikācijas uzreiz pāriet pie nobeiguma un cenšaties saprast, pie kāda speciālista klientu nosūtīt. Šādos apstākļos jūs uzņematies padomdevēja lomu un jūsu galvenais uzdevums ir novirzīt klientu uz atbilstošu konsultēšanas vai izglītības programmu. Šajā gadījumā jums ir labi jāpārzina pieejamās programmas un personāls. Kad klients apsver citu resursu izmantošanu, viņš paļaujas uz jūsu profesionālo spriedumu. Viens no šāda sprieduma aspektiem ir jūsu izpratne par savas kompetences robežām. Bez šādas izpratnes jūs varat uzņemties vairāk, nekā spējat, un nonākt situācijā, kad jums nepieciešamas citu konsultācijas.

Lai gan rīcības plānošana ir cieši saistīta ar konsultēšanas nobeigumu, to var uztvert arī kā ikviena konsultēšanas aspekta sastāvdaļu. Jau tas, ka cilvēks nāk uz konsultācijām, ir sava veida rīcības plānošana. Klients ir apsvēris savas iespējas un kaut kāda iemesla dēļ izvēlējies iesaistīties konsultēšanas attiecībās (ja viņš piedalās brīvprātīgi). Bieži sākotnējā problēma diskusiju gaitā mainās. Dažas no šīm izmaiņām izraisa izpratnes uzlabošanās par konsultēšanas procesu, bet citas — uzticības pilnas attiecības ar konsultantu. Manuprāt, ir svarīgi vienmēr būt modriem attiecībā uz klientu mainīgajām vajadzībām un būt gataviem pievērsties šīm izmaiņām, izstrādājot jaunu rīcības plānu.

Rīcības plānošanai ir divi vispārīgi līmeņi. Vienā plānošana norisinās konsultāciju laikā (iekšējā rīcības plānošana), bet otrā — ārpus konsultācijām (ārējā rīcības plānošana). Klientam iesaistoties konsultēšanā, tas, kas notiek

konkrētās konsultācijās, — iekšējā rīcības plānošana — var ievērojami mainīties. Ierobežotā apmērā var tik izmantota arī ārējā rīcības plānošana. Savukārt, tuvojoties konsultēšanas beigām, parasti notiek virzība uz ārējo rīcības plānošanu. Konsultēšanas literatūrā parasti tiek aplūkots šis otrais rīcības plānošanas veids.

Pašvirzība

Ikdienas sarunās daži cilvēki personisko attīstību apraksta ar metaforu „iemācīties maksšķerēt”, pretstatot to metaforai „saņemt zivi”. Būtiskais ir tas, ka tie cilvēki, kas apgūst paņēmienus, kurus vēlāk var paši izmantot, ir labāk sagatavoti nekā tie, kas to nedara, tomēr šo paņēmieni apgūšana prasa papildu laiku un pūles un vienmēr ir kārdinājums ķerties tieši pie risinājumiem, neapgūstot pamatsoļus.

Daudzi vēlas atrast īsto karjeras virzienu bez īpašas piepūles. Bieži klienti jūs uzceļ uz pjedestāla un lūdz paveikt „brīnumus”, lai atrisinātu viņu dzīves un karjeras sarežģījumus. Bet, kā jau jūs zināt, vienkāršu atbilžu te nav un klientiem ir jābūt gataviem veltīt laiku un pūles, lai atrastu savus risinājumus. Jūsu loma ir atvieglot šo izpēti procesu un mācīt klientiem, kā labāk izprast sevi un darba tirgu (*Bezanson et al.*, 1985). Lai šo mērķi sasniegtu, jums:

- nevajadzētu darīt klienta vietā to, ko viņš spēj paveikt pats;
- vajadzētu sagaidīt no klienta atbildīgu attieksmi;
- nevajadzētu prasīt no klienta vairāk, nekā viņš spēj, bet nevajadzētu arī samierināties ar to, ka viņš dara mazāk;
- vajadzētu mudināt klientu uzņemties iniciatīvu;
- vajadzētu uzslavēt un apstiprināt klienta centienus un pretoties

*Klienti vislabāk var mācīties
„darbībā” un uzņemties
atbildību par savu uzvedību.*

*Lai šo mērķi sasniegtu,
jums ir jābūt gatavam
pārslēgties no pakalpojumu
sniedzēja lomas uz tādu,
kurā jūs esat
padomdevējs mācību procesā.*

kārdinājumam klientu „glābt”, ja viņš paklūp.

Šī pieeja pauž stipru pārliecību, ka klienti vislabāk var mācīties „darbībā” un uzņemoties atbildību par savu uzvedību. Lai šo mērķi sasniegtu, jums ir jābūt gatavam pārslēgties no pakalpojumu sniedzēja lomas uz tādu, kurā jūs esat padomdevējs mācību procesā.

Padomdevēja lomā jums būs jāizmanto vairākas plašas stratēģijas, lai pastiprinātu klienta pašvirzību. Pirmā stratēģija ir saistīta ar to, kā iemācīt klientam pārraudzīt savu uzvedību un kā iegūt atsauksmes no citiem. Jūsu sniegtās atsauksmes ir ļoti svarīgas, tomēr klientiem ir jāiet tālāk par ērtajām konsultēšanas attiecībām un jāvērsas arī pie citiem. Klientiem dotā iespēja pārraudzīt un izvērtēt savas darbības ir pirmais svarīgais solis šajā procesā. Papildus klientu pašpārraudzības centieniem vajadzētu saņemt norādījumus un pamudinājumu lūgt no citiem (ģimenes locekļiem, draugiem, darba devējiem) atsauksmes par to, kādu iespaidu viņi rada par sevi.

Mācoties pārraudzīt savu uzvedību, klientiem vajadzēs iemācīties, kā sevi nenomākt ar negatīvu iekšējo monologu. Bieži mēs sev esam bargākie kritiķi, un šāda negatīva domāšana vienīgi grauj pašapziņu un vājina motivāciju. Viens no pašpārraudzības aspektiem ir rūpīga ieklausīšanās tajā, ko sakām par savu spēju mācīties un sasniegt rezultātus. Cilvēki, kuriem ir grūti gūt panākumus, bieži izsakās tā.

„Kāds es esmu nevēga! Man nekad nekas nesanāk.”

„Ārprāts! Ko es te sadarīju?! Esmu kā bez rokām.”

Sekmīgie cilvēki ir iemācījušies pozitīvāku iekšējo monologu, un viņi parasti saka tā.

„Tā, kas te ir nogājis greizi? Es mainīšu pieeju, un redzēs, kā būs tad.”

„Kaut ko līdzīgu jau esmu paveicis. Viss izdosies, tikai jāpacenšas.”

Sava iekšējā monologa pārraudzīšana var palīdzēt klientiem iemācīties, kā sevi motivēt uz panākumiem.

Vēl viena pašvirzības stratēģija ir saistīta ar problēmu risināšanu un rīcību problemātiskās situācijās. Tā vietā, lai kristu izmisumā, klienti var iemācīties notiekošo analizēt un radīt sekmīgus risinājumus. Problēmu risināšanā noder tādas svarīgas prasmes kā problēmas identificēšana (problēmas sašaurināšana, galveno elementu izdalīšana), prāta vētras īstenošana, alternatīvu analizēšana, vizualizēšana un darbību īstenošana. Kā jau minēts iepriekš, vairums klientu atnāk uz konsultēšanu tāpēc, ka ir iestrēguši. Palīdzēt viņiem attīstīt prasmi izklūst no sarežģītām un negaidītām situācijām ir laba ilgtermiņa stratēģija.

Mūsdienu globālajā un informācijā balstītajā pasaulē ir būtiski mācīties visu mūžu (*Amundson, 2005, 2006a*). Jūs varat mudināt klientus turpināt pilnveidoties, izmantojot visdažādākās mācību iespējas. Veidojot šādus ilgtermiņa plānus, var būt svarīgi pievērsties loģiskai darbību secībai un paredzēt tādas darbības, kas no klientiem prasa piepūli, bet tomēr nav par grūtu.

Iespējams, vissvarīgākā pašvirzības stratēģija ir saistīta ar vajadzību pastāvīgi par sevi rūpēties. Mums katram ir jāatrod laiks sev un arī jāpanāk līdzsvars starp mūsu emocionālajām, fiziskajām, kognitīvajām, sociālajām un garīgajām vajadzībām (*Amundson, 2003; Peruniak, 2008*). Mūsu arvien aizņemtākajā pasaulē ir viegli pazaudēt prioritātes un sākt slidēt lejup. Klientu pašvirzību var sekmēt, palīdzot viņiem apzināties savas vajadzības un saprast, kā sevi apbalvot. Linna Bezansona u. c. (*Bezanson et al., 1985*) šajā izpētē iesaka izmantot šādus jautājumus.

„Ko jūs darāt sava prieka pēc? Ko jūs darāt, lai relaksētos? Kas jums liek justies labi?”

„No kurām ikdienā veicamajām darbībām jūs nekādā ziņā negribētu atteikties? Kuras no tām jūs vēlētos paturēt?”

„Kādi ir jūsu vaļasprieki?”

„Ar kādiem cilvēkiem jums patīk būt kopā? Ko jums patīk darīt kopā ar citiem?”

Lai izpētītu personiskās vajadzības (emocionālās, fiziskās, kognitīvās, sociālās un garīgās), jums var noderēt, piemēram, struktūras noteikšanas vingrinājums (sk. 4. nodaļu).

Pašvirzība konsultēšanas procesu papildina ar jaunu aspektu, kas sekmē tā lietderīgumu ilgtermiņā. Tā atbilst arī labai konsultēšanas praksei, jo lielā mērā koncentrējas uz aktīvu klienta iesaistīšanu, kas ir būtiska klientu motivācijas un apņēmības uzlabošanai. Pašvirzības stratēģiju izmantošanas efektivitāte ir atkarīga gan no klienta gatavības, gan mūsu, konsultantu, vēlmes iemācīt klientam prasmes un sniegt atbildes.

Nobeiguma ceremonijas

Iespējams, ka „nobeiguma ceremonijas” ir pārāk pompozs apzīmējums konsultēšanas sarunām un pasākumiem, bet es tā gribu apzīmēt to ceremoniālo elementu, kas liecina par vienas nodaļas beigām un jaunu iespēju sākumu. Arī karjeras konsultēšanā ir vajadzīgi daži ceremoniāli elementi, lai pagodinātu sasniegto un apliecinātu turpmākās pārmaiņas, īstenojot rīcības plānu.

Daudzas tradicionālas nobeiguma ceremonijas ietver kopīgu ēšanu, un atkarībā no apstākļiem tas var būt piemēroti arī jūsu gadījumā. Kaut arī tas būtu mazs ķeksiņš, tomēr tam ir nozīmīga funkcija. Citas ceremonijas ir saistītas ar apliecības izsniegšanu, un, ja tas atbilst konkrētajai situācijai, arī jūs varat pasniegt apliecību par konsultāciju pabeigšanu. Dažkārt pēdējā konsultācija drīzāk veltāma pārdomām par pārvarētajām grūtībām. Problēmas var uzrakstīt uz papīra un tad simboliski saplēst vai iemest papīrgrozā. Daži konsultanti izmanto sveci un īsi pirms atvadām to nodzēs (vai arī iedez — atkarībā no skatījuma). Kaut arī ir jāuzmanās, lai šīs metodes neizraisītu pārāk lielu dramatismu, atkarībā no attiecībām tās tomēr var izmantot.

Protams, bieži vien pilnīgi pietiek ar vienkāršu rokasspiedienu vai apskāvienu. Galvenais ir apliecināt nobeigumu ar kādu formālu žestu, jo tam ir īpaša vieta konsultēšanas struktūrā.

Karjeras konsultēšanā ir vajadzīgi daži ceremoniāli elementi, lai pagodinātu sasniegto un apliecinātu turpmākās pārmaiņas, īstenojot rīcības plānu.

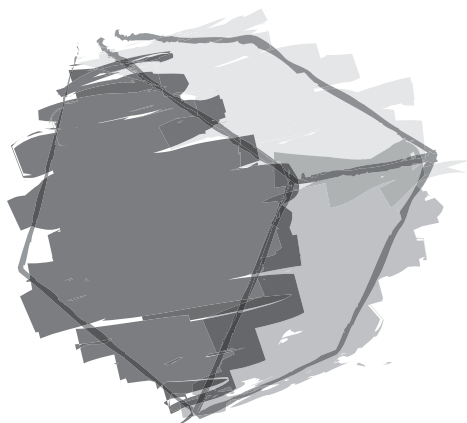
Nobeiguma pārdomas

Šajā nodaļā ir uzsvērtā konsultēšanas procesa beigu nozīme. Lai aprakstītu, kā sākums un beigas palīdz noturēt konsultēšanas procesa formu, var izmantot grāmatas vāku metaforu. Šajā īpašajā laikā tiek aplūkotas klienta stiprās puses un pārrunāts sasniegtais. Pie šī procesa pieder arī zaudējuma sajūta un nedrošība, un ceremoniālas darbības palīdz iezīmēt nobeigumu. Tomēr beigas nenozīmē tikai skatīšanos atpakaļ; šajā brīdī tiek veidota saikne ar jaunu sākumu. To palīdz strukturēt rīcības plānošana un pašvirzība, tāpēc nobeiguma posmā tās ir īpaši svarīgas.

Lai attīstītu šo trešo karjeras paradigmu, ir svarīgi sadarboties ar citiem, kuri domā līdzīgi. Es īpaši augstu novērtēju Viljama Saimondsa (*William Symonds*) darbu. Viņš strādā Arizonas štata Universitātē un vada projektu *Global Pathways*. Viņš teica atklāšanas runu 2015. gada Nacionālās karjeras attīstīšanas asociācijas konferencē un sīki aprakstīja krīzi, ko piedzīvo Amerikas jaunieši, pārejot no mācībām uz darbu. Ir daudz maldinošas informācijas, kā to vislabāk īstenot, un daudzi joprojām uzskata, ka galvenais ir izvēlēties labu specialitāti un iegūt maģistra diplomu. Šis uzskats ir tālu no patiesības. Ņemot vērā mūsdienu ekonomiskās, sociālās un politiskās pārmaiņas, jauniešiem ir jābūt labāk sagatavotiem nākotnei. Lai tiktu galā ar nenoteiktību, ir jāattīsta plašākas zināšanas un prasmes. V. Saimondss iesaka savest kopā visas dažādās grupas, kas darbojas karjeras un darbaspēka jomā. Tās ir saistītas ar karjeras izglītību, karjeras attīstīšanu, karjeras konsultēšanu, karjeras izaugsmes trenēšanu, karjeras vadīšanu, darbaspēka attīstīšanu utt. Iespējams, ir vajadzīgs jauns termins, kas tās visas apvieno, un Saimondss ierosina lietot terminu „karjerpratība”. Ar to tiktu apzīmēts process, kurā studenti iegūst zināšanas, prasmes un atbalstu, kas nepieciešami, lai viņi spētu pieņemt pamatotu karjeras lēmumu un izvēlēties labākos karjeras īstenošanas ceļus. Laiks rādīs, vai šī kustība gūs atbalstu, taču es ceru, ka tā vismaz izraisīs dažas nozīmīgas iniciatīvas. „Aktīvā iesaistīšanās” šajā paplašinātajā struktūrā iederas labi, jo tā piedāvā konkrētu paņēmieni, kā motivēt cilvēkus mācīties un īstenot savas karjeras ieceres.

Astotā nodaļa

KONSULTĒŠANAS KOMPETENČU ATTĪSTĪŠANA



Iepriekšējās nodaļās aprakstītais konsultēšanas modelis atspoguļo mazliet atšķirīgu skatījumu uz karjeras konsultēšanu — tādu, kur būtisku lomu spēlē iztēle, radošums un cerības. Lai varētu attīstīt šādai pieejai nepieciešamās konsultēšanas kompetences, ir vajadzīga plaša mācību stratēģija. Šajā nodaļā vispirms ir aplūkots vispārīgs kompetences modelis un pēc tam — konkrētas stratēģijas, kuras var izmantot, lai sekmētu kompetenču apguvi.

Vispārīgais kompetences modelis

Aplūkojot kompetences jēdzienu saistībā ar konsultēšanas praksi, ir svarīgi iztirzāt vairākus faktorus. Manuprāt, kompetence attiecas gan uz „esību”, gan „darbību”. Kaut arī izpildījums ir nepieciešams kompetences blakusprodukts, ir jāsaprot, ka kompetence ir kas vairāk par tiešajiem rezultātiem. Kompetents cilvēks ir tāds, kurš spēj (vai var) pienācīgi tikt galā ar jaunām situācijām. Mūsdienu trauksmainajā sociālajā un ekonomiskajā klimatā pievēršanās jaunajām situācijām ir ārkārtīgi svarīga.

Esmu izveidojis kompetences modeli (sk. 14. attēlu), ko veido astoņas sastāvdaļas. Tas ir balstīts uz pētījumu, kuru veikusi profesore Magda Rituka (*Magda Ritook*) no Etveša Lorānda universitātes Ungārijā. Šī pētījuma pamatā ir kompetenču vērtēšanas kontrolosaraksts (sk. 2. pielikumu), un iegūtie secinājumi šādu modeļa struktūru apstiprina. Tālāk ir nosauktas un īsi aprakstītas galvenās šī modeļa sastāvdaļas.

1. Mērķis

Motivāciju, apņēmību un iniciatīvu rada skaidra virziena un mērķa izjūta. Cilvēki ir gatavi pilnībā nodoties uzdevumam tad, kad apzinās darāmā vērtību un redz, ka var dot pozitīvu ieguldījumu. Jums būs jānoformulē personiskais pamatzdevums, kas atspoguļo jūsu vispārīgo mērķa izjūtu. Šis pamats jums ļaus godprātīgi un ar pārliecību tikt galā ar personiskajām un organizatoriskajām grūtībām.

Kompetents cilvēks ir tāds, kurš spēj (vai var) pienācīgi tikt galā ar jaunām situācijām.

2. Problēmu risināšana

Šajā grāmatā aprakstītais konsultēšanas modelis skaidri rāda, ka ir vajadzīgas labas problēmu uzdevumu risināšanas prasmes. Tās ietver spēju iegūt informāciju no visdažādākajiem avotiem, izvērtēt visus jautājuma

14. attēls. Kompetences modelis



aspektus, domāt radoši, izdarīt pamatotus spriedumus un veidot efektīvus rīcības plānus. Cilvēki, kuriem labi padodas problēmu risināšana, saglabā skaidru prātu arī sarežģītos apstākļos. Nav šaubu, ka klientu problēmu sarežģītība pēdējos gados ir strauji pieaugusi un problēmu uzdevumu risināšana ir kļuvusi par ļoti nepieciešamu prasmi.

3. Saziņas prasmes

Spēja efektīvi sazināties ar klientiem, kolēģiem, supervizoriem un sabiedrības locekļiem ir konsultēšanas kompetences stūrakmens. Izmantojot

saziņas prasmes (tradicionālās un metaforiskās), mēs paužam cits citam savas idejas (verbāli, neverbāli, rakstiski) un iekļaujam citu idejas savā skatījumā. Prasmīgi saziņas meistari spēj gan paust izpratni, gan motivēt citus darbībai.

4. Teorētiskās zināšanas

Lai iegūtu un pilnveidotu mūsdienīgas teorētiskās zināšanas, ir jāmacās daudz vairāk nekā tikai tradicionālajā akadēmiskās sagatavošanās periodā. Nepieciešamība mācīties visu mūžu ir kļuvusi par realitāti, un jums būs jābūt gataviem piedalīties dažādos izglītojošos pasākumos (semināros, konferencēs,ursos, literatūras apgūvē), lai tiktu līdzī laikam. Lai iegūtu zināšanas, ir nepieciešama arī efektīva un viegli pieejama informācijas iegūšanas un organizēšanas sistēma.

5. Praktiskās zināšanas

Lai īstenotu teoriju praksē, jums būs jāatrod praktiskas situācijas, kurās to var paveikt. Šī praktiskā pieredze ir jāstrukturē tā, lai būtu ietverti drošības, būtiskuma, izaicinājuma un kritiskās refleksijas elementi. Drošā vidē jums ir jājūtas brīvi, lai varētu uzņemties risku, pieļaut kļūdas un šajā procesā attīstīt inovatīvas idejas. Būtiskums ir svarīgs, jo tas ir saistīts ar iepriekš minēto mērķa izjūtu. Izaicinājums iedrošinās jūs noteikt augstus standartus un pietuvoties savu spēju robežām. Visbeidzot, kritiskā refleksija ir svarīga, lai mācīšanās dotu vislabākos rezultātus un lielāku elastīgumu.

6. Organizatoriskā pielāgošanās spēja

Apkārtojās organizatoriskās struktūras pieprasa spēju darboties sistēmā, lai sasniegtu rezultātus. Jums būs jāsaprot gan rakstītie, gan nerakstītie likumi, pēc kuriem organizācijas darbojas, un jāspēj (godīgi) izmantot šīs zināšanas izvīrīto mērķu sasniegšanai. Tam ir nepieciešams elastīgums, pozitīva attieksme pret pārmaiņām un gatavība strādāt kopā ar kolēģiem un augstākstāvošām personām. Cilvēki, kas šajā jomā ir spēcīgi, spēj mainīt attieksmi pret problēmām un panākt, ka „viss notiek”.

7. Cilvēciskās attiecības

Pašsaprotama konsultanta iezīme ir spēja veidot un uzturēt pozitīvas attiecības. Būt efektīvam konsultantam nozīmē veidot dažādu līmeņu attiecības ar cilvēkiem. Jums būs jātic, ka cilvēki ir „svarīgi”, un ar savu rīcību šis „svarīgums” jāapliecina (sk. 2. nodaļu). Pie pozitīvu attiecību veidošanas pieder arī zināšanas par to, kā palūgt un saņemt atsauksmes no citiem un kā pašam sniegt konstruktīvas atsauksmes. Konsultēšanas efektivitāti veicina un sekmē spēcīgu atbalsta tīklu izveide.

8. Pašapziņa

Pašapziņu rada pieredze, atbalsts, konstruktīvas atsauksmes, panākumi, savu spēju apzināšanās un gatavība virzīties uz priekšu. Lai iegūtu kompetenci, jums būs jājūtas pārliecinātam par spēju sākt darbību un uzņemties risku. Jums būs jāatrod iekšējais spēks mācīties no kļūdām un motivācija grūtību priekšā neatkāpties. Šāda pašapziņa bieži noved pie vadīšanas un mentoringa iespējām.

Šie visi kompetences modeļa elementi sadarbojas, radot vienotu veselumu. Kā jau minēts, ja jūs vēlaties novērtēt savu vispārīgo kompetences līmeni, varat izmantot 2. pielikumā iekļauto kompetenču vērtēšanas kontrolsarakstu.

Šeit piedāvātais kompetences modelis īpaši tiek izmantots konsultantu kompetences vērtēšanai, taču to var izmantot arī klientu kompetences līmeņa vērtēšanai. Daudzējādā ziņā konsultēšanas mērķiem ir jāveicina daudzi tie paši faktori, kas ir raksturīgi kompetences modelim. Strādājot ar klientiem, jums šis modelis var noderēt, lai palīdzētu viņiem novērtēt savas relatīvās stiprās un vājās puses. Šī pašvērtēšana var palīdzēt konstatēt tās jomas, kurās ir nepieciešama izaugsme un attīstība.

Refleksijas brīži

Donalda Šona (*Schon*, 1983) darbs apliecina to, cik liela loma konsultēšanas procesā ir refleksijas brīžiem. Radošums un laba problēmu risināšanas prasme ir cieši saistīti ar to, vai tiek atvēlēts laiks pārdomām par notiekošo un jaunu pieeju formulēšanai. Parasti laiks šādai refleksijai atrodas tikai konsultāciju starplaikā. Runājot par konvencijām (sk. 2. nodaļu), tika izteikta doma, ka refleksijas brīžiem, iespējams, varētu atvēlēt vietu arī konsultāciju laikā. Ar to es negribu teikt, ka konsultācijās refleksija nenotiktu vispār, bet konsultantiem ir grūti pilnībā pievērsties klientam un vienlaikus nodoties pārdomām par iespējamām hipotēzēm un jauniem virzieniem.

Radošums un laba problēmu risināšanas prasme ir cieši saistīti ar to, vai tiek atvēlēts laiks pārdomām par notiekošo un jaunu pieeju formulēšanai.

Viens no paņēmieniem, kā refleksiju iekļaut pašā konsultācijā, ir vispirms formulēt paredzamās darbības tipiskas konsultācijas laikā. Konsultants varētu teikt tā:

„Šodien mūsu tikšanās ilgs apmēram 30 minūtes un pēc tam būs neliels pārtraukums, lai mēs varētu novērtēt, ko esam sasnieguši, un saprast, kurp virzīties tālāk.”

Normalizējot šādu praksi, jūs palīdzēsiet klientiem saprast, ka konsultēšanas procesā var būt īsi pārtraukumi. Tad atbilstošā konsultācijas brīdī jūs varēsiet teikt, ka ir nepieciešams mirklis pārdomām, un informēt, ka uz pārīs minūtēm iziesiet no telpas. Jūs varat mudināt klientu padomāt par to, kas ir sasniegts un kurp būtu jāvirzās turpmāk, kamēr jūs veiksiet „situācijas inventarizāciju” un pārdomāsiēt nākamās soļus. Ārpus konsultāciju telpas jūs varat konsultēties ar citiem (ja nepieciešams) un rūpīgi pārdomāt, kas ir atklājies. Bieži šajos refleksijas brīžos var mēģināt noformulēt metaforu, kura aptvertu svarīgākos notikušā elementus. Metafora var arī parādīt, kā

konsultēšanu iespējams ievirzīt jaunā gultnē. Pēc īsa pārtraukuma (maksimums 3 minūtes) jums ir jāatgriežas telpā un jāpārrunā jūsu abu skatījums. Palūdziet klientu izklāstīt viņa redzējumu un tad pastāstiet savas idejas. Konsultanti, kuri šo metodi ir izmantojuši,

apgalvo, ka īsais pārtraukums ļauj viņiem sakārtot domas un palīdz labāk izprast konsultēšanas dinamiku. Šāds pārtraukums ir īpaši noderīgs tad, ja klienti ir sākuši „peldēt” un konsultantam ir jāizveido stingrāka struktūra.

Toms Andersens (*Andersen*, 1991) apraksta vēl kādu pieeju, kurā izpaužas ideja par refleksijas komandu. Saskaņā ar šo metodi konsultāciju, izmantojot vienā virzienā caurredzamu spoguļi, novēro citi konsultanti; kādā piemērotā brīdī konsultācija tiek apturēta un novērotāji ar konsultantu un klientu samainās vietām. Novērotāji dalās pārdomās par redzēto, savukārt konsultants ar klientu kļūst par novērotājiem un ieklausās diskusijā. Pēc tam konsultants un klients atgriežas konsultāciju telpā un pārrunā savus iespaidus par dzirdēto. Šāda klienta, konsultanta un novērotāju sadarbība konsultēšanas procesā var notikt vairākkārt. Kaut arī šī pieeja var dot ļoti interesantus un aizraujošus rezultātus, ir jāievēro arī piesardzība. Konsultantam ar klientu šāda pasākuma iespējamība vispirms ir jāpārrunā. Arī novērotājiem ir jāsaņem norādījumi par to, kā pēc ienākšanas konsultāciju telpā strukturēt komentārus. Tas ir piemērots brīdis norādīšanai uz stiprajām pusēm, un diskusijai ir jābūt ļoti rūpīgi organizētai. Refleksijas komandas izmantošana piedāvā aizraujošas iespējas, bet, kā tas ir ar vairumu spēcīgo stratēģiju, tā ir jāizmanto ar pietāti un cieņu.

Konsultantiem var nākt par labu arī refleksijas brīži ārpus konsultācijām. Dažiem vislabāk patīk klusas pārdomas, bet citiem palīdz aktīva pieeja un savu domu pierakstīšana uz papīra tāfeles. Arī situācijas analizēšana kopā ar citiem parasti ir efektīva metode, kas ļauj izvērtēt dažādos konsultēšanas procesa aspektus.

*Ārpus konsultāciju telpas
jūs varat konsultēties ar
citiem (ja nepieciešams)
un rūpīgi pārdomāt,
kas ir atklājies.*

Trīs empātijas sejas

Šajā grāmatā īpaša uzmanība ir pievērsta konsultēšanas metodēm, tomēr nedrīkstētu aizmirst, ka liela loma ir arī empātijai, kas ir viens no konsultēšanas prakses balstiem. Vairumā konsultēšanas programmu tiek pieņemts, ka topošie konsultanti ir pietiekami empātiski un ka galvenais uzdevums ir iemācīt viņiem savu empātiju paust ar tādiem apgalvojumiem kā „*Jūs jūtaties.., jo..*”. Kaut arī tā ir svarīga aktīvās klausīšanās apmācības daļa, dažkārt tas šķiet virspusīgi un man jādodomā, vai tā nav tikai ārišķība. Ir skaidrs, ka cilvēku spējas izmantot empātiju ir ļoti atšķirīgas, bet kas to nosaka?

Empātijas avotus var palīdzēt izprast daži Maikla Švalbes darbi (*Schwalbe, 2007*) par lomu uzņemšanos. Tie rāda, ka empātijas attīstību ietekmē vismaz trīs faktori.

Pirmais faktors — **PRECIZITĀTE** — ir saistīts ar cilvēka spēju precīzi izprast citu cilvēku idejas un sajūtas. Precizitāte rodas tādās situācijās, kad cilvēki ir bezspēcīgi un ir spiesti koncentrēties uz citu cilvēku vēlmēm un jūtām. Šādos apstākļos ir svarīgi precīzi interpretēt to, kā situāciju uztver citi. Literatūrā ir daudz stāstu

par vareniem valdniekiem, kas savu „amatu” apgūst, nolaižoties no varas augstumiem un ieņemot vienkārša cilvēka lomu. Šķiet, ka nav iespējams iemācīties, kā izturēties pret cilvēkiem, atrodoties tikai varas

un ietekmes pozīcijā. Patiesu empātiju var apgūt, vienīgi valkājot pazemības un bezspēcības apmetni. Raugoties uz to plašāk, manuprāt, var pamatoti teikt, ka konsultants daudzējādā ziņā atrodas īpašā varas pozīcijā. Viszinošā speciālista loma var kavēt empātijas attīstību. Tiem konsultantiem, kas grib pastiprināt empātiju pret citiem — vismaz precizitātes ziņā — būtu jāatrod

*Empātisko apgalvojumu izteikšanu
palīdz iemācīties ne tikai
aktīvās klausīšanās apguve,
bet arī cita visdažādākā
pieredze un refleksija.*

tādas situācijas, kurās viņu attiecības ar cilvēkiem nenosaka konsultanta loma, vai arī jāpārdomā tie brīži, kad viņiem pašiem ir bijušas grūtības, piemēram, darba zaudēšana.

Otrais empātijas faktors ir **DIAPAZONS**. Cilvēkiem varbūt ir laba empātija, taču tās diapazons — ļoti šaurs. Lai empātiju paplašinātu, ir nepieciešama dažāda pieredze ar atšķirīgiem cilvēkiem. Kontaktējoties ar cilvēkiem, kuri no mums atšķiras, mēs iemācāmies novērtēt dažādus skatījumus uz pasauli. Šādu zināšanu iegūvi sekmē uzmanīga novērošana un ieklausīšanās citu stāstos. Cilvēkus ar citādu skatījumu var satikt gan savā kopienā, gan ārpus tās. Ir ļoti viegli ieslīgt rutīnā un sazināties tikai ar šauru cilvēku loku. Mums, konsultantiem, ir unikāla iespēja iemācīties īpaši novērtēt citu skatījumu, ja vien mēs atvēlam laiku, lai iedrošinātu klientus pastāstīt savu dzīvesstāstu un tajā ieklausītos.

Trešais un pēdējais empātijas aspekts ir **DZIĻUMS**. Patiesa empātija ļauj ielūkoties dziļāk par virspusējiem jautājumiem un pievērsties dzīves galvenajām problēmām. Cilvēki apgūst dziļumu, izveidojot nozīmīgas attiecības ar citiem. Jutīgumu saasina pieredze un refleksija par savām starppersoniskajām attiecībām. Lai iegūtu labāku izpratni par cilvēku uzvedību, mums ir vajadzīga nobriedušu attiecību pieredze.

Precizitātes, diapazona un dziļuma jēdzienu iekļaušana konsultantu apmācībā un pilnveidē rada daudz labākas empātijas apguves iespējas. Par galvenajiem elementiem, kas veido empātijas pamatu, kļūst dzīves pieredze un refleksija. Empātisko apgalvojumu izteikšanu palīdz iemācīties ne tikai aktīvās klausīšanās apguve, bet arī cita visdažādākā pieredze un refleksija. Lai ilustrētu šos centienus pēc empātiskās sapratnes, aicinu jūs pārdomāt saīsinātu Sumiko Nišizavas (*Sumiko Nishizawa*) dzejoli „Pieņemot neskaidro” (*Embracing the Mystery*).

Es devos uz Kanādu meklēt nezināmo,
Lai labāk saprastu
Bērnus savā klasē.
Starp mani un viņiem
Bija radusies nejauka plaša.

Man šķita, ka saprotu viņus —
 Četrdesmit enerģiskus japāņu bērnus.
 Ik rītu viņi stāstīja man savus stāstus —
 Aizraujošus stāstus par zaļiem bruņrupučiņiem, mēness sirpi vai
 Ceptiem kartupeļiem uz šķīvja.

Pēc tik daudziem gadiem man šķita,
 Ka protu viņus uzklaušīt,
 Ka protu ar viņiem runāt,
 Ka protu viņus mācīt.
 Savā mazajā pasaulē man šķita,
 Ka saprotu savus bērnus.

Tad pie mums atnāca meitene.
 Izskatījās gluži kā citas, bet
 Trīs gadus bija gājusi Ņujorkas skolā.
 Dzīvīga, vienreizīga un pļāpīga —
 Citāda nekā citas.
 Es centos viņu pārveidot, padarīt iederīgu.
 Viņa apklusā.

Tad satiku korejiešu-japāņu meiteni.
 Viņa bija kautrīga, klusa.
 Vecāki raizējās par viņas drošību.
 Es nesapratu,
 Par ko tāds satraukums.
 Gada beigās viņa jau smaidīja,
 Bet joprojām bija klusa.

Kultūras, valodas, etniskums — ko gan es zināju par pasauli?

Pametu skolu un devos uz Kanādu
 Meklēt nezināmo,
 Lai labāk saprastu bērnus savā klasē.
 Starp mani un viņiem
 Bija radusies nejauka plaisa.

Pēc pieciem gadiem Kanādā es sāku sajost
Enerģiju kā meitenei no ASV,
Bailes no rasisma kā korejiešu-japāņu meitenei.
Tagad es zinu,
Kā ir būt citādei nekā vairākums.

Joprojām es meklēju nezināmo un neskaidro,
Joprojām cenšos pieņemt visus skolēnus klasē.
Joprojām es mācos par pasauli,
Un ceru iemācīt viņiem
Pasaules plašumu un dziļumu.

Šajā dzejolī S. Nišizava atklāj savus centienus saprast citus un apņēmību paplašināt savu skatījumu. Viņa ir gatava pieredzes ceļā uzlabot savu pasaules izpratni un aptvert apkārtējo cilvēku dzīves realitāti. Mums nav obligāti jāpiedzīvo tik dramatiskas karjeras pārmaiņas, taču ir jāspēj paskatīties tālāk par savas „mazās pasaules” robežām.

Konsultēšanas modelis praksē

Lasīt par dažādām konsultēšanas stratēģijām un attieksmi ir viena lieta, bet īstenot tos praksē — jau kas cits. Būdams konsultēšanas supervizors, esmu novērojis, ka studentiem, cenšoties šo konsultēšanas pieeju īstenot, rodas vairākas problēmas. Viena, kas tika minēta jau iepriekš, ir tā, ka dažiem cilvēkiem ir grūti tikt tālāk par problēmas formulēšanu. Šādos gadījumos izpaužas labas aktīvās klausīšanās prasmes, t. sk. empātija, taču trūkst spējas noteikt skaidru konsultēšanas virzienu. Konsultēšanas process nevis virzās uz priekšu, bet ieciklējas, un diskusija sāk iet pa riņķi. Lai šo problēmu atrisinātu, bieži ir vajadzīga pašapziņas celšana un iedrošināšana riskēt.

Apmācāmajiem konsultantiem ir jājūt, ka viņi darbojoties ir drošībā, un viņi ir jāiedrošina izpausties un rīkoties saskaņā ar intuīciju (*Amundson, Harris-Bowlsbey, & Niles, 2009*). Ir jāapstrīd arī viņu uzskati par sava radošuma un iztēles trūkumu. Pētījumi par radošumu liecina, ka bieži cilvēki nepietiekami izmanto savu radošo potenciālu, jo viņi to nav iemācījušies un baidās atklāti izpausties.

Apmācāmajiem konsultantiem ir jājūt, ka viņi darbojoties ir drošībā, un viņi ir jāiedrošina izpausties un rīkoties saskaņā ar intuīciju.

Gluži citāda problēma rodas, kad cilvēki pārlietu aizraujas ar dažādiem problēmu risināšanas uzdevumiem un atstāj novārtā konsultēšanas attiecības un problēmas būtību. Konsultanti, kam rodas šādi sarežģījumi, labprāt ievieš jaunas stratēģijas, bet nav gatavi ieguldīt laiku un enerģiju stabila pamata izveidošanā, uz kuru balstoties sākt klientu karjeras izpēti. Šādos apstākļos klienti var justies apmulsuši un nedroši par to, kādi ir konsultanta mērķi. Lai šādas problēmas mazinātu, konsultantiem ir mazāk jāpaļaujas uz stratēģijām un konsultēšanas process jāuztver brīvāk. Tā vietā, lai steidzīgi formulētu problēmu, viņiem vajadzētu atvēlēt pietiekami daudz laika, lai izpētītu visus klienta stāsta aspektus.

Ar tikko minēto problēmu ir saistīta arī tāda situācija, kad konsultanti konsultāciju grib aizpildīt ar dažādiem problēmu risināšanas uzdevumiem. Šajā gadījumā stratēģiju izmantošana kļūst par pašmērķi un parādās tendence slīdēt pa virsu bez iedziļināšanās. Konsultanti neizmanto visu stratēģijas potenciālu, bet pārāk ātri pāriet pie nākamajiem paņēmieniem. Konsultēšanas stratēģijas nav paredzētas kā pašmērķis; efektīvi konsultanti to apzinās un, izmantojot stratēģijas, ir pietiekami gudri un pacietīgi.

Vēl viena problēma, ko esmu novērojis, rodas tad, kad konsultanti palīdz klientiem pāriet no problēmas formulēšanas pie problēmas risināšanas. Daudzi konsultanti šajā brīdī empātijas prasmes noliek malā un vairāk pievēršas konkrētās stratēģijas parametriem. Īpaši tas izpaužas tad, kad konsultanti apgūst jaunas problēmu risināšanas stratēģijas un vairāk koncentrējas uz to, kas notiks, nekā uz to, kas jau notiek viņu acu priekšā. No empātijas nedrīkst atteikties nevienā konsultēšanas posmā. Kā jau minēts, šī prasme ir konsultēšanas pamats un tai ir jāizpaužas vienmēr.

Praktizējot konsultanti iemācās saglabāt ievērojamu empātiju attiecībās ar klientiem, vienlaikus īstenojot aktīvākas stratēģijas. Tieši šī integrācija ir aktīvās iesaistīšanās modeļa pamats.

Audio vai video ieraksta atskaņošana

Nav šaubu, ka audio vai video materiālu izmantošana palīdz konsultantiem uzlabot konsultēšanas prasmes. Donalds Šons (*Schon*, 1983) runā par to, cik svarīgi ir konsultanta darbā iekļaut refleksiju, un tehnoloģijas mums šajā ziņā var palīdzēt. Redzot un dzirdot sevi no malas, konsultanti var sākt izvērtēt savu konsultēšanas efektivitāti. Analizējot konsultāciju ierakstus, es konsultantus mudinu saskatīt gan pozitīvo, gan negatīvo (*Borgen & Amundson*, 1996b). Daudzi konsultanti ieciklējas uz to, kas nav izdevies, un nekad nepievēršas brīžiem, kuros viņi ir efektīvi.

*Redzot un dzirdot sevi no malas,
konsultanti var sākt izvērtēt
savu konsultēšanas efektivitāti.*

Meklējot klientu uzvedības pozitīvos piemērus, konsultantiem vajadzētu rūpīgi vērot gan verbālās, gan neverbālās norādes, lai pamanītu brīžus, ko es saucu par virzības brīžiem. Tos raksturo, piemēram, šādi klientu izteikumi.

„Atnākot te pirmoreiz, man nebija ne jausmas, ka konsultēšana būs tik daudzslāņaina. Tas ritenis tiešām ļauj visu ieraudzīt no cita skatpunkta.”

„Man agrāk likās, ka es nespēju veidot attiecības ar citiem, bet šodienas uzdevums man lika aizdomāties. Varbūt es uz to esmu raudzījies nepareizi. Tas vien, ka man nepatīk būt grupas līderim, jau nenozīmē, ka man nepatīk cilvēki.”

„Es tiešām nezināju, ka medicīnas jomā ir tik daudz profesiju. Es domāju, ka ir tikai ārsts un medicīnas māsa, bet izrādās, ka ir daudz citu iespēju.”

„Kad es ieraudzīju sevi intervijas vingrinājuma videoierakstā, man burtiski acis atvērās. Gandrīz neticami, cik bieži es ieskatījos savos pierakstos, kad man uzdeva jautājumu.”

„Tiešām interesanti uz to paraudzīties šādā kontekstā. Izskatās, ka viss norāda vai nu uz sociālā darbinieka, vai medicīnas māsas darbu. Šķiet, ka ir pienācis laiks pieņemt lēmumu.”

Šie piemēri rāda, ka virzības brīži var būt pavisam mazas skatpunkta izmaiņas. Ne vienmēr notiek īpaša atklāsme, un mums ir jāpievērš uzmanība gan mazām, gan lielām pārmaiņām. Iemācīties veicināt un pārraudzīt virzības brīžus nozīmē apgūt svarīgu konsultēšanas prasmi. Bieži konsultanti jūt, ka pārmaiņas notiek, bet nespēj skaidri konstatēt konkrētos klienta virzības brīžus. Šīs prasmes trenēšana palīdz uzlabot izpratni par konsultēšanas procesu un pārmaiņu norisi.

Ne visur audio vai video ierakstu izmantošana ir iespējama un piemērota. Šādos gadījumos es konsultantiem iesaku izvērtēšanu veikt mazliet citādi. Uzreiz pēc konsultācijas atsaucot atmiņā tajā notikušos starppersoniskos procesus, konsultantiem domās vajadzētu tos pārskatīt un savus novērojumus detalizēti pierakstīt (vai arī ierakstīt, izmantojot diktofonu). Es neieviešu nekādu īpašu interpretēšanas veidu, tikai lūdzu, lai konsultanti aprakstītu konsultācijā notikušo un tad pārdomātu konsultēšanas procesu, izmantojot piezīmes kā stimulu kritiskai pašvērtēšanai.

Tiešās supervīzijas devums

Formālajā konsultēšanas apmācībā lielākoties ir iespējama supervīzija, veicot novērošanu caur vienā virzienā caurredzamu stiklu vai ierakstot audio un video materiālus. Praktizējošiem konsultantiem šāda atgriezeniskā saikne bieži vien nav pieejama. Tad atsauksmes no citiem galvenokārt tiek iegūtas, pārrunājot gadījumu dinamiku. Esmu strādājis iestādē, kur spoguļstikls un ierakstīšanas iekārtas nebija viegli pieejamas, tāpēc tur tika izmantota tieša supervīzija, kas šķita darbojamies labi. Es atklāju, ka šīs pieejas devums pārspēj ierastās supervīzijas iespējas. Pirms dažu tās priekšrocību un trūkumu aplūkošanas īsi aprakstīšu trīs supervīzijas procedūras soļus.

1. Sagatavošanās

Konsultants informē savu klientu par konsultēšanas procesu, kurā paredzēta regulāra supervizora piedalīšanās (esmu konstatējis, ka vairumam klientu šādas vizītes nesagādā problēmas, ja vien konsultants par tām nav pārlietu nobažījies). Galvenais ir tas, ka šīs vizītes pieder pie ierastās kārtības un nav nekas ārkārtējs. Konsultants arī klientam apliecina, ka tad, ja nebūs īstais brīdis supervizora apmeklējumam, viņa nostāja tiks respektēta. Lai palīdzētu izveidot attiecības, ir paredzēta arī īsa iepazīšanās ar supervizoru.

2. Konsultācijas apmeklēšana

Otrās konsultācijas vidū supervizors piekļauvē pie durvīm un vaicā, vai šis ir piemērots laiks viņa vizītei. Kā jau iepriekš minēts, supervizors ienāk telpā tikai pēc konsultanta un klienta uzaicinājuma. Ja brīdis ir piemērots, konsultants rezumē notikušo (pārvaicājot to klientam) un tad turpina konsultāciju. Supervizors parasti ieņem novērotāja lomu un atbild tikai tad, ja viņam to lūdz. Novērošanas perioda (apmēram 15 minūtes) beigās supervizors sniedz komentārus par to, kā viss virzās vēlamajā virzienā, un atstāj konsultāciju telpu. Turpmākajās konsultācijās var notikt līdzīgas vizītes.

Var būt gadījumi, kad supervizoram no vērošanas ir jāpāriet uz tiešu iesaistīšanos. Supervizors var sniegt klientam informāciju vai izmantot īpašu konsultēšanas stratēģiju, bet arī tad tiek respektētas konsultanta un klienta attiecības. Tiešas iesaistīšanās gadījumiem vajadzētu notikt īstajā brīdī un kalpot par konsultantam noderīgiem paraugiem. Ir ļoti svarīgi, lai konsultācijās supervizors no konsultanta nepārņemtu vadības grožus.

3. Informācijas apkopošana

Tāpat kā jebkāda cita veida supervīzijas gadījumā, ir vēlama pastāvīga diskusija. Ir svarīgi, lai šajās tikšanās reizēs supervizors ne tikai pievērstos tam, ko viņš ir novērojis, bet arī aplūkotu gadījumu kopumā. Līdz ar to konsultantam un supervizoram vajadzētu saprast, kādā ziņā novērotie fragmenti līdzinās pārējai konsultācijas dinamikai un kā no tās atšķiras.

Izmantojot tiešās supervīzijas pieeju, esmu sapratis gan tās priekšrocības, gan dažus trūkumus. Pozitīvais ir tas, ka tieša novērošana un modelēšana noteikti dod labumu. Supervizora atrašanās telpā rada īpašu gaisotni, kas nav raksturīga citu veidu novērošanai, kad tiek izmantots vienā virzienā caurredzams spogulis vai audio un video ieraksti. Viens no trūkumiem ir konsultēšanas procesa pārtraukšana, telpā ienākot jaunam cilvēkam. Laika gaitā trenējot jutīgumu, esmu iemācījies šī elementa ietekmi samazināt, tomēr tas ir būtisks faktors. Vienmēr jāuzmanās arī, lai konsultēšanas attiecībās netiktu grauta konsultanta autoritāte.

Gadījumu metaforiskā konceptualizācija

Viscaur šajā grāmatā ir uzsvērtā metaforu izmantošana; tās palīdz gan paust, gan risināt klienta problēmas. Metaforas ir vizuāli trauki, kuros var ietilpināt daudz sarežģītas informācijas. Saprotot un mainot metaforas, jūs varat palīdzēt klientiem nonākt pie jaunām atskārsēm.

Es esmu paplašinājis metaforu izmantošanu, attiecinot tās uz gadījumu konceptualizāciju, jo vizuālo tēlu izmantošana ļauj panākt sintēzi (*Amundson*, 1988). Šīs metodes izmantošanu konsultantu apmācībā atbalsta daži Daniela Stouna un Normena Amundsona pētījumi (*Stone and Amundson*, 1989). Nesen ir pabeigts arī kritisks literatūras apskats (*Guiffrida, Jordan, Saiz, & Barnes*, 2007), kurā secināts, ka šī metode supervīzijā un apmācībā ir svarīgs jauns pavērsiens.

Metaforiskās gadījumu konceptualizācijas metodes pirmais solis ir lūgt, lai konsultanti savus klientus aprakstītu, izmantojot metaforiskus tēlus, piemēram, cilvēks, kas apmaldījies miglā, cilvēks, kas cenšas žonglēt ar pārāk daudzām bumbiņām.

*Izsakot metaforas zīmējumos,
viena no priekšrocībām ir iespēja
pievērsties kaut kam pavisam
konkrētam.*

Šos tēlus var vienkārši pārrunāt vai izteikt zīmējumos. Kad tēli ir skaidri, es lūdzu konsultantus pārdomāt, kā viņi paši varētu iederēties šajā situācijā. Piemēram, kāds konsultants teica, ka viņš klientu redz kā žonglieri, kurš pasviedis gaisā pārāk daudz bumbiņu. Domājot par sevi šajā tēlā, viņš jūta, ka ir tas, kurš paceļ zemē nokritušās bumbiņas.

Kad tēls ir skaidri noformulēts, konsultanti var sākt analizēt dažādus radītā tēla elementus. Ir jāizpēta pieci galvenie faktori:

- “(a) konsultēšanas procesa **virziena** sajūta;
- (b) konsultanta **optimisma** pakāpe, domājot par iespējamajiem rezultātiem;
- (c) klienta un konsultanta **attiecību** ciešums un daba;
- (d) konsultanta **atbildības** sajūta par problēmu;
- (e) konsultēšanas pasākumu **ietekme** konsultanta vērtējumā.”
(Amundson, 1988, 392. lpp.)

Turpinot piemēru par konsultantu, kurš salasa klienta nomestās bumbiņas, ir redzams, ka konsultantam ir virziena sajūta, taču var būt, ka tas nav pats vēlamākais virziens. Tēlā atspoguļojas veltīguma sajūta (ietekmes trūkums) un pesimisms. Konsultants ar klientu sadarbojas, taču viņu attiecības nav ciešas. Izskatās, ka konsultants uzņemas lielāko atbildību par problēmas (nokritušās bumbiņas) risināšanu.

Metaforas mainīšana var pamainīt arī šīs situācijas dinamiku. Pieņemsim, ka konsultants pārtrauc lasīt nokritušās bumbiņas un ļauj situācijai kādu brīdi attīstīties pašplūsmā. Īstermiņā problēma varētu saasināties, taču klients varētu iegūt reālistiskāku priekšstatu par savām spējām. Veicot šīs situācijas uzraudzību, konsultants arī varētu palīdzēt klientam koncentrēties uz svarīgākajām bumbiņām un/vai izstrādāt labāku žonglēšanas stratēģiju.

Izsakot metaforu zīmējumā, viena no priekšrocībām ir iespēja pievērsties kaut kam pavisam konkrētam. Daudzi konsultanti parāda savu zīmējumu klientam un izmanto to kā gadījuma konceptualizācijas nodarbības pamatu. Tad zīmējums kļūst par vēl vienu konsultēšanas rīku, kas ļauj klientam labāk izprast savu situāciju (šajā gadījumā — to, kā viņu uztver konsultants). Ir arī interesanti salīdzināt metaforas, ko klienti ir radījuši par sevi, un to, kā viņus uztver citi, taču metaforiskās gadījuma konceptualizācijas vingrinājuma galvenā doma, protams, ir palīdzēt konsultantiem labāk izprast konsultēšanas attiecību dinamiku.

Kopsavilkums

Lai kļūtu par efektīvu konsultantu, ir pastāvīgi jāmācās. Šī procesa plašo dabu ilustrē dažādie kompetenču modeļa elementi. Daudzējādā ziņā te nekad nevar sasniegt pilnību, taču gandarījumu dod gan mērķis, gan ceļš uz to.

Esmu pastāvīgi norādījis, cik svarīgs ir radošums un iztēle; manuprāt, šīs personiskās iezīmes ir būtisks konsultēšanas procesa elements. Tā kā Kārļa Rodžersa pamatnosacījumi — cieņa, empātija un patiesums — tiek piedzīvoti radošuma un iztēles telpā, cilvēks var sākt veidot saikni gan ar konsultēšanas mākslu, gan zinātni. Lai karjeras konsultēšana palīdzētu klientiem tikt galā ar pašlaik valdošo nenoteiktību, tā ir jāuztver plašāk un elastīgāk.

Manis pieminētais elastīgums attiecas uz dažādiem līmeņiem. Pašā pamatā ir jautājums, kā karjeras konsultēšana atšķiras no personiskās konsultēšanas. Tādi autori kā Edvīns Hers (*Herr*, 1997) norāda, ka jāvirzās uz lielāku karjeras konsultēšanas un personiskās konsultēšanas sakausējumu. Attiecībā uz konsultēšanas praksi aktīvās iesaistīšanās modelis pavisam noteikti apliecina, ka pašreizējās konsultēšanas konvencijas ir jāpārskata un jāievieš aktīvāka un vairāk ar iztēli saistīta konsultēšanas pieeja.

Šajā nodaļā tika aplūkota konsultanta personiskā un profesionālā pilnveide. Konsultanta izglītībai un pilnveidei ir jāiet roku rokā ar jaunām konsultēšanas metodēm, un tieši šajā jomā esmu piedzīvojis vislielākos izaicinājumus. Ir pārāk viegli iet pa iestaigātu taku, pat ja tā ved nepareizā virzienā. Cerams, ka šī grāmata pievērsīs uzmanību tam, ka ir nepieciešams jauns redzējums, lai uzlabotu dažus karjeras konsultēšanas procesa aspektus.

Devītā nodaļa

KOPSKATS



Šajā pēdējā nodaļā ir aplūkots tas, kā visus dažādos aktīvās iesaistīšanās elementus salikt kopā. Līdz šim ir aprakstītas dažādas teorijas, nodarbības un vispārīgs karjeras attīstīšanas konsultēšanas process. Pēdējais uzdevums ir iekļaut to visu vispārīgajā karjeras konsultēšanas stratēģijā. Šajā nodaļā ir sniegtas galvenās vadlīnijas un aprakstīta šī materiāla analīze jaunākajos pētījumos. Šie pētījumi sāk pievērsties jautājumam par empīrisko praksi.

Aktīvās iesaistīšanās prakses metafora

Nemot vērā manu interesi par metaforām un pārlicību par to svarīgumu karjeras atbalsta praksē, būs pavisam atbilstoši sākt šo nodaļu ar metaforu, kura apraksta dažus aktīvās iesaistīšanās procesa aspektus. Šajā sakarā es pievērsīšos pavārmākslas tēlam. Labs pavārs sāk ar vispārīgu plānu. Daļa no plānošanas ir gluži praktiska: jāņem vērā izmaksas, gatavošanai nepieciešamais laiks, kā arī sastāvdaļu un garšvielu pieejamība. Ir jāpārdomā arī sociālie faktori, piemēram, to cilvēku vēlmes, kuri šo maltīti baudīs. Lai pagatavotu lieliskas vakariņas, ir vajadzīga iepriekšēja plānošana un prasmes dažādo uzdevumu veikšanai.

Ēst gatavošana lielā mērā ir atkarīga no pieejamā aprīkojuma kvalitātes un veida. Gatavošana uz atklātas uguns ļoti atšķiras no gatavošanas uz mūsdienīgas plīts. Ir pieejamas arī dažādas ierīces, kas gatavošanu atvieglo un palīdz sasniegt daudz vairāk. Arī karjeras konsultēšana norisinās dažādās vietās, un, ja ir paredzēts īstenot noteiktas aktivitātes, ir nepieciešami atbilstošie rīki. Piemēram, ja ir paredzēts zīmēt, pie rokas ir jābūt papīram un zīmuļiem, flomāsteriem vai krāsām. Tas pats attiecas uz daudzām citām aktivitātēm. Ja plānots veikt fiziskas darbības, konsultantam ir jāatrod šim nolūkam piemērotas telpas.

Gatavojot maltīti, liela nozīme ir pareizo produktu un garšvielu izvēlei, un tā ir gan māksla, gan zinātne. Labs pavārs iegulda lielu darbu, lai panāktu pareizo produktu kombināciju, pievieno garšaugus un garšvielas, lai izceltu vajadzīgās garšas īpašības, turklāt pasniedz ēdienu radoši un patīkami. Interesanti, ka garšaugi un garšvielas dažkārt ir arī dziednieciski. Lai gan parasti tiek izmantota recepte, pavāram ir vajadzīga arī pašpaļāvība un prasme atrast sastāvdaļu aizvietošanas un veikt izmaiņas atkarībā no produktu pieejamības, vajadzības vai arī iepriekšējās pieredzes un apmācības. Arī karjeras konsultēšanā ir jāliek kopā dažādas aktivitāšu

kombinācijas, ir jābūt elastīgiem un ir jāsaprot klienta vajadzības. Daudzas šajā grāmatā aprakstītās aktivitātes ir veidotas tā, lai tās viegli paliktu atmiņā un, Melkolma Gledvela (*Malcolm Gladwell*) vārdiem sakot, aizķertos. Aktīvo iesaistīšanos raksturo dinamiskums, enerģiskāka pieeja un empīriskā mācīšanās. Aprakstot dažādu aktīvās iesaistīšanās vingrinājumu ietekmi, es bieži izmantoju garšaugu un garšvielu tēlu, lai ilustrētu dinamikas un dziedināšanas saspēli.

Gatavojot bieži vien ir jāiztiek ar tām sastāvdaļām, kuras ir pieejamas. Tā var būt iespēja izpausties radoši, un labs pavārs spēj būt efektīvs arī šādu ierobežojumu gadījumā. Kartupeļi ne vienmēr ir jāvēra — tos var arī cept, sautēt krējuma mērcē, cept cepeškrāsni, pagatavot kā kartupeļu pankūkas vai biezeni. Savukārt garšvielas var dažādi kombinēt, lai radītu jaunas garšas.

Gatavojot ēst, ir jāņem vērā arī ekoloģiskais un veselības faktors (zaļās karjeras attīstīšana). Pašlaik daudzi atzīst, ka, piemēram, pievienotā sāls daudzums ir jāierobežo. Tad ir uzdevums radīt garšu bez sāltrauciņa palīdzības. Daudzi pavāri cenšas vairāk izmantot vietējos un ekoloģiski audzētos produktus. Te, protams, varam vilkt paralēles ar zaļās karjeras attīstīšanu un vēlmi uzlabot pašsajūtu.

Skaidrs, ka ēst gatavošana ir saistīta arī ar sakopšanu un nobeiguma darbiem. Ir jānovāc šķīvji un jāsauglabā pāri palikušais ēdiens. Ir jānomazgā trauki un, iespējams, jāpārdomā jau nākamās maltītes gatavošana. Var palūgt un pārdomāt atsauksmes. Karjeras konsultēšanas beigu process ir līdzīgs. Ir jāsakārto konsultāciju telpa, jāizdara piezīmes un jāseko līdzi klientu turpmākajai attīstībai.

Aktīvās iesaistīšanās pieeja konsultēšanā

Gadu gaitā aktīvās iesaistīšanās pieeju esmu mācījis daudziem karjeras konsultantiem. Atsauksmes lielākoties ir bijušas ļoti pozitīvas, un bieži cilvēki ir teikuši, ka šī apmācība ir pilnībā izmainījusi viņu priekšstatu par konsultēšanu. Lai gan man patīk saņemt atsauksmes, es arī apzinos, ka daži no viņiem apgūto pieeju nemaz neizmantos. Tam ir dažādi iemesli.

Dažiem tas ir saistīts ar laika faktoru. Viņi iemācās jaunu pieeju, bet tad atgriežas citos apstākļos un iegrimst atpakaļ rutīnā. Te var teikt — kas nokavēts, tas pazaudēts. Lai apgūtais materiāls nestu augļus, ir svarīgi sākt to izmantot pēc iespējas ātrāk. Ja tā nenotiek, pēc neilga laika jūs būsiet atgriezies pie vecajiem paradumiem.

Vēl viens iemesls ir tas, ka šo paņēmieni izmantošanai ir nepieciešama pašpalāvēība. Daudzi nemaz nevēlas izkāpt no tradicionālajām konsultēšanas konvencijām, jo viņiem trūkst pārliecības par savām spējām šīs metodes izmantot. Viņi atzinīgi novērtē citu prasmī tādā strādāt, bet paši nespēj uz to saņemties. Viņi bieži ir gatavi strādāt kopā ar citiem praktikantiem, bet, kad šīs stratēģijas ir jāizmanto darbā ar klientiem, atkāpjas un sev nenotic. Lai apmācība būtu efektīva, daudzos gadījumos praktikantiem ir jāiziet no mācību telpas, jāstrādā ar īstiem klientiem un tad jāsaņem atbalstošas atsauksmes, kas izceļ viņu stiprās puses.

Esmu secinājis, ka praktikantiem ir jāatgādina — aktīvā iesaistīšanās nav tikai noteiktu pasākumu saraksts. Tē nepietiek tikai ar dažādu aktivitāšu veikšanu — ir jābūt arī radošam un jāreaģē uz citu vajadzībām un uz sociālo kontekstu. Strādājot pēc šīs metodes, konsultantiem ir jāatrod un jāizmanto savs radošums. Apmācot citus, es viņus mudinu

ne vien mācīties no maniem piemēriem, bet arī atvēlēt laiku tam, lai izstrādātu savas aktivitātes. Mans mērķis, mācot šo materiālu, ir izveidot tādu pieeju, kas respektē un veicina gan konsultanta, gan klientu iztēli.

Gadījuma piemērs: inovāciju un dažādības programma

Aktīvo iesaistīšanos var apgūt un īstenot praksē dažādi. Pastāstīšu piemēru par Emberu Klārku (*Amber Clarke*), darbavietu plānošanas konsultanti no Saskačevanas rajona veselības pārvaldes, kuru finansē organizācija *Health Canada*. E. Klārka strādāja pie projekta, kura nolūks bija palīdzēt ārvalstīs izglītotiem speciālistiem reģistrēties darbam Kanādā. Daudzi imigranti bija ieradušies Kanādā cerību pilni, taču netika galā ar reģistrēšanos. Īpašas grūtības sagādāja profesionālās leksikas apguve, tāpēc sākotnējās pūles tika veltītas tam, lai nodrošinātu labākus valodas apguves kursus. Par spīti tam, nekas daudz neuzlabojās un kursus pabeidza vien ap 40 % dalībnieku. Tie, kuri netika galā ar valodas apguvi, iestrēga slikti apmaksātā mazkvalificētā darbā. Zabins Ostins un Marī Dīna (*Austin and Dean, 2004*) šo nepatīkamo stāvokli apraksta kā dubulto kultūras šoku, jo cilvēki cenšas tikt galā gan ar personiskajām, gan profesionālajām problēmām. Nav nekāds pārsteigums, ka šādos apstākļos cilvēki izkrīt no darba tirgus un sāk zaudēt nākotnes cerības.

Meklējot jaunu veidu, kā atrisināt šo situāciju, E. Klārka apmeklēja *CANNEXUS* pirmskonferences apmācības, kurās es stāstīju par cerībās balstīto karjeras konsultēšanas modeli un dažādām aktīvās iesaistīšanās metodēm. Pēc lekcijas viņa pienāca pie manis un teica, ka vēloties dažas no šīm metodēm izmēģināt ar savu mērķauditoriju. Visvairāk viņa raizējās par to, ka īsti neprot strādāt ar metaforām un aktīvākajām konsultēšanas metodēm, tomēr bija apņēmības pilna izmēģināt kaut ko jaunu. Tā rezultātā sadarbībā ar Cerībās balstīto grupu (*Hope Centered Group*), kurā darbojas Spensers Nailss, Hjangs Jūns un es, tika īstenots projekts „Saskačevanas ceļi” (*Saskatchewan Pathways*). Projekta gaitā tika izstrādāti jauni karjeras atbalsta pasākumi un tika veikts novērtējuma pētījums.

Papildus parastajām valodas programmām tika izmantotas šādas karjeras atbalsta stratēģijas: cerībās balstītais karjeras tests (CBKT), karjeras plūsmas metafora, stipro pušu aplis, problēmas izstaigāšana, vēlamās nākotnes redzējuma veidošana, mērķa izvirzīšana, domu apzināšanās un dienasgrāmatas rakstīšana. Uz rezultātiem ilgi nebija jāgaida. Pēc trīs mēnešiem dalībnieki bija atguvuši vitalitāti, ko apliecināja gan pirms un pēc atbalsta veiktā CBKT rezultātu salīdzinājums, gan arī viņu rīcība — līdzinieku tīklu veidošana, mērķu izvirzīšana, aktīvāka dalība tiešsaistes un klases darbā un dzīvesveida izmaiņas. Vienu gadu ilga apsekošana liecināja, ka iesāktā pozitīvā virzība turpinās, — šajā laikā darba atļauju bija ieguvuši apmēram 40 % dalībnieku. Programmas vērtēšanai tika izmantotas fokusa grupas un naratīvi, kas cilvēkiem deva iespēju detalizētāk pastāstīt par to, kā šie pasākumi bija izmainījuši viņu dzīvi. Šo pārmaiņu ietekme bija ievērojama, tāpēc 2015. gadā projekts „Saskačevanas ceļi” ieguva starptautisku atzinību par inovācijām un dažādību.

Mani ļoti aizkustināja tas, ka šie nelielie karjeras atbalsta pasākumi bija tik spēcīgi mainījuši cilvēku dzīvi (*Clarke, Amundson, Niles, & Yoon, 2014*). Reģistrējušies darbam, viņi atkal varēja strādāt savā profesijā, un tas, protams, būtiski ietekmēja viņu ģimeni un tuviniekus. Savukārt ar šo projektu saistītais pētījums mudināja speciālistus karjeras atbalsta sniegšanā vairāk izmantot empīrisku pieeju.

Gadījuma piemērs: atbalsta programma tiešsaistē

Pēc Saskačevanas projekta panākumiem mēs, Cerībās balstītā grupa, nolēmām apvienoties ar Tanisu Gādardu (*Tannis Goddard*) no *Training Innovations* un izmēģināt līdzīgu pieeju, strādājot ar klientiem bezdarbniekiem. T. Gādarde mūs pārliecināja iet vēl tālāk un pamēģināt izveidot paralēlu karjeras atbalsta grupu tiešsaistē. T. Gādarde ir atzīta tiešsaistes karjeras attīstīšanas līdere gan valsts, gan starptautiskā mērogā, un ar viņas atbalstu un palīdzību mēs varējām vēl pamatīgāk pārbaudīt pieeju, pie kuras attīstīšanas mēs strādājām. Saņēmuši Kanādiešu konsultēšanas izglītības un pētniecības institūta (*Canadian Educational and Research Institute for Counselling*) finansējumu, mēs sākām pētījumu, iesaistot klientus no diviem nodarbinātības centriem, kas pakļauti *Training Innovations*.

Mēs nolēmām izmantot šādas karjeras atbalsta stratēģijas: problēmas izstaigāšana, karjeras plūsma, stipro pušu aplis, problēmu risināšana pēc divu vai trīs krēslu metodes, turēšanās virs ūdens (grūtību pārvarēšana). Parasto piedāvājumu mēs papildinājām ar vēl divām konsultācijām.

Ar vingrinājumu pārveidošanu tiešsaistei gāja diezgan grūti. Šajā darbā man bija iespēja cieši sadarboties ar T. Gādardu un viņas *Training Innovations* kolektīvu. Ņemot vērā šo aktivitāšu dabu, bija svarīgi atklāt klientu pieredzes būtību. Lai to panāktu, mums bija jāizdomā, kā radoši attēlot informāciju un pamudināt cilvēkus izmantot šo materiālu.

Šī pētījuma agrīnie rezultāti ir ļoti interesanti un iepriecinoši. Konsultēšana gan klātienē, gan tiešsaistē ir būtiski mainījusi klientu dzīvi. Mēs arī veicām pētījumu par to, cik efektīvi ir dažādi karjeras atbalsta pasākumu īstenošanas veidi, un tas bija aizraujoši. Nākotnē būs pieejama arī šī pētījuma rezultātu pilnīga analīze. Jaunākā informācija atrodama interneta vietnē www.hopecenteredcareer.com.

Beigu piezīmes

Galvenais, kas jāatceras no šīs pēdējās nodaļas, ir tas, ka aktīvā iesaistīšanās nav kāda konkrēta aktivitāte vai vingrinājumu kopums. Tā ir elastīga, uz darbību un klientu vērsta pakalpojumu sniegšanas pieeja. Tajā vienlīdz svarīgs ir gan stils un pasniegšanas veids, gan vingrinājumi. Uzmanība ir pievērsta gan „esībai”, gan „darbībai”.

Izvēloties konkrētus uzdevumus, konsultantiem ir jāliek lietā savs radošums un jārikojas atbilstoši klientu vajadzībām. Reaģējot uz konkrēto situāciju, viņi droši var vingrinājumus pielāgot un radīt īpašus elementu salikumus. Katra klienta problēma ir unikāla, tāpēc ir jābūt elastīgiem, lai uz to reaģētu pēc iespējas atbilstošāk.

Lai konsultanti aktīvās iesaistīšanās stilu iedzīvinātu praksē, viņiem ir jābūt atbalsts un jābūt pārliecinātiem par savām spējām izveidot un īstenot vislabākos karjeras atbalsta pasākumus. Ja konsultanti ir pašpārliecināti, viņi drošāk apstrīd konvencijas, riskē un mācību procesā ir gatavi būt aktīvāki un balstīties uz pieredzi.

Pēdējā nodaļā ir pausta arī nepieciešamība sniegto pakalpojumu izvērtēt. Izvērtēšana konsultantiem nodrošina atgriezenisko saikni un ļauj pamatot finansējuma piešķiršanas nepieciešamību turpmākajai konsultēšanai. Esmu pārliecināts, ka aktīvā iesaistīšanās dos ļoti labus rezultātus, tāpēc vērtēšanai ir jābūt vienam no centrālajiem aspektiem. Protams, vērtēšanu var veikt dažādi. 5. pielikumā ir redzama ar mākslu saistītā vērtēšanas sistēma. Saskaņā ar šo pieeju tiek uzsvērts plašāks skatījums. Piemēram, manis izveidotie *DVD* ir ne tikai mācīšanas rīks, bet arī vērtēšanas elements.

ATSAUCES

- Amundson, N. E. (1979). Using projective techniques in career counselling. *Canadian Counsellor*, 13, 225–229.
- Amundson, N. E. (1984). Career counselling with primary group involvement. *Canadian Counsellor*, 18, 180–183.
- Amundson, N. E. (1988). The use of metaphor and drawings in case conceptualization. *Journal of Counseling and Development*, 66, 391–393.
- Amundson, N. E. (1989). A model of individual career counseling. *Journal of Employment Counseling*, 26, 132–138.
- Amundson, N. E. (1993). Mattering: A foundation for employment counseling and training. *Journal of Employment Counseling*, 30, 146–152.
- Amundson, N. E. (1994). Negotiating identity during unemployment. *Journal of Employment Counseling*, 31, 98–104.
- Amundson, N. E. (1995a). An interactive model of career decision making. *Journal of Employment Counseling*, 32, 11–21.
- Amundson, N. E. (1995b). Pattern identification exercise. *ERIC Digest*, EDD-CG-95-69, Greensboro, NC: ERIC/CASS.
- Amundson, N. E. (1999). *Individual style survey*. Edmonton, Alberta: Psychometrics Canada.
- Amundson, N. E. (2002). Coloring outside the lines: Boundary issues for counselors. *Journal of Employment Counseling*, 39, 138–144.
- Amundson, N. E. (2003). *The physics of living*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.
- Amundson, N. E. (2005). The potential impact of global changes in work for career theory and practice. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 5, 91–99.
- Amundson, N. E. (2006a). Challenges for career interventions in changing contexts. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 6, 3–14.
- Amundson, N. E. (2006b). *Metaphors: The poster*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.
- Amundson, N. E. (2006c). Walking the yellow brick road. *Journal of Employment Counseling*, 43, 31–38.
- Amundson, N. E. (2007). The influence of workplace attraction on recruitment and retention. *Journal of Employment Counseling*, 44, 154–162.

Amundson, N. E. (2008). Bridge over troubled waters: Guidance crosses. *Perspectives in Education*, 26, 91–98.

Amundson, N. E. (2008). Mold, mould, mole-d: The three M's of career development. *Journal of Employment Counseling*, 45, 168–177.

Amundson, N. E. (2009). *Active engagement in action*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E. (2010). *Metaphor making: Your career, your life, your way*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E. (2015). Using metaphor in career intervention. In P. J. Hartung, M. L. Savickas, & W. B. Walsh (Eds.), *APA Handbook of Career Intervention: Volume 2, Applications* (pp. 293–304). Washington, DC: American Psychological Association.

Amundson, N. E., & Borgen, W. A. (1987). Coping with unemployment: What helps and hinders. *Journal of Employment Counseling*, 24, 97–106.

Amundson, N. E., & Borgen, W. A. (2000). Mandated clients in career or employment counseling. *Journal of Employment Counseling*, 37, 194–203.

Amundson, N. E., Borgen, W. A., Jordan, S., & Erlebach, Anne (2004). Survivors of downsizing: Helpful and hindering experiences. *The Career Development Quarterly*, 52, 256–271.

Amundson, N. E., Harris-Bowlsbey, J., & Niles, S. G. (2009). *Essential elements of career counseling: processes and techniques*. Second Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Amundson, N. E., & Penner, K. (1998). Parent involved career exploration. *The Career Development Quarterly*, 47, 135–144.

Amundson, N. E., & Poehnell, G. (2004). *Career pathways (3rd ed.)*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E., Poehnell, G., & Pattern, M. (2005). *CareerScope: Looking in, looking out, looking around*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E., & Poehnell, G. (2008). *Career pathways: Quick trip*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E., Poehnell, G., & Smithson, S. (1996). *Employment counselling theory and strategies: A book of readings*. Richmond, B. C.: Ergon Communications.

Amundson, N. E., Westwood, M., & Prefontaine, R. (1995). Cultural bridging and employment counselling with clients from different cultural backgrounds. *Canadian Journal of Counselling*, 29, 206–213.

Anderson, T. (1991). *The reflecting team: Dialogues and dialogues about the dialogues*. New York: Norton.

Arthur, M. B., Claman, P. H., & De Fillippi, R. J. (1995). Intelligent enterprise, intelligent career. *Academy of Management Executive*, 9, 7–20.

Arthur, M. B., Inkson, K., & Pringle, J. K. (1999). *The new careers: Individual action and economic change*. London: Sage.

Austin, Z., & Dean, M. R. (2004). Bridging education in pharmacy: The international pharmacy graduate program in Ontario, Canada. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 68, 1–11.

Azrin, N. H., Flores, T., & Kaplan, S. J. (1975). Job-finding club: A group assisted program for obtaining employment. *Behavior Research and Therapy*, 13, 17–27.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1–26.

Baudouin, R., & Hiebert, B. (2007). Introduction to special issue on evidence-based practice in career development. *Canadian Journal of Counselling*, 41, 127–129.

Bedi, R. P. (2004). The therapeutic alliance and the interface of career counseling and personal counseling. *Journal of Employment Counseling*, 41, 126–135.

Berne, E. (1964). *Games people play*. New York: Ballantine Books.

Bezanson, M. L., DeCoff, C. A., & Stewart, N. R. (1985). *Individual employment counselling: An action based approach*. Toronto: Guidance Centre.

Bloch, D. P. (2005). Complexity, chaos, and nonlinear dynamics: A new perspective on career development theory. *The Career Development Quarterly*, 53, 194–207.

Blustein, D. L. (2011). A relational theory of working. *Journal of Vocational Behavior*, 79, 1–17.

Borgen, W. A. (1995). *Starting points: Finding your route to employment (B. C. Edition)*. Victoria/Ottawa: Assessment, Counselling and Referral Initiative of MOEST and HRDC. (adapted from Westwood,

M. W., Amundson, N. E., & Borgen, W. A., 1994, *Starting points: Finding your route to employment.*)

Borgen, A. W., Pollard, D. E., Amundson, N. E., & Westwood, M. J. (1989). *Employment groups: The counseling connection.* Toronto: Lugs.

Borgen, W. A., & Amundson, N. E. (1987). The dynamics of unemployment. *Journal of Counseling and Development*, 66, 180–184.

Borgen, W. A., & Amundson, N. E. (1996). Strength challenge as a process for supervision. *Counselor Education and Supervision*, 36, 159–169.

Borgen, W. A., & Maglio, A. T. (2007). Putting action back into action planning: Experiences of career clients. *Journal of Employment Counseling*, 44, 173–184.

Boy, A. V., & Pine, G. J. (1990). *A person-centered foundation for counseling and psychotherapy.* Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Bright, J. E. H., & Pryor, R. G. L. (2005). The Chaos Theory of Careers: A user's guide. *The Career Development Quarterly*, 53, 291–305.

Bright, J. E. H., Pryor, R. G. L., & Harpham, L. (2005). The role of chance events in career decision making. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 561–576.

Brower, D., & Weider, L. (1950). Projective techniques in business and industry. In L. E. Abt & L. Bellak (Eds.), *Projective psychology.* New York: Grove Press.

Bryan, M., Cameron, J., & Allen, C. (1998). *The artist's way at work.* London: Pan Books.

Burton, M. L., & Wedemeyer, R. A. (1991). *In transition.* New York: Harper Business.

Butterfield, L., Borgen, W., & Amundson, N. (in press). The impact of a qualitative research interview on workers' view of their situation. *Canadian Journal of Counselling.*

Carlsen, M. B. (1988). *Meaning making – Therapeutic processes in adult development.* New York: W. W. Norton.

Chen, C. P. (2006). Strengthening career human agency. *Journal of Counseling & Development*, 84, 131–138.

Clarke, A., Amundson, N., Niles, S., & Yoon, H. J. (2014). Hope-centered career development for internationally educated health professionals. Unpublished research report. Health Canada: Ottawa.

Cochran, L. (1997). *Career counseling: A narrative approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Combs, G., & Freedman, J. (1990). *Symbol, story & ceremony*. New York: Norton.

Connolly, K. M., & Myers, J. E. (2003). Wellness and mattering: The role of holistic factors in job satisfaction. *Journal of Employment Counseling*, 40, 152–160.

Corbiere, M., & Amundson, N. E. (2007). Perceptions of the ways of mattering by people with mental illness. *The Career Development Quarterly*, 56, 141–149.

Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper Collins.

Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding flow in everyday life*. New York: Basic Books.

Combs, G., & Freedman, J. (1990). *Symbol, story & ceremony*. New York: Norton.

De Bono, E. (1985). *Six thinking hats*. Boston: Little, Brown.

De Shazer, S. (1985). *Keys to solution in brief therapy*. New York: Norton.

Del Corso, J. J., & Briddick, H. S. (2015). Using audience to foster self-narrative construction and career adaptability. In P. J. Hartung, M. L. Savickas, & W. B. Walsh (Eds.), *APA Handbook of Career Intervention: Volume 2, Applications* (pp. 255–268). Washington, DC: American Psychological Association.

Denning, S. (2001). *The springboard: How storytelling ignites action in knowledge-era organizations*. Boston: Butterworth Heinemann.

Dilts, R. B. (2014). A brief history of logical levels. Retrieved from <http://www.nlpu.com/Articles/LevelsSummary.htm>.

Dixon Rayle, A. (2006). Mattering to others: Implications for the counseling relationship. *Journal of Counseling and Development*, 84, 483–487.

Earnshaw, A. R., Amundson, N. E., & Borgen, W. A. (1990). The experience of job insecurity for professional women. *Journal of Employment Counseling*, 27, 2–18.

Egan, G. (1986). *The skilled helper: Models, skills, and methods for effective helping* (3rd Ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

- Elkin, B. (2003). *Simplicity and success: Creating the life you long for*. Victoria, B. C.: Trafford Press.
- Fleming, J., & Ritchie, H. (2002). *Reference coaching: A proactive approach to career enhancement*. Unpublished manuscript. University of British Columbia.
- Foster, R. J. (1978). *Celebration of discipline: The path to spiritual growth*. New York: Harper & Row.
- Friedman, S. (Ed.). (1993). *The new language of change*. New York: The Guilford Press.
- Fritz, R. (1991). *Creating*. New York: Fawcett Columbine.
- Fritz, R. (1989). *The path of least resistance: Learning to become the creative force in your own life*. New York: Columbine.
- Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in organizations: Facts, fictions, and fantasies*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Gati, I. (1986). Making career decisions: A sequential elimination approach. *Journal of Counseling Psychology*, 33, 408–417.
- Geary, J. (2011). *I is an other*. New York: Harper Collins.
- Gelatt, H. B. (1989). Positive uncertainty: A new decision-making framework for counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 33, 252–256.
- Gelatt, H. B. (1991). *Creative decision making*. Los Altos, CA: Crisp Publications.
- Gelso, C. J., & Carter, J. A. (1985). The relationship in counseling and psychotherapy: Components, consequences, and theoretical antecedents. *The Counseling Psychologist*, 13(2), 155–244.
- Gilbert, D. T., & Cooper, J. (1985). Social psychological strategies of self-deception. In M. W. Martin (Ed.), *Self deception and self understanding* (pp. 75–94). Lawrence: University Press of Kansas.
- Gladwell, M. (2000). *The tipping point: How little things can make a big difference*. London: Abacus.
- Goldman, L. (1992). Qualitative assessment: An approach for counselors. *Journal of Counseling and Development*, 70, 616–621.
- Greenberg, L. S., Rice, L. N., & Elliott, R. (1993). *Facilitating emotional change: The moment by moment process*. New York: Guilford Press.
- Greenwood, A., Amundson, N., & Niles, S. (2005). *Career counselling*

work in progress. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Guiffrida, D. A., Jordan, R., Saiz, S., & Barnes, K. L. (2007). The use of metaphor in clinical supervision, *Journal of Counseling & Development*, 85, 393–400.

Gusella, J., Casey, S., & Schurter, M. (2002). Recovery mountain and the stages of change. *Eating Disorders*, 10, 339–343.

Gysbers, N. C., & Moore, E. J. (1987). *Career counseling skills and techniques for practitioners*. Boston: Allyn & Bacon.

Hammer, E. F. (1958). *The clinical application of projective drawing*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Hall, D. T. (1996). Protean careers of the 21st century. *The Academy of Management Executive*, 10, 8–16.

Handy, C. (1994). *The age of paradox*. Boston: Harvard Business School Press.

Hanna, F. J., Bemak, F., & Chung, R. C. (1999). Toward a new paradigm for multicultural counseling, *Journal of Counseling & Development*, 77, 125–134.

Hansen, F. T., & Amundson, N. E. (2009). Residing in silence and wonder: Career counselling from the perspective of ‘Being’. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, March 2009, Volume 9, Issue 1 (pp. 31–43)

Harris, A. H. S., Thoresen, C. E., & Lopez, S. J. (2007). Integrating positive psychology into counseling: Why and (when appropriate) how. *Journal of Counseling & Development*, 85, 3–13.

Herr, E. L. (1997). Perspectives on career guidance and counseling in the 21st century. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 60, 1–15.

Herr, E. L. (1999). *Counseling in a dynamic society: Contexts and practices for the 21st century*. Alexandria, VA: American Counseling Association.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley.

Hodges, B. C., & Videto, D. M. (2005). *Assessment and planning in health programs*. Boston: Jones and Bartlett Publishers.

Holcombe Ehrhart, K., & Ziegert, J. C. (2005). Why are individuals attracted to organizations? *Journal of Management*, 31, 901–919.

Holland, J. (1985). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments (2nd ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Holland, J. (1994). *The self-directed search*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Inkson, K. (2004). Images of career: Nine key metaphors. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 96–111.

Inkson, K., & Amundson, N. E. (2002). Career metaphors and their application in theory and counseling practice. *Journal of Employment Counseling*, 39, 98–108.

Ives, Y. (2008). What is ‘coaching’? An exploration of conflicting paradigms. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 6, 100–113.

Kershaw, C. F. (1980). *An introduction to graphology*. Unpublished paper. Vancouver, B. C.

Krumboltz, J. D. (2015). Practical career counseling applications of the happenstance learning theory. In P. J. Hartung, M. L. Savickas, & W. B. Walsh (Eds.). *APA handbook of career interventions: Volume 2, applications* (pp. 283–291). Washington, DC: American Psychological Association.

Krumboltz, J. D., & Levin, A. S. (2004). *Luck is no accident*. Atascadero, CA: Impact Publishers.

Kwapis, M. (2008). *My life as a kite*. Unpublished paper. University of British Columbia, Vancouver, B. C.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.

Lalande, V., & Magnusson, K. (2007). Measuring the impact of career development services in Canada: Current and preferred practices. *Canadian Journal of Counselling*, 41, 133–145.

Levinson, J. C., & Perry, D. E. (2011). *Guerilla marketing for job hunters 3.0: How to stand out from the crowd and tap into the hidden job market using social media and 999 other tactics today*. Hoboken, N. J.: John Wiley & Sons.

Levy, S. (1950). Figure drawing as a projective test. In L. E. Abt & L. Bellak (Eds.), *Projective psychology*. New York: Grove Press.

Lindzey, G. (1952). The thematic apperception test: Interpretive assumptions and related empirical evidence. *Psychological Bulletin*, 49, 1–25.

Lorenz, E. W. (1993). *The essence of chaos*. Seattle, WA: University of Washington Press.

Lyddon, W. I., Clay, A. L., & Sparks, C. L. (2001). Metaphor and change in counseling. *Journal of Counseling & Development*, 79, 269–274.

Maher, T. (2004). *Guiding circles changing young lives: An update*. Saskatoon, SK: Aboriginal Human Resources Development Council of Canada.

Malchiodi, C. A. (2002). *The soul's palette*. London: Shambhala.

McCormick, R., Amundson, N. E., & Poehnell, G. (2006). *Guiding circles: An Aboriginal guide to finding career paths. Booklet 1: Understanding yourself*. Saskatoon, SK: Aboriginal Human Resource Council of Canada.

McCormick, R. M., & Amundson, N. E. (1997). A career-life planning model for First Nations people. *Journal of Employment Counseling*, 34, 171–179.

Michalko, M. (2011). *Creative thinking: Putting your imagination to work*. Novato, CA: New World Library.

Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *The Academy of Management Journal*, 44, 1102–1122.

Mitchell, K. E., Levin, A. S., & Krumboltz, J. D. (1999). Planned happenstance: Constructing unexpected career opportunities. *Journal of Counseling and Development*, 77, 115–124.

Moses, B. (1997). *Career intelligence*. Toronto: Stoddart. Mossop, C. (1994). Values cards. Toronto: Mossop, Cornelissen Consultants, Inc.

Murad, M., Regehr, R., McLean, B., & Zhu, J. (2015). Sapien stroll exercise for career exploration. Unpublished manuscript, University of British Columbia, Canada.

Murphy, G. (1947). *Personality*. New York: Harper & Row.

Myers, I., & Briggs, K. (1993). *The Myers-Briggs type indicator*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Niles, S. G., Amundson, N.E., & Neault, R.A. (2011). *Career flow: A hope-centered approach to career development*. Boston: Pearson.

Niles, S. G., In, H., & Amundson, N. E. (2014). Using an action oriented hope-centered model of career development. *Journal of Asia Pacific Counseling*, 4, 1–13.

Niles, S. G., Yoon, H. J., Balin, E., & Amundson, N. E. (2010). Using a hope-centered model of career development in challenging times. *Turkish Psychological Counseling & Guidance Journal*, 4, 101–108.

Odell-Miller, H. (2002). One man’s journey and the importance of time in music therapy. In A. Davies & E. Richards (Eds.), *Music therapy and group work* (pp. 63–77). London: Jessica Kingsley.

Parker, H. L. P. (1996). The new career paradigm: An exploration of “intelligent career” behavior among MBA graduates and students. Unpublished master’s thesis, The University of Auckland, New Zealand.

Parker, H. L. P. (2000). Career communities. Unpublished doctoral dissertation. The University of Auckland, New Zealand.

Parsons, F. (1909). *Choosing a vocation*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Patsula, P. (1992). *The assessment component of employment counselling*. Ottawa: Human Resources Development Canada.

Peacock, F. (2001). *Water the flowers not the weeds*. Montreal, Quebec: Open Heart Publishing.

Pearson, J. (Ed.). (1996). *Discovering the self through drama and movement: The sesame approach*. London: Jessica Kingsley.

Peavy, V. (2004). *SocioDynamic counseling: A practical approach to meaning making*. Chagrin Falls, OH: Taos Institute.

Pedersen, P. (1997). *Culture-centered counselling interventions*. London: Sage.

Peruniak, G. S. (2008). The promise of quality of life. *Journal of Employment Counseling*, 45, 50–60.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.

Pistole, M. C. (2003). Dance as a metaphor: Complexities and extensions in psychotherapy. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 40, 232–241.

Plant, P. (1997). Careerist, wage-earner, or entrepreneur: Work values and counseling. *Journal of Employment Counseling*, 34, 165–170.

Plant, P. (1999). Fringe focus: Informal economy and green career development. *Journal of Employment Counseling*, 36, 131–139.

Poehnell, G., & Amundson, N. (2002). CareerCraft: Engaging with, energizing, and empowering creativity. In M. Peiperl, M. Arthur, & N. Anand (Eds.), *Career creativity: Explorations in the remaking of work* (pp. 105-122). Oxford, U.K.: Oxford University Press.

Poehnell, G., & Amundson, N. (2001). *Career crossroads: A personal career positioning system*. Richmond, B.C.: Ergon Communications.

Poehnell, G., Amundson, N., & McCormick, R. (2006). *Guiding Circles: An Aboriginal guide to finding career paths Booklet 2 – Finding new possibilities*. Saskatoon, SK: Aboriginal Human Resource Council of Canada.

Ponterotto, J. G., Rivera, L., & Adachi Seuyoshi, L. (2000). The Career- in-Culture Interview: A semi-structured protocol for the cross-cultural intake interview. *Career Development Quarterly*, 49, 85–96.

Prochaska, J., & DiClemente, C. (1982). Transtheoretical therapy: Towards a more integrative model of change. *Psychotherapy: Theory, research and practice*, 19, 276–288.

Prochaska, J., DiClemente, C., & Norcross, J. (1992). In search of how people change: Applications of addictive behaviors. *American Psychologist*, 47, 1102–1114.

Pryor, R. G. L., Amundson, N. E., & Bright, J. E. H. (2008). Probabilities and possibilities: The strategic counselling implications of the chaos theory of careers. *The Career Development Quarterly*, 56, 309–318.

Pryor, R. G. L., & Bright, J. E. H. (2003). The chaos theory of careers. *Australian Journal of Career Development*, 12, 12–20.

Pryor, R. G. L., & Bright, J. E. H. (2006). Counseling chaos: Techniques for practitioners. *Journal of Employment Counseling*, 43, 2–17.

Pryor, R. G. L., & Bright, J. E. H. (2012). The value of failing in career development: A chaos theory perspective. *The International Journal of Educational and Vocational Guidance*, 12, 67–69.

Pryor, R. G. L., & Bright, J. E. H. (2011). *The chaos theory of careers: A new perspective on working in the twenty-first century*. New York: Routledge.

Quinn, J. B. (1992). *Intelligent enterprise*. New York: The Free Press.

Redekopp, D. E., Day, B., Magnusson, K., & Durnford, C. (1993).

Creating self-portraits. Edmonton, AB: Centre for Career Development Innovation.

Regensteiner, E. (1970). *The art of weaving*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Reid, A. (1996). *Shakedown: How the new economy is changing our lives*. Toronto: Doubleday.

Rico, G. L. (1983). *Writing the natural way*. New York: J. P. Tarcher.

Rogers, C. R. (1951). *Client-centered therapy*. Boston: Houghton-Mifflin.

Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person*. Boston: Houghton-Mifflin.

Rogers, C. R. (1980). *A way of being*. Boston: Houghton-Mifflin.

Rosenberg, M., & McCullough, B. (1981). Mattering: Inferred significance and mental health among adolescents. *Research in Community and Mental Health, 2*, 163–182.

Ross, R. (1992). *Dancing with a ghost: Exploring Indian reality*. Markham, ON: Octopus.

Sampson, J. P., Kolodinsky, R. W., & Greeno, B. P. (1997). Counseling on the information highway: Future possibilities and potential problems. *Journal of Counseling and Development, 75*, 203–212.

Savickas, M. L. (1997). The spirit in career counseling. In D. P. Block, & L. J. Richmond (Eds.), *Connections between spirit of work in career development* (pp. 3–25). Palo Alto, CA: Davies-Black.

Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In S. D. Brown, & R. W. Lent (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (pp. 42–70). Hoboken, N. J.: John Wiley & Sons.

Savickas, M. L. (2015). Career counseling paradigms: Guiding, developing and designing. In P. J. Hartung, M. L. Savickas & W. B. Walsh (Eds.), *APA Handbook of career intervention volume 1: Foundations* (pp. 129–144). Washington, DC: American Psychological Association.

Schein, E. H. (1992). Career anchors and job/role planning: The links between career planning and career development. In D. H. Montross & C. J. Shinkman (Eds.), *Career development: Theory and practice*. Springfield, IL: C. C. Thomas.

Schlossberg, N. K., & Robinson, S. P. (1996). *Going to plan B*. New York: Simon & Schuster.

Schlossberg, N. K., Lassalle, A., & Golec, R. (1988). *The mattering scale for adults in higher education* (6th ed.). College Park, MD: University of Maryland.

Schlossberg, N. K., Lynch, A. Q., & Chickering, A. W. (1989). *Improving higher education environments for adults*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Schon, D. A. (1983). *The reflective practitioner*. New York: Basic Books.

Schutt, D. A. (2007). *A strength-based approach to career development using appreciative inquiry*. Broken Arrow, OK: National Career Development Association.

Schwalbe, M. (2007). *The sociologically examined life*. New York: McGraw Hill.

Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology. *American Psychologist*, 55, 5–14.

Simons, H., & McCormack, B. (2007). Integrating arts-based inquiry in evaluation methodology. *Qualitative Inquiry*, 13, 292–311.

Snyder, R. C. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13, 249–275.

Stober, D., & Grant, A. M. (2006). Toward a contextual approach to coaching models. In Stober, D., and Grant, A. M. (Eds.). *Evidence-Based Coaching Handbook*. New York: Wiley.

Stone, D., & Amundson, N. (1989). Counsellor supervision: An exploratory study of the metaphoric case drawing method of case presentation in a clinical setting. *Canadian Journal of Counselling*, 23, 360–371.

Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. London: Sage.

Super, D. E. (1957). *The psychology of careers: An introduction to vocational development*. New York: Harper.

Super, D. E. (1990). Career and life development. In D. Brown & L. Brooks (Eds.), *Career choice and development: Applying contemporary theories to practice* (2nd ed., pp. 197–261). San Francisco: Jossey-Bass.

Super, D. E., Osborne, W. L., Walsh, D. J., Brown, S. D., & Niles, S. G. (1992). Developmental career assessment and counseling: The C-DAC model. *Journal of Counseling and Development*, 71, 74–82.

- Talmon, M. (1990). *Single-session therapy*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Thorsted, A. C. (2008). Adult play as a cradle for innovation and a new perspective on future work life. Presentation at the Fourth Art of Management and Organization Conference, Banff, Alberta.
- Thrift, E., & Amundson, N. (2005). Hermeneutic-narrative approach to career counselling: An alternative to postmodernism. *Perspectives in Education*, 23, 9–20.
- Tursi, M. M., & Cochran, J. L. (2006). Cognitive-behavioral tasks accomplished in a person-centered relational framework. *Journal of Counseling & Development*, 84, 387–396.
- Vahamottonen, T. (1998). Reframing career counselling in terms of counsellor-client negotiations. Doctoral dissertation, University of Joensuu, Finland.
- Vahamottonen, T., Keskinen, P. A., & Parrila, R. K. (1994). A conceptual framework for developing an activity-based approach to career counselling. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 17, 19–34.
- Vogel, D. L., Wester, S. R., & Larson, L. M. (2007). Avoidance of counseling: Psychological factors that inhibit seeking help. *Journal of Counseling & Development*, 85, 410–423.
- Walter, J. L., & Peller, J. E. (1992). *Becoming solution-focused in brief therapy*. New York: Brunner/Mazel.
- Westwood, M. J. (1994). Developing skills for social-cultural competencies. Unpublished manuscript. UBC, Vancouver.
- Westwood, M. J., & Ishiyama, F. I. (1991). Challenges in counseling immigrant clients: Understanding intercultural barriers to career adjustment. *Journal of Employment Counseling*, 28, 130–143.
- Westwood, M., Amundson, N. E., & Borgen, W. A. (1994). *Starting points: Finding your route to employment*. Ottawa: Human Resources Development Canada.
- White, M., & Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. New York: Norton.
- Whyte, D. (2001). *Crossing the unknown sea: Work as a pilgrimage of identity*. New York: Riverhead Books.
- Wickman, S. A., Daniels, M. H., White, L. J., & Feswmire, S. A. (1999).

A 'primer' in conceptual metaphor for counselors. *Journal of Counseling and Development*, 77, 389–394.

Wurman, R. S. (1989). *Information anxiety*. New York: Doubleday.

Yoon, H. J., In, H., Niles, S. G., Amundson, N. E., Smith, B. A., & Mills, L. (2015). The effects of hope on student engagement, academic performance, and vocational identity. *Canadian Journal of Career Development*, 14, 34–45.

Young, R. E., Becker, A. L., & Pike, K. L. (1970). *Rhetoric: Discovery and change*. New York: Harcourt Brace Jovanovic.

1. PIELIKUMS

Svarīguma noteikšanas anketa,
punktu skaitīšana un rezultātu interpretēšana

Svarīguma noteikšanas anketa

Dr. Normens Amundsons

Britu Kolumbijas Universitāte

© 1993

Šī anketa ļauj novērtēt to, kā jūs uztverat savas attiecības ar citiem. Lūdzu, iedomājieties konkrētu cilvēku un atbildiet uz jautājumiem par jūsu attiecībām! Īpaša vērība tiks pievērsta tam, cik lielā mērā jūs šajās attiecībās jūtaties nozīmīgs jeb svarīgs. Rūpīgi apdomājiet katru jautājumu un izvēlieties ciparu, kurš VISPRECĪZĀK atspoguļo to, cik bieži minētais notiek jūsu ATTIECĪBĀS. Izmantojiet šādu PIECU PUNKTU SKALU: 1 = ļoti reti; 2 = reti; 3 = dažreiz; 4 = bieži; 5 = ļoti bieži.

Situācija. Norādiet cilvēku, attiecības ar kuru jūs vērtēsiet.

Apvelciet to ciparu, kurš VISPRECĪZĀK raksturo minētās reakcijas biežumu:

1 = ļoti reti; 2 = reti; 3 = dažreiz; 4 = bieži; 5 = ļoti bieži.

Piemēri. Viņš/viņa...

a) ņem vērā manas jūtas 1 2 3 4 5

Ja uzskatāt, ka tas attiecas uz jūsu pieredzi un šis cilvēks parasti ŅEM vērā jūsu JŪTAS, apvelciet ciparu „4” vai „5”. Savukārt, ja domājat, ka viņš/viņa NENĒM vērā jūsu JŪTAS, apvelciet „1” vai „2”.

b) izturas pret mani kā pret lietu 1 2 3 4 5

Ja uzskatāt, ka tas attiecas uz jūsu pieredzi un šis cilvēks parasti IZTURAS pret jums kā pret lietu, apvelciet ciparu „4” vai „5”. Savukārt, ja tas tā NAV, apvelciet „1” vai „2”.

Viņš/viņa...		Loti reti	Reti	Dāžreiz	Bieži	Loti bieži
A	ņem vērā manas jūtas	1	2	3	4	5
B	izturas pret mani kā pret lietu	1	2	3	4	5
C	sasveicinās tā, ka jūtos nenozīmīgs/-a	1	2	3	4	5
D	gaida no manis idejas	1	2	3	4	5
E	īpaši neinteresējas par manu izaugsmi	1	2	3	4	5
F	ir vienaldzīgs/-a pret manu ieguldījumu	1	2	3	4	5
G	sniedz atbalstu manu mērķu sasniegšanā	1	2	3	4	5
H	neklausās tajā, ko saku	1	2	3	4	5
I	palīdz man justies labi	1	2	3	4	5
J	nepaļaujas uz manu līdzdalību	1	2	3	4	5
K	ņem vērā, ko es vēlos darīt	1	2	3	4	5
L	pamana to, kā es jūtos	1	2	3	4	5
M	paļaujas uz manu atbalstu	1	2	3	4	5
N	vienaldzīgi attiecas pret manu labsajūtu	1	2	3	4	5
O	nav ieinteresēts/-a uz klausīt manus nākotnes plānus	1	2	3	4	5
P	tic man	1	2	3	4	5
Q	interesēsies par mani, pat ja mūsu ceļi šķirsies	1	2	3	4	5
R	nepiepūlas, lai es justos gaidīts/-a	1	2	3	4	5
S	nenovērtē manus sasniegumus	1	2	3	4	5

T	seko līdzī manām gaitām	1	2	3	4	5
U	pievērš man uzmanību, kad ienāku telpā	1	2	3	4	5
V	ir pieņēmis/-usi maz manu ierosinājumu	1	2	3	4	5
W	konsultējas ar mani pirms tādu lēmumu pieņemšanas, kuri mani ietekmē	1	2	3	4	5
X	nav ieinteresēts/-a manās gaitās	1	2	3	4	5

Svarīguma noteikšanas anketas punktu skaitīšana

Dr. Normens Amundsons

Britu Kolumbijas Universitāte

© 1993

Punktu skaitīšana

Svarīguma noteikšanas anketu var sadalīt četrās daļās — pa sešiem elementiem katrā. Daļas ir šādas.

Uzmanība — sajūta, ka otrs cilvēks jūs pamana vai interesējas par jums.

Nozīmīgums — otra cilvēka interese par to, ko jūs vēlaties, domājat un darāt.

Uzticamība — sajūta, ka dodat savu ieguldījumu un otrs rēķinās ar jūsu dalību.

Ego paplašinājums — uzskats, ka otram interesē jūsu panākumi un neveiksmes un viņš aktīvi seko līdzi jūsu gaitām.

Puse no anketas apgalvojumiem ir formulēti pozitīvi (piem., ņem vērā manas jūtas), bet otra puse — negatīvi (piem., izturas pret mani kā pret lietu). Lai iegūtu galīgo rezultātu, negatīvi formulēto apgalvojumu vērtējums ir jāapvērš: 5 kļūst par 1; 4 kļūst par 2; 3 paliek 3; 2 kļūst par 4; 1 kļūst par 5. Izrēķiniet rezultātu visās anketas daļās, kur nepieciešams, vērtējumu apvēršot!

Piemērs

Uzmanība

Apgalvojums	Vērtējums		Rezultāts
(I)	5	paliek	5
(L)	4	paliek	4
(U)	3	paliek	3
(B)	4	jāapvērs	2
(C)	3	jāapvērs	3
(R)	1	jāapvērs	5
			Kopā: 22

Punktu skaitīšana

Uzmanība

Apgalvojums	Vērtējums		Rezultāts
(I)		paliek	
(L)		paliek	
(U)		paliek	
(B)		jāapvērs	
(C)		jāapvērs	
(R)		jāapvērs	
			Kopā:

Nozīmīgums

Apgalvojums	Vērtējums		Rezultāts
(A)		paliek	
(G)		paliek	
(K)		paliek	
(H)		jāapvērs	
(N)		jāapvērs	
(S)		jāapvērs	
			Kopā:

Uzticamība

Apgalvojums	Vērtējums		Rezultāts
(D)		paliek	
(M)		paliek	
(W)		paliek	
(F)		jāapvērs	
(I)		jāapvērs	
(V)		jāapvērs	
			Kopā:

Ego paplašinājums

Apgalvojums	Vērtējums		Rezultāts
(P)		paliek	
(Q)		paliek	
(T)		paliek	
(E)		jāapvērs	
(O)		jāapvērs	
(X)		jāapvērs	
			Kopā:

Kopējais rezultāts

Uzmanība _____

Nozīmīgums _____

Uzticamība _____

Ego paplašinājums _____

Kopā: _____

Svarīguma noteikšanas anketas rezultātu interpretēšana

Dr. Normens Amundsons

Britu Kolumbijas Universitāte

© 1993

Lai izprastu svarīguma anketā iegūto informāciju, ir rūpīgi jāizpēta anketas daļas (uzmanība, nozīmīgums, uzticamība, ego paplašinājums) un tajās paustie apgalvojumi. Galveno informāciju var sniegt kopējais rezultāts, bet daudzos gadījumos ir nepieciešama padziļināta analīze. Tālāk ir parādītas anketas daļas un tajās ietvertie izteikumi.

UZMANĪBA: sajūta, ka otrs cilvēks jūs pamana vai interesējas par jums.

Pozitīvais

- (I) palīdz man justies labi
- (L) pamana to, kā es jūtos
- (U) pievērš man uzmanību, kad ienāku telpā

Negatīvais

- (B) izturas pret mani kā pret lietu
- (C) sasveicinās tā, ka jūtos nenozīmīgs/-a
- (R) nepiepūlas, lai es justos gaidīts/-a

NOZĪMĪGUMS: otra cilvēka interese par to, ko jūs vēlaties, domājat un darāt.

Pozitīvais

- (A) ņem vērā manas jūtas
- (G) sniedz atbalstu manu mērķu sasniegšanā
- (K) ņem vērā, ko es vēlos darīt

Negatīvais

- (H) neklausās tajā, ko saku
- (N) vienaldzīgi attiecas pret manu labsajūtu
- (S) nenovērtē manus sasniegumus

UZTICAMĪBA: sajūta, ka dodat savu ieguldījumu un otrs rēķinās ar jūsu dalību.

Pozitīvais

- (D) gaida no manis idejas
- (M) paļaujas uz manu atbalstu
- (W) konsultējas ar mani pirms tādu lēmumu pieņemšanas, kuri mani ietekmē

Negatīvais

- (F) ir vienaldzīgs/-a pret manu ieguldījumu
- (J) nepaļaujas uz manu līdzdalību
- (V) ir pieņēmis/-usi maz manu ierosinājumu

EGO PAPLAŠINĀJUMS: uzskats, ka otram interesē jūsu panākumi un neveiksmes un viņš aktīvi seko līdzī jūsu gaitām.

Pozitīvais

(P) tic man

(Q) interesēsies par mani, pat ja mūsu ceļi šķirsies

(T) seko līdzī manām gaitām

Negatīvais

(E) īpaši neinteresējas par manu izaugsmi

(O) nav ieinteresēts/-a uzklaut manus nākotnes plānus

(X) nav ieinteresēts/-a manās gaitās

Analizējot katru anketas daļu un tajās paustos apgalvojumus, padomājiet, kādas ir tās situācijas, kuras nosaka vai nu lielu, vai mazu punktu skaitu. Kādi apstākļi ietekmē to, vai jūtaties svarīgs?

Atkarībā no anketēšanas apstākļiem jums var būt iespēja salīdzināt savus rezultātus ar citu rezultātiem. Šādā gadījumā jāatceras, ka attiecībā uz svarīguma sajūtu nav pareizā vai nepareizā viedokļa. Te interesanti ir tas, kā jūsu uztvere atšķiras vai līdzinās citu uztverei.

Iespējams, galvenais, ko paturēt prātā, domājot par šo anketu, ir tas, ka jūsu pašvērtība un svarīguma izjūta nav atkarīga no citu cilvēku skatījuma. Jūs esat svarīgs un nozīmīgs cilvēks neatkarīgi no tā, kā pret jums attiecas apkārtējie, tomēr situācijās, kad nejūtat pozitīvu, svarīgumu apliecināšanu, šādu skatījumu saglabāt nav viegli. Šādi gadījumi prasa papildu enerģiju, un tas var pamazām sagraut jūsu pašcieņu un pašpārliecinātību. Tā kā svarīguma neizjūšanai ilgtermiņā var būt nelabvēlīga ietekme, ir vai nu jāmaina attiecību svarīguma raksturs, vai arī šī situācija jāpamet un jāmeklē svarīgumu vairāk apliecināša vide.

Ķeroties pie attiecību svarīguma rakstura mainīšanas, ir jāatceras, ka svarīgums ir abpusējs, tāpēc svarīgumu labāk apliecinošu attieksmi no citiem var panākt, izmainot pašam savu attieksmi pret viņiem. Cik ļoti jūs cenšaties, izpaužaties un izrādāt iniciatīvu, kas citiem ļautu pamanīt jūsu klātbūtni? Daudzi klusi guļ kā pērles gliemenē un gaida, kad viņus atradīs. Šāda pasivitāte tiek pamatota ar uzskatu, ka, lai padarītu sevi redzamu, būtu jāpielien un tas grautu cilvēka pašcieņu. Šis stereotips būtu jāpārskata, paraugoties uz to no cita skatpunkta. Panākt, lai citi tevi redz, mūsdienu straujajā pasaulē jau ir nepieciešamība. Iemācoties sevi parādīt godīgi un patiesi, var panākt, ka svarīgums attieksmē pret jums palielinās. Pamanāmību var sekmēt arī iniciatīvas izrādīšana un sadarbšanās, sazinoties un kopīgojot informāciju ar draugiem, kolēģiem vai vadītājiem.

Vēl šādu situāciju var risināt, padomājot, kā jūs citiem izrādāt to, ka viņi ir svarīgi. Vai jūs ievērojat zelta likumu un „izturaties pret citiem tā, kā gribētu, lai viņi izturas pret jums”? Jūsu empātijas dāsnums un citu ieguldījuma novērtēšana uzlabos jūsu jutību, un bieži jūs atpakaļ saņemsiet tādu pašu attieksmi. Bez nosacījumiem dodot un palīdzot citiem, jūs varat atrast pamatu pats savai svarīguma sajūtai.

Kā jau minēts, svarīgumu attiecībās ne vienmēr var mainīt. Ja esat patiesi centies, tomēr attiecības nemainās, iespējams, ka jums vajadzētu atrast citas attiecības, kurās jūs varētu saņemt vēlamo attieksmi. Minimālu saziņu vai šķiršanos šādā gadījumā nevajadzētu uzskatīt par neveiksmi, jo svarīgums ir atkarīgs no abu pušu iesaistīšanās un mijiedarbības. Aizejot nevajadzētu nodedzināt aiz sevis visus tiltus; labāk palikt atvērtiem iespējai attiecības atjaunot, ja nu situācija tomēr mainās.

2. PIELIKUMS

Kompetences vērtēšanas kontrolsaraksts

Kompetences vērtēšanas kontrolsaraksts

Novērtēt savu kompetenci ir diezgan grūti. Lai to atvieglotu, ir izveidots kompetences vērtēšanas kontrolsaraksts. Aplūkojot tā punktus, pārdomājiet konkrētu savas kompetences jomu. Piemēram, pirmais punkts ir saistīts ar ieklausīšanos pirms sava viedokļa paušanas. Var izrādīties, ka, runājot ar cilvēkiem individuāli, jūs tā darāt, bet, atrodoties grupā, tas tik labi neizdodas (vai otrādi). Dažādiem kompetences aspektiem būs atšķirīgs vērtējums.

Lai novērtētu savu kompetences līmeni, izmantojiet tālāk redzamos 40 apgalvojumus un šo skalu.

- 5 — izcili
- 4 — labi
- 3 — apmierinoši
- 2 — nepieciešami uzlabojumi
- 1 — neapmierinoši

	Vērtējums	
1.		ieklausos, pirms paužu savu viedokli
2.		apzinos un skaidri paužu savus mērķus
3.		domāju pozitīvi un esmu gatavs riskēt
4.		respektēju citus
5.		izmantoju laiku lietderīgi un produktīvi
6.		pieņemu konstruktīvu kritiku un no tās mācos
7.		kritiski izvērtēju informāciju
8.		apsveru visus jautājuma aspektus
9.		informēju vadītājus par vajadzībām
10.		veidoju pozitīvas attiecības ar citiem visās jomās

11.		deleģēju uzdevumus, kad situācija to prasa
12.		uztveru jaunas situācijas bez nepamatotām bažām
13.		rakstot skaidri paužu idejas
14.		sākot projektus, izrādu iniciatīvu
15.		efektīvi tieku galā ar pārmaiņām
16.		sekoju līdzī jaunākajai informācijai būtiskākajās jomās
17.		labi izprotu pamatjēdzienus un specifiskus faktus
18.		konfliktsituācijās saglabāju paškontroli
19.		spēju rast radošus risinājumus sarežģītām problēmām
20.		darbojos saskaņā ar ilgtermiņa plānu
21.		nepieciešamo informāciju meklēju visdažādākajos avotos
22.		uzdevumus veicu efektīvi
23.		esmu gatavs uzņemties vadišanu
24.		lai pārvarētu šķēršļus un sasniegtu mērķus, izmantoju zināšanas par sistēmu
25.		papildinformāciju iegūstu ātri un efektīvi
26.		ceļā uz mērķi esmu motivēts un neatlaidīgs
27.		atbalstu un uzmundrinu citus
28.		mani neverbālie žesti atbilst teiktajam
29.		izdaru argumentētus spriedumus, balstoties uz jautājumu izpratni
30.		manā rīcībā izpaužas pozitīvs paštēls
31.		skaidri paužu idejas grupas priekšā
32.		apvienoju personiskos mērķus un dzīvesstilu ar savu darbu vai izglītību
33.		kritiski pārdomāju savu sniegumu un ieviešu atbilstošas izmaiņas
34.		izstrādāju efektīvus rīcības plānus
35.		spēju pielāgoties organizatoriskām pārmaiņām
36.		efektīvi strādāju ar jaunu informāciju
37.		uzlaboju savu sniegumu, gūstot pieredzi, pārbaudot un novērojot

38.		iestādes vadlīnijas īstenoju elastīgi
39.		citiem sniedzu konstruktīvas un pozitīvas atsauksmes
40.		apzinos un protu izmantot savas stiprās puses

Punktu skaitīšana

Četrdesmit ar kompetenci saistītos punktus var sadalīt astoņās grupās. Tālāk redzams piedāvātais iedalījums. Ierakstiet katra punkta vērtējumu un izrēķiniet kopējo punktu skaitu katrā grupā!

A. Mērķis	B. Problēmu risināšana	C. Saziņas prasmes
2.	8.	1.
14.	19.	13.
20.	21.	18.
26.	29.	28.
32.	34.	31.
Kopā:	Kopā:	Kopā:
D. Teorētiskās zināšanas	E. Praktiskās zināšanas	F. Organizatoriskā pielāgošanās spēja
7.	5	6.
16.	15.	9.
17.	22.	24.
25.	33.	35.
36.	37.	38.
Kopā:	Kopā:	Kopā:
G. Cilvēciskās attiecības	H. Pašpārliecinātība	
4.	3.	
10.	12.	
11.	23.	
27.	30.	
39.	40.	
Kopā:	Kopā:	

3. PIELIKUMS

Darbavietas pievilcības faktori: testi

N. Amundsons

M. Korbjērs

V. Neduha

Darbavietas pievilcības faktori

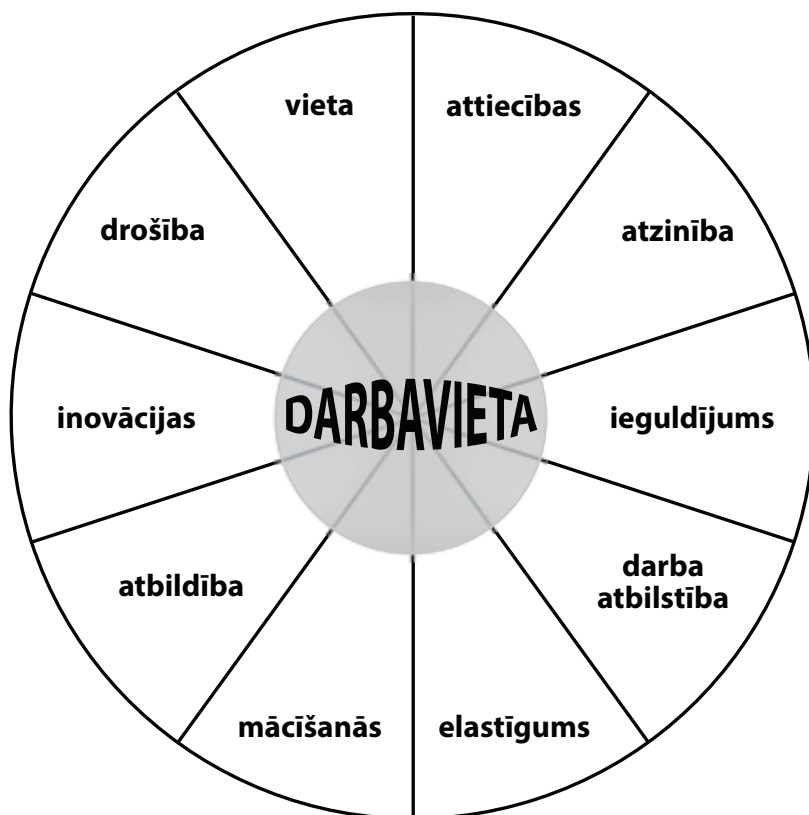
Kas ir darbavietas pievilcības faktori

Kas jūs piesaista noteiktā darbā vai profesijā? Izdarot karjeras izvēli, cilvēkus ietekmē daudzi faktori. Daži no mums meklē drošības sajūtu, citi — lielāku atbildību. Normens Amundsons (*Amundson, 2007*) ir izpētījis vairākus faktorus, ko cilvēki izvērtē, pieņemot karjeras lēmumus, un ir noteicis darbavietas pievilcības faktorus, kas ietekmē karjeras izvēli.

Darbavietas pievilcības faktoru modelis ļauj noteikt, kādi ir jums svarīgākie darbavietas faktori un kā tie ir ietekmējuši jūsu karjeras izvēli. Skaidra izpratne par savu attieksmi pret darbu, motīviem un vērtībām, kā arī priekšstats par saviem talantiem jums palīdzēs plānot darba dzīvi un pieņemt karjeras lēmumus.

Darbavietas pievilcības faktoru salīdzinošais svarīgums laika gaitā var mainīties. Mēs pilnveidojamies, analizējam pieredzi, piedzīvojam dažādus notikumus, tāpēc mūsu prioritātes mainās, un tas var ietekmēt arī darbavietas pievilcības faktoru relatīvo nozīmīgumu mūsu acīs.

Saskaņā ar šo modeli būtisku lomu karjeras lēmumu pieņemšanā spēlē desmit darbavietas pievilcības faktori: drošība, vieta, attiecības, atzinība, ieguldījums, darba atbilstība, elastīgums, mācīšanās, atbildība un inovācijas. Izpratne par šiem mainīgajiem faktoriem un spēja tos izmantot ir svarīga karjeras attīstīšanas prasme.



Savu darbavietas pievilcības faktoru noteikšana

Tālāk redzamais tests palīdzēs noteikt, kuri darbavietas pievilcības faktori jums ir svarīgākie. Izpildiet šo testu un pārrunājiet rezultātus ar savu vadītāju vai uzticamu draugu, lai saprastu, kā šis materiāls var palīdzēt karjeras plānošanā.

Darbavietas pievilcības faktoru tests

Kas jūs piesaista noteiktām darbavietām? Pārdomājiet tālāk minētos apgalvojumus, lai saprastu, kas jums ir svarīgi, izvēloties darbavietu.

Lūdzu, norādiet, cik svarīgs jūsu dzīvē ir katrs apgalvojums, apvelkot atbilstošāko ciparu skalā no 1 = „nemaz nav svarīgi” līdz 7 = „ļoti svarīgi”. Atbildiet, vadoties pēc pašreizējiem uzskatiem, nevis pēc pagātnes nostājas vai paredzamā (nākotnes) svarīguma.

Lūdzu, novērtējiet visus apgalvojumus. Paldies!

1	2	3	4	5	6	7
Nemaz nav svarīgi			Vidēji svarīgi			Ļoti svarīgi

Cik jums ir svarīgi	Nemaz			Vidēji			Ļoti
1. Strādāt komfortablā un patīkamā vidē	1	2	3	4	5	6	7
2. Saņemt darbā atbilstošu sākotnējo apmācību	1	2	3	4	5	6	7
3. Veikt darbu, kas atbilst jūsu pašreizējām prasmēm un talantiem	1	2	3	4	5	6	7
4. Uzturēt patīkamas un gandarījuma pilnas attiecības ar klientiem	1	2	3	4	5	6	7
5. Ilgi strādāt stabilā darbavietā	1	2	3	4	5	6	7
6. Saņemt netiešu atzinību (piem., strādāt uzņēmumā ar labu reputāciju)	1	2	3	4	5	6	7
7. Veikt darbu, kas dod būtisku labumu sabiedrībai	1	2	3	4	5	6	7
8. Saņemt fiksētu algu (neatkarīgi no paveiktā)	1	2	3	4	5	6	7
9. Gūt iespēju uzņemties lielāku atbildību	1	2	3	4	5	6	7

Cik jums ir svarīgi	Nemaz			Vidēji			Ļoti
10. Būtiski un pozitīvi ietekmēt citus, veicot savu darbu	1	2	3	4	5	6	7
11. Darbā izmantot radošas problēmu risināšanas prasmes	1	2	3	4	5	6	7
12. Darbā justies fiziski droši (piem., ēkas vai vietas drošība)	1	2	3	4	5	6	7
13. Uzturēt ar supervizoriem/vadītājiem patīkamas attiecības, kas sniedz atbalstu un gandarījumu	1	2	3	4	5	6	7
14. Dzīvot tuvu darbavietai (t. i., attālums)	1	2	3	4	5	6	7
15. Strādāt darbu, kurā ir elastīgs (piem., nenoteikts) darbalaiks	1	2	3	4	5	6	7
16. Darba procesā pastāvīgi apgūt jaunas prasmes	1	2	3	4	5	6	7
17. Patstāvīgi pieņemt ar darbu saistītus lēmumus	1	2	3	4	5	6	7
18. Baudīt/iegūt supervizoru un kolēģu cieņu	1	2	3	4	5	6	7
19. Veikt darbu, kas ir elastīgs vietas ziņā (piem., iespēja strādāt no mājām)	1	2	3	4	5	6	7
20. Strādāt darbu, kas saskan ar jūsu interesēm	1	2	3	4	5	6	7
21. Izmantot/radīt jaunas pieejas darbam un darbavietai	1	2	3	4	5	6	7
22. Izmantot labu bonusu sistēmu (piem., medicīnas pakalpojumi, zobārsta pakalpojumi, atvaļinājums, apmaksāta slimības lapa)	1	2	3	4	5	6	7
23. Izbaudīt darbā jautrību un gūt prieku no sava darba	1	2	3	4	5	6	7
24. Veikt darbu, kas atrodas tuvu kādai jums svarīgai vietai (piem., parkam, iepirkšanās centram, aktīvās atpūtas centram)	1	2	3	4	5	6	7
25. Darīt darbu, kas sekmē jūsu kopienas cilvēku labklājību	1	2	3	4	5	6	7
26. Strādāt darbu, kas piedāvā profesionālās pilnveides iespējas	1	2	3	4	5	6	7
27. Veikt darbu, kas saskan ar jūsu personīgajām vērtībām	1	2	3	4	5	6	7

Cik jums ir svarīgi	Nemaz			Vidēji			Ļoti
28. Ar savu darbu radīt kaut ko jaunu un oriģinālu	1	2	3	4	5	6	7
29. Strādāt amatā, kas ļauj savienot personiskās un profesionālās dzīves vajadzības	1	2	3	4	5	6	7
30. Strādāt uzņēmumā, kurā ir noteikta, jums patīkama, darba kultūra (piem., sociālā gaisotne, dinamika)	1	2	3	4	5	6	7
31. Saņemt tiešu atzinību (piem., uzslava, algas pielikums, atzinības raksts, paaugstinājums)	1	2	3	4	5	6	7
32. Veikt darbu, kas rada paliekošu ieguldījumu jeb atstāj mantojumu	1	2	3	4	5	6	7
33. Darbā gūt personiskās izaugsmes iespējas	1	2	3	4	5	6	7
34. Ieņemt amatu, kas ļauj jums ietekmēt citus	1	2	3	4	5	6	7
35. Viegli nokļūt darbā un atpakaļ (t. i., transports)	1	2	3	4	5	6	7
36. Uzturēt ar kolēģiem patīkamas, atbalstošas un gandarījumu sniedošas attiecības	1	2	3	4	5	6	7
37. Darbā iesaistīties jaunās un rosinošās aktivitātēs	1	2	3	4	5	6	7
38. Definēt sava darba redzējumu un to īstenot	1	2	3	4	5	6	7
39. Ieņemt sabiedrībā cienītu amatu	1	2	3	4	5	6	7
40. Vadīt grupas projektu	1	2	3	4	5	6	7

Darbavietas pievilcības faktoru klasificēšana

Katrs apgalvojums attiecas uz noteiktu darbavietas pievilcības faktoru. Tālāk redzamā punktu skaitīšanas tabula palīdzēs noteikt, kuri no tiem jums ir vissvarīgākie.

Pirmais solis. Katrs apgalvojums attiecas uz noteiktu darbavietas pievilcības faktoru. Atrodiet katram apgalvojumam doto vērtējumu un ierakstiet to tālāk redzamajā tabulā!

Otrais solis. Aprēķiniet un ierakstiet tabulā katra darbavietas pievilcības faktora vērtējuma kopsummu!

Pievilcības faktors	Drošība		Vieta		Attiecības		Atzinība		Ieguldījums	
	5.		1.		4.		6.		7.	
	8.		14.		13.		18.		10.	
	12.		24.		30.		31.		25.	
	22.		35.		36.		39.		32.	
Kopā:										

Pievilcības faktors	Darba atbilstība		Elastīgums		Mācīšanās		Atbildība		Inovācijas	
	3.		15.		2.		9.		11.	
	20.		19.		16.		17.		21.	
	23.		26.		33.		34.		28.	
	27.		29.		37.		40.		38.	
Kopā:										

Trešais solis. Nosakiet, kuru faktoru vērtējums ir visaugstākais! Šie darbavietas pievilcības faktori jums ir vissvarīgākie.

Ceturtais solis. Izlasiet visu faktoru definīcijas (sk. nākamo lappusi) un atbildiet uz tālāk minētajiem jautājumiem!

Kuri trīs faktori ir absolūti nepieciešami jūsu darbam?

- 1.
- 2.
- 3.

Kuri trīs faktori jūsu darbam ir vismazāk svarīgi (t. i., ja nepieciešams, jūs no tiem būtu gatavs atteikties)?

- 1.
- 2.
- 3.

Piektais solis. Pārdomājiet šādus jautājumus!

- Kā šī informācija saskan ar jūsu pašreizējo lomu un karjeras plāniem?
- Vai šie darbavietas pievilcības faktori jums vienmēr ir bijuši svarīgi?
- Kuri darbavietas pievilcības faktori, jūsuprāt, jums būs vissvarīgākie nākotnē?

Desmit darbavietas pievilcības faktori

Tālāk varat iepazīties ar katra darbavietas pievilcības faktora definīciju. Rūpīgi tās izlasiet un padomājiet, kā tas attiecas uz jums!

Drošība

Drošība un stabilitāte ir svarīgas; tas attiecas gan uz finansiālo un fizisko drošību, gan uz darbavietas stabilitāti. Noteikta finansiālā drošība ir vajadzīga katram, bet dažiem cilvēkiem, izvēloties karjeru vai lomu, šis ir viens no būtiskākajiem faktoriem.

Vieta

Daži cilvēki ir gatavi veikt noteiktu attālumu, lai nokļūtu darbā, bet citiem ir svarīgi, lai darbs atrastos tuvu mājām, ģimenei, bērnudārzam vai skolai, draugiem vai veikaliem. Apsverot iespējamo karjeru vai lomu, šie cilvēki par svarīgāko uzskatīs vietas faktoru.

Attiecības

Nosakot darbavietas pievilcību, starppersoniskās attiecības ir būtiskas. Dažiem cilvēkiem attiecības ar kolēģiem, supervizoriem, vadītājiem, dalībniekiem vai klientiem ir viens no svarīgākajiem profesijas vai darba izvēles aspektiem.

Atzinība

Mums kā sociālām būtnēm ir nepieciešamība tikt novērtētiem, saņemt atzinību un apzināties, ka mūsu darbs ir svarīgs. Bez tiešām atzinības izpaušmēm ir arī netieša atzinība, piemēram, citu cilvēku attieksme, ko nosaka mūsu darbs uzņēmumā ar labu reputāciju.

Ieguldījums

Daudziem cilvēkiem ir svarīgi, lai viņi veiktu nozīmīgu darbu, kas ir ētisks, jēgpilns un pasaulei noderīgs. Šī mērķa izjūta vairo enerģiju un entuziasmu par veicamo darbu.

Darba atbilstība

Darba piemērotība indivīda prasmēm, interesēm un vērtībām var lielā mērā ietekmēt apmierinātību ar darbu.

Elastīgums

Dažiem cilvēkiem darba elastīgums ir būtisks pievilcības faktors. Elastīgums ietver iespēju panākt darba un personiskās dzīves līdzsvaru, elastīgu darbalaiku, iespēju apvienot darbu ar bērna aprūpi, saņemt atvaļinājumu, īstenot profesionālo pilnveidi un izmantot individualizētu bonusu sistēmu.

Mācīšanās

Pastāvīga iespēja mācīties, iesaistoties izaicinošu uzdevumu veikšanā, var gan motivēt, gan piesaistīt. Dažiem cilvēkiem ir izteikta vajadzība pēc intelektuāla stimula un nemitīgas prasmju pilnveides.

Atbildība

Vairumam cilvēku patīk, ka viņiem uztic projektu, kuru īstenojot viņi var patstāvīgi pieņemt lēmumus. Dažus lielāka atbildība motivē, un viņi cenšas pabeigt darbu ar minimālu iejaukšanos no malas.

Inovācijas

Daudzi cilvēki vēlas iesaistīties aktivitātēs, kurās viņi rada kaut ko jaunu. Ir cilvēki, kuriem iespēja risināt sarežģītas problēmas un demonstrēt novatorismu un radošumu ir viens no svarīgākajiem faktoriem.

Darbavietas pievilcības faktoru diagramma

Tālāk sniegtas definīcijas, kas nepieciešamas, lai aizpildītu diagrammu. Lūdzu, rūpīgi tās izlasiet un tad izlasiet instrukciju par diagrammas aizpildīšanu.

Drošība

Finansiālā drošība, piemēram, alga un pabalsti, kā arī darbavietas stabilitāte un fiziskā drošība.

Vieta

Darbavietas atrašanās vieta, darba vide, ērta nokļūšana uz darbu un atpakaļ, kā arī atrašanās tuvu svarīgiem cilvēkiem vai vietām.

Attiecības

Starppersoniskās attiecības ar kolēģiem, vadītājiem vai supervizoriem, klientiem vai pircējiem.

Atzinība

Vai nu tieša atzinība, piemēram, uzslava, algas pielikums, atzinības raksts un citi labumi, vai netieša atzinība, piemēram, darbs uzņēmumā ar labu reputāciju.

Ieguldījums

Ieguldījuma sajūtu rada darbs, kas ir ētisks un kam ir jēga un nolūks, kā arī darbs, kas ir nozīmīgs pasaulei vai sabiedrībai.

Darba atbilstība

Darba piemērotība cilvēka prasmēm, interesēm, personībai un vērtībām.

Elastīgums

Elastīgs darbalaiks, individualizēta bonusu sistēma, iespēja izmantot atvaļinājumu un brīvas dienas, iespēja strādāt no mājām.

Mācīšanās

Darbs un darba vide, kas piedāvā izaicinājumus, veicina profesionālo un personisko pilnveidi un izaugsmi.

Atbildība

Patstāvība un pilnvaras, veicot darba uzdevumus, iespēja ietekmēt citus, izmantot vadīšanas prasmes, iespēja uzņemties papildu pienākumus un/vai tikt paaugstinātam amatā.

Inovācijas

Iespēja variēt, būt neatkarīgam un izveidot kaut ko jaunu. Radošuma izmantošana, redzējuma veidošana, novatorisms.

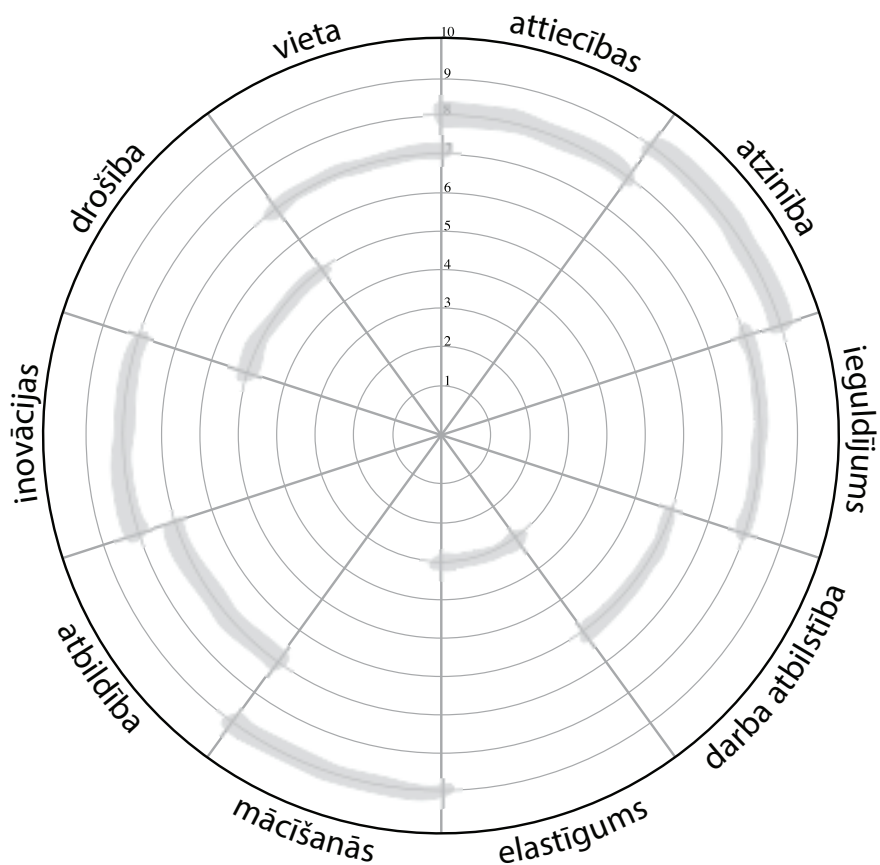
Instrukcija

Kad definīcijas ir izlasītas, lūdzu, norādiet katras kategorijas **relatīvo svarīgumu** salīdzinājumā ar citām diagrammā redzamajām kategorijām, uzvelkot līniju katrā sektorā skalā no 1 līdz 10, kur **10 ir vissvarīgākais**, bet **1 — vismazāk svarīgais** (sk. piemēru nākamajā lappusē).

Lūdzu, atbildiet, vadoties pēc tā, kā jūs šo kategoriju svarīgumu uztverat šobrīd.

Paturiet prātā, ka kategorijas ir jāvērtē **attiecībā pret** visām pārējām kategorijām. Dažas kategorijas drīkst būt novērtētas vienādi.

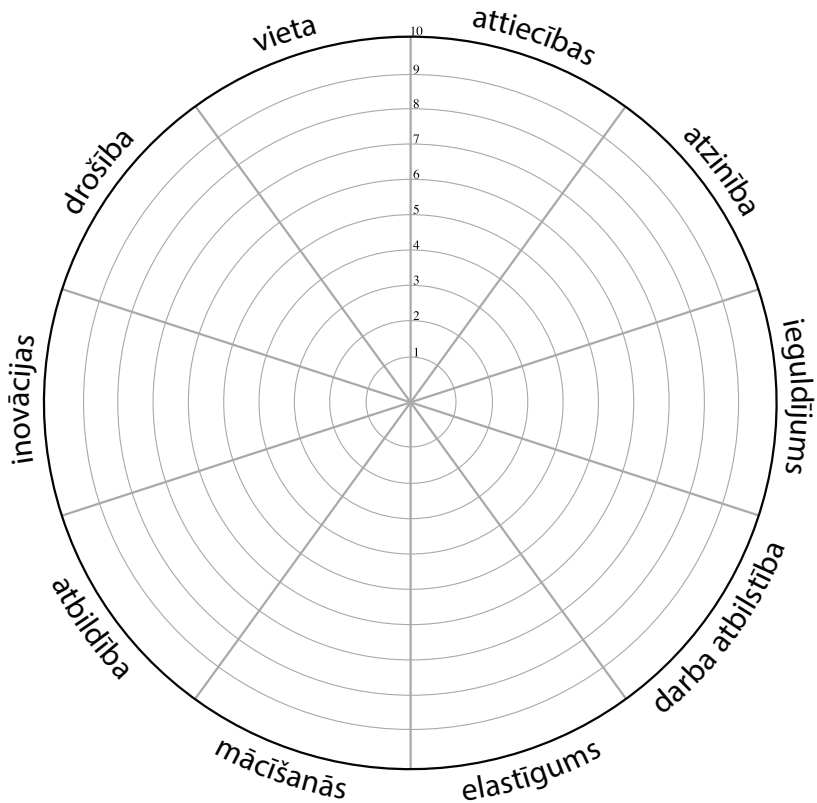
Diagrammas paraugs



Pāršķiriet nākamo lappusi un aizpildiet diagrammu.

Mana darbavietas pievilcības faktoru diagramma

Lūdzu, norādiet katras kategorijas **relatīvo svarīgumu** (salīdzinājumā ar citām diagrammā redzamajām kategorijām), **uzvelkot līniju** katrā sektora skalā no 1 līdz 10, kur **10 ir vissvarīgākais**, bet **1 — vismazāk svarīgais**.



Mani darbavietas pievilcības faktori

A daļa

Lūdzu, izvēlieties trīs vissvarīgākās kategorijas, kuras ir **absolūti nepieciešamas** jūsu darbam!

1. _____

2. _____

3. _____

B daļa

Lūdzu, izvēlieties trīs kategorijas, kuras jūs uzskatāt par **vismazāk svarīgām** jūsu darbam (t. i., ja nepieciešams, jūs būtu gatavs no tām atteikties)!

1. _____

2. _____

3. _____

4. PIELIKUMS

Ar mākslu saistītā vērtēšana

Ar mākslu saistītā vērtēšana

Robērs Boduēns un Braiens Hīberts (*Baudouin & Hiebert, 2007*) stingri uzsver: lai sekmētu konsultēšanas programmu un procesu efektivitāti, ir vajadzīga vērtēšana. Apsekojums par šo tēmu liecina, ka aģentūras, speciālisti, politikas veidotāji un darba devēji kopumā ir vienprātis, ka vērtēšana ir nepieciešama (*Lalande & Magnusson, 2007*), taču vienprātības par to, kā tas darāms, ir mazāk. Speciālisti un aģentūras parasti žēlojas, ka liela daļa veikto mērījumu nav lietderīgi. Viviāna Leilande un Kriss Magnusons (*Lalande & Magnusson, 2007*) apgalvo, ka bieži pārāk daudz tiek uzsvērtā darba atrašana un mazāk vērības tiek pievērsts personiskākiem karjeras attīstīšanas rezultātiem.

Cenšoties risināt ar vērtēšanu saistītās grūtības, daudzi vērtētāji pamatā kvantitatīvo pieeju nomaina pret dažādu metožu apvienojumu (*Hodges & Videto, 2005*). Papildus tradicionālajiem vērtēšanas rīkiem tiek izmantota arī intervēšana, tiešā novērošana, fokusa grupas u. tml. Tas ir solis pareizajā virzienā, taču šķiet, ka varētu darīt vēl ko.

Helēna Saimonsa un Brendans Makormaks (*Simons & McCormack, 2007*) ierosina izmantot ar mākslu saistītu vērtēšanu, proti, tādas papildu vērtēšanas stratēģijas kā dejas, kustība, mūzika un gleznošana. Par šo tēmu ir veikti sākotnējie pētījumi (*Pearson, 1996; Odell-Miller, 2002; Malchiodi, 2002*), taču ar tiem vien nepietiek. H. Saimonsa un B. Makormaks (*Simons & McCormack, 2007*) uzskata, ka „vēl ir pamatīgi jāizpēta radošās mākslas izmantošana vērtēšanas sagatavošanā un veikšanā un tās rezultātu analizēšanā, interpretēšanā un prezentēšanā” (294. lpp.).

Viena no galvenajām mākslas pieejas priekšrocībām vērtēšanā ir tā, ka vērtības tiek apzinātas un vērtētas citādi. „Izmantojot radošo mākslu, mums dati ir jāuztver un jāvērtē atšķirīgi” (*Simons & McCormack, 2007, 295. lpp.*). Šī atšķirība rosina iztēli un palīdz situācijas uztvert holistiskāk.

Par savu pieredzi varu teikt, ka esmu piedalījies iepriekš aprakstītās Kanādas pirmiedzīvotāju programmas „Atbalsta aplī” (*Guiding Circles*) karjeras attīstīšanas grupā (*McCormick, Amundson & Poehnell, 2006; Maher, 2004*). Kanādas federālā valdība finansēja šīs programmas izmēģinājuma projektu, un iesaistīšanās perioda beigās tika sarīkotas dažas intervijas un standarta pasākumi programmas ietekmes novērtēšanai. Iegūtie dati bija interesanti, bet, lai tiešām piesaistītu finansētāju uzmanību, vajadzēja ko vairāk. Viena no kopienas komunikācijas konsultantēm Džūna Hausa (*June House*) mūs informēja par to, kā šis materiāls tiek izmantots kādā metisu apmetnē Albertas ziemeļos. Šajā kopienā bija noticis daudz kas traumatisks, t. sk. bandu darbība, četrus cilvēkus saduršana nedēļas laikā, slepkavība un divi narkotisko vielu pārdozēšanas gadījumi. Programmā „Atbalsta aplī” piedalījās 57 jaunieši, un viens no rezultātiem bija repa dziesma, ko sarakstīja dalībnieki Džastīna un Tailers. Lūk, dziesmas teksta fragments.

Jo!
 Atbalsta aplū grāmata
 Velti tai skatu ašu
 Jā tā man palīdz
 Būt sev pašam
 Tas ir labs rīks kas
 Mudina mācīties
 Iet savu ceļu un
 Smagi nepiezemēties
 Džūna ir draugs
 Kas mūs pietur
 Paliēc uz viļņa
 Atrodī savu vietu
 Tev šo grāmatu vajag
 Turpini zinības apgūt
 Neesi muļķis
 Atrodī darbu!

Šie jaunieši atbrauca uz vērtēšanas prezentāciju Otavā un izpildīja savu repa dziesmu federālajiem ierēdņiem. Iespāids bija pārsteidzošs. Tā

vairs nebija tikai kārtējā programma — dziesma un dejas nodeva vēstījumu citā līmenī. Iespējams, tieši šāda komunikācija (dzīvajā izpildījumā vai ierakstā) ir vajadzīga, lai pārliecinošāk nodotu dažu sociālo dienestu īstenoto pasākumu vēsti.

Balstoties uz šo pieredzi un literatūru par mākslas pieeju vērtēšanā, manuprāt, vajadzētu izpētīt, kā mākslinieciskos paņēmienus iekļaut visas programmas vērtēšanā. Šī izpētes procesa faktiskā ievirze acīmredzot būs atkarīga no pašreizējās vērtēšanas struktūras un procedūrām. Kā iepriekš minēts, ar mākslu saistītā vērtēšanas komponente būtu tikai viens no plašākas programmas vērtēšanas elementiem. Paturot to prātā, es esmu uzņēmis dažus sava darba videoierakstus, kuri ilustrē aktīvās iesaistīšanās praksi (*Greenwood, Amundson, & Niles, 2005; Amundson, 2009*).

5. PIELIKUMS

Sadarbības tīklu veidošana:
jautājumi pārdomām

Sadarbības tīklu veidošana: jautājumi pārdomām

Domājot par sadarbības tīklu veidošanu, var izmantot metaforiskus tēlus, tādus kā „zvejošana”, kas var palīdzēt attīstīt šo ideju plašāk. Apsverot sava sadarbības tīkla veidošanu, pārdomājiet šādus jautājumus.

1. Kā jūs veidojat tīklu savu mērķu sasniegšanai? Zvejniecībā tiek lietoti dažādu veidu tīkli (http://en.wikipedia.org/wiki/Fishing_net).

1) “Ķīniešu” zvejas tīkli (populāri Kočīnā, Indijā). Tos horizontāli tur liels, fiksēts karkass, un tie periodiski tiek iegremdēti ūdenī.

2) Žaunu tīkli. Lieli vertikāli tīkli, kuru apakšdaļa ir nostiprināta ar atsvariem, bet augšpusi notur pludiņi.

3) Murdu tacis. Tīklu veids migrējošo zivju ķeršanai. Tīkls ir piestiprināts pie grūnti iedurtiem mietiem, pārsvarā upēs vai jūras paisuma un bēguma vietās. Pa tīkla eju zivis tiek ievadītas murdu tacī.

4) Trīsslāņu tīkls. Trīsslāņains zvejas tīkls, kas ūdenī stāv vertikāli. Tīkla iekšējā kārtā ir smalkāka nekā abas ārējās.

5) Tralis. Liels konusveida tīkls, ko kuģis velk pa jūras grūnti.

2. Vai jūsu rīcībā ir viens vai vairāki tīklu veidi?

3. Cik plats ir jūsu tīkls? Vai jūs pilnvērtīgi izmantojat tīkla malas, t. i., tos cilvēkus, kuri nav centrā, bet tomēr varētu palīdzēt?

4. Melkoms Gledvels (*Malcolm Gladwell „The Tipping Point”*) apgalvo, ka dažiem cilvēkiem sadarbības tīklu veidošana padodas gluži dabiski. Viņš tos sauc par savienotājiem. Vai jūsu sadarbības tīklā ir kāds savienotājs?

5. Vai jums ir jāapgūst kādas prasmes, lai jūsu sadarbības tīkls darbotos (piemēram, potenciālo dalībnieku uzrunāšana, sadarbības veicināšanas pasākumu apmeklēšana)? Kā var apgūt jums piemērotā sadarbības tīkla veidošanu?

6. Vai tīkla veidošanu ietekmē kultūras konteksts? Kāda loma sadarbības tīklu veidošanā ir ēdienam un izklaidei?

7. Uz kādām vērtībām ir balstīta sadarbības tīklu veidošana? Vai centrā esat tikai jūs vai arī tiek uzklautas citu vajadzības? Ko jūs varat piedāvāt šajās attiecībās? Atcerieties — dažreiz otram ir svarīga kaut tikai uzklautšana un intereses izrādīšana.

8. Kā izpaužas jūsu tīkla lāpīšana? Vai jūs to darāt tikai tad, kad tīkls ir saplēsts, vai būtu jāveic arī profilaktiski pasākumi? Dažas idejas: uzturiet attiecības ar cilvēkiem, pat ja jums no viņiem neko nevajag; mācieties interesēties par citu tālākajām gaitām.

9. Kā uz sadarbības tīklu veidošanu attiecas jēdzieni „izaugsmes treniņš”, „mentoringš”, „kultūras gids”?

10. Kā jūsu sadarbības tīkls ietekmē jūsu dzīvesgājumu? Vai šie cilvēki tiek pieminēti tikai atsauksmju devēju sarakstā dzīvesgājuma beigās? Vai ir iespējams izmantot viņu sniegtos komentārus un izveidot rekomendāciju lapu?

11. Iedodot cilvēkam zivi, tu viņu pabarosi vienu dienu; iemācot zvejot, tu viņu pabarosi visu atlikušo mūžu. Kā ar šo sakāmvārdu varētu sasaistīt „sadarbības tīklu veidošanu”? Pārstāstiet šo teicienu, pievienojot tam šos jaunus elementus.

12. Ja darbojaties grupā, kā jūs cits citam varat palīdzēt? Kādus palīdzības veidus jūs varat izdomāt?

Par autoru

Dr. Normens Amundsons ir konsultēšanas psiholoģijas profesors Britu Kolumbijas Universitātes Pedagoģijas fakultātē Kanādā. Viņš ir vadījis neskaitāmus darbseminārus un seminārus un ir uzstājies daudzās nacionālā un starptautiskā mēroga konferencēs. Viņam ir vairāk nekā 40 gadus ilga pieredze karjeras attīstīšanas jomā.

Savos rakstos N. Amundsons uzsver radošuma, iztēles, kultūras apzināšanās un darbības nozīmību karjeras konsultēšanas stratēģijās. Starp viņa publikācijām minama „Aktīvā iesaistīšanās” (*Active Engagement*), kas saņēmusi Kanādas Konsultantu asociācijas Labākās grāmatas balvu, „Karjeras konsultēšanas būtiskie elementi” (*The Essential Elements of Career Counseling*), „Dzīves fizika” (*The Physics of Living*) un vairākas karjeras darba burtņicas, t. sk. „Karjeras ceļi” (*Career Pathways*), „Atbalsta aplī” (*Guiding Circles*) un „Karjeroskops” (*CareerScope*). Viņa grāmatas ir tulkotas vairākās valodās — franču, zviedru, islandiešu, flāmu, somu, dāņu, grieķu, rumāņu, bulgāru, turku, arābu, japāņu, igauņu un latviešu.

Normens Amundsons aktīvi darbojas vairākās profesionālu asociācijās un ir saņēmis daudzus apbalvojumus:

Nacionālā karjeras attīstīšanas asociācija — balvas nominācijās „Labākais pētnieciskais raksts”, „Starptautiskā vadība” un „Karjeras izcilības balva”;

Nacionālā nodarbinātības konsultēšanas asociācija — Džūdijas Džohegas-Doi balva par izcilu profesionālo darbību;

Britu Kolumbijas Karjeras attīstīšanas asociācija — valdes mūža goda loceklis;

Zviedrijas Karjeras attīstīšanas asociācija — mūža goda biedrs;

Ridžainas Universitātes absolventu asociācija — balva par mūža sasniegumiem;

Kanādas Karjeras attīstīšanas fonds — Stū Kondžera vadības balva;

Kanādas Konsultēšanas izglītības un pētniecības institūts — Etas Sv. Džona Vailmena balva par mūža sasniegumiem karjeras attīstīšanā;

Ūmeo Universitāte (Zviedrija) — goda doktora nosaukums.

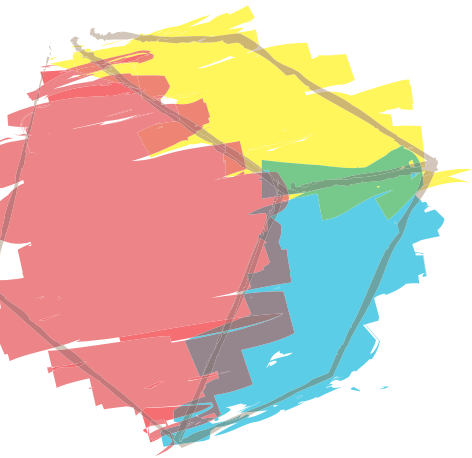
Kontaktinformācija

Dr. Normena Amundsona kontaktinformācija:

Ph.D. Norman Amundson
Faculty of Education
University of British Columbia
Vancouver, B. C. V6T 1Z4 Canada
Tēl.: (604) 822-6757
Fakss: (604) 822-3302
E-pasts: *norman.amundson@ubc.ca*

Lūdzu sazinieties ar izdevniecību *Ergon Communications*, ja vēlaties pasūtīt grāmatu papildinošos DVD *Active Engagement Through the Lifespan* un *Active Engagement Through a Cross-cultural Lens*, pieteikties apmācībām vai pasūtīt izdevumus *Active Engagement*, *The Physics of Living*, *Guiding Circles: An Aboriginal Guide to Finding Career Paths*, *Career Pathways*, *Career Pathways: Quick Trip*, *Career Crossroads*, *CareerScope*, *Metaphor Making*, *Hope-Filled Engagement*.

www.ergoncommunications.com



Karjeras konsultēšanas mācību grāmata **“Aktīvā iesaistīšanās”** ir saņēmusi apbalvojumus un tulkota vairākās valodās. Grāmatas ceturtais izdevums latviešu valodā ir īpašs ar to, ka tulkojums ir iznācis vēl pirms ceturta izdevuma oriģinālvalodā. Šajā izdevumā autors ir pārskatījis un padziļinājis darbu ar metaforām, kā arī iekļāvis jaunas tēmas, izceļot Cerībās balstīto karjeras modeli, videi draudzīgu pieeju karjerai un karjeras atbalsta un izaugsmes treniņa saskares punktus.

Dr. Amundsons ir iespējams mūsdienu radošākais domātājs karjeras atbalsta laukā. “Aktīvā iesaistīšanās” atspoguļo šo radošo pieeju ar jauniem uzdevumiem un novatorisku stratēģiju, kas ļauj risināt šā brīža karjeras izaicinājumus.

Spensers Nailss (Spencer Niles),
Pensilvānijas štata Universitātes profesors, Konsultantu izglītības,
psiholoģisko konsultāciju un rehabilitācijas pakalpojumu katedras vadītājs

Dr. Amundsons ir sniedzis karjeras konsultantiem piezemētu un praktisku rokasgrāmatu, kas ir stingri balstīta karjeras teorijās. Grāmatu caurstrāvo radošuma, metaforu un pat dzejas izmantošana konsultāciju procesā. “Aktīvā iesaistīšanās” atspoguļo konsultēšanas garu un iekšējo gaismu, apgaismojot arī pašus konsultantus.

Pīters Plānts (Peter Plant),
Dānijas karaliskās Izglītības zinātņu augstskolas emeritētais profesors

“Aktīvā iesaistīšanās” izaicina tradicionālo konsultēšanas praksi. Darbs piedāvā svaigas atziņas un plašu, dinamisku, kā arī neierastu pieeju klāstu. Grāmata ir patiesi novatoriska, tā aktivizē, atbrīvo un izved ārpus konsultēšanas tradīciju “kastītes”.

Linna Bezansona (Lynne Bezanson),
Kanādas Karjeras attīstības fonda līdz-izpildītājdirektore

Grāmata ir izcila, labi uzrakstīta un labi arī lasās. Skaidri redzams, ka autora radošums ir ļāvis pārskatīt pieņemtās konsultēšanas modeļu un paņēmieni robežas un salauzis šajā jomā valdošo stīvumu.

Edvins L. Hers (Edwin L. Herr),
Pensilvānijas štata Universitātes Habilitētais profesors Izglītības jomā