

Bernds Joahims Ertelts
Viljams Šulcs
**Karjeras konsultēšanas
kompetences**



Bernds Joahims Ertelts

Viljams Šulcs

Karjeras konsultēšanas kompetences

Sadarbībā ar Alanu Aiviju

Grāmata izdota ar Eiropas Sociālā fonda un Latvijas valsts budžeta finansiālu atbalstu ESF nacionālās programmas 3.2.7.1. „Atbalsts profesionālās orientācijas un karjeras izglītības ieviešanai izglītības sistēmā” projekta „Karjeras izglītības programmu nodrošinājums izglītības sistēmā” ietvaros.

Grāmatas oriģinālā publikācija vācu valodā:

UDK 005.966(075)

ER 860

Bernd-Joachim Ertelt, William E. Schulz. Handbuch Beratungskompetenz.
Mit Übungen zur Entwicklung von Beratungsfertigkeiten in Bildung und Beruf.
Unter Mitarbeit von Allen E. Ivey. ROSENBERGER FACHVERLAG, 2007.

© Leonberg: Rosenberger Fachverlag, 2007

Visas tiesības patur autors.

Izdevums latviešu valodā publicēts vienojoties ar Rosenberger Fachverlag, Vācija.

Latvijas Universitāte atbild par autortiesību ievērošanu un latviešu valodas tulkojuma kvalitāti un atbilstību oriģinālam.

Tulkotāji **Mārtiņš Širants** un **Tālivaldis Sēja**

Ievads un praktisko uzdevumu adaptācija **Tālivaldis Sēja**

Recenzentes *Dr. paed.* **Maija Sirvide** un *Mg. paed.* **Aloīda Ķirse**

Literārā redaktore **Ieva Račko**

Maketētāja **Andra Liepiņa**

Izdevumu sagatavojis LU Akadēmiskais apgāds

Iespiests SIA „Latgales druka”

ISBN 978-9984-825-92-2

© Tulkojuma publikācija – Valsts izglītības attīstības aģentūra, 2008

Satura rādītājs

Priekšvārds latviešu izdevumam	7
Par konsultēšanu un karjeras konsultēšanu	9
Otrā izdevuma priekšvārds	19
Ceļavārdi otrajam izdevumam	21
1. Galvenās tendences konsultēšanas attīstībā	23
2. A. Aivija mikrokonsultēšanas modelis	33
2.1. Modeļa attīstība un raksturojums.....	33
2.1.1. Teoriju integrēšana un multikulturālā konsultēšana	33
2.1.2. Mikrokonsultēšana un apzinātā konsultēšana	37
2.1.3. Pētījumi saistībā ar mikrokonsultēšanu	41
2.2. Konsultēšana un apzināta sarunas vadīšana no multikulturālās perspektīvas	43
2.2.1. Multikulturālās konsultēšanas teorēmas	43
2.2.2. Konsultēšanas iemaņu pārskats	47
2.2.3. Uzmanīga izturēšanās	50
2.2.4. Pēc tam, kad esam uzklusījuši klientu	51
2.2.5. Piecu pakāpju sarunas struktūra	55
2.2.6. Trīs iemaņas, kas ievada darbību	57
2.2.7. Ietekmes iemaņu pārmaiņām	60
2.3. Kompetences attīstīšanas uzdevumi	64
3. Ž. Īgana problēmu menedžmenta modelis	91
3.1. Modeļa attīstība un stāvoklis	91
3.1.1. Ievads	91
3.1.2. Īgana modeļa attīstība	92
3.1.3. Konsultēšanas un starppersonu attiecību veidošanas modelis	93
3.1.4. Teoriju ietekme	97

3.2.	Problēmu menedžments	103
3.2.1.	Triju pakāpju konsultēšanas modelis	103
3.2.2.	I pakāpes process un iemaņas	107
3.2.3.	II pakāpes process un iemaņas	116
3.2.4.	III pakāpes process un iemaņas	119
4.	Uz risinājumu orientētā konsultēšana	143
4.1.	Modeļa veidošanās un esošais stāvoklis	143
4.1.1.	Ietekmes un attīstība	144
4.1.2.	Pētījumu rezultāti	148
4.1.3.	Modeļa stiprās un vājās puses	151
4.2.	Uz risinājumu orientētās konsultēšanas modelis	155
4.2.1.	Galvenie pieņēmumi	156
4.2.2.	Uz risinājumu orientētās konsultēšanas process	160
4.3.	Kompetences attīstīšanas uzdevumi	176
5.	Ertelta un Šulca integratīvais modelis	193
5.1.	Modeļa attīstība un pašreizējais stāvoklis	193
5.1.1.	Informācijas pieprasījums individuālajā nodarbinātības konsultēšanā	201
5.1.2.	Pētījums lēmuma pieņemšanai svarīgas informācijas sasaistei konsultēšanā	202
5.1.3.	Profesiju raksturojošās informācijas gaidas un struktūra individuālajā konsultēšanā	204
5.1.4.	Informācijas nepieciešamība un mediju izmantošana no klientu un Vācijas Nodarbinātības aģentūras konsultēšanas dienesta darbinieku puses	207
5.1.5.	Kā klienti izmanto Vācijas Nodarbinātības aģentūras medijus un Profesionālās informācijas centru	209
5.1.6.	Individuālās lēmumu pieņemšanas stratēģijas profesiju izvēles procesā	212
5.2.	Informācijas strukturālā metodika (ISM)	215
5.2.1.	ISM konsultēšanas procesā	220
5.2.2.	Konsultēšanas procesa praktiskā veidošana	231
5.3.	Situāciju izpēte un uzdevumi kompetenču attīstīšanai	235
	Literatūra	247
	Par autoriem	253

Priekšvārds latviešu izdevumam

Grāmatu, kuras tulkojums latviešu valodā iznāk ar Eiropas Sociālā fonda (ESF) finansiālu atbalstu, ir sarakstījuši Vācijas Valsts darba aģentūras, Mannheimas profesionālas augstskolas un Čestohovas (Polija) universitātes profesors Bernds Joahims Ertelts (*Bernd-Joachim Ertelt*) un Kanādas Manitobas universitātes profesors *emeritus* Viljams Šulcs (*William E. Schulz*).

Autori šo grāmatu veidojuši, sadarbojoties ar konsultēšanas jomā pasaulē atzītu ASV zinātnieku no Masačūsetas universitātes Alanu Aiviju (*Allen E. Ivey*). Tieši sadarbība ar A. Aiviju piešķir grāmatai nozīmīgumu, jo viņa *Mikrokonsultēšanas modelis* ir atzīts un populārs praktizējošo konsultantu vidū.

Tas, ka kanādietis V. Šulcs pārstāv valsti, kuru Eiropā (un ne tikai Eiropā) ir pieņemts uzskatīt par vadošo karjeras attīstības atbalsta nodrošināšanā un zinātniskajā pētniecībā, bet B. J. Ertelts – valsti, kura tradicionāli lepojas ar bagāto ieguldījumu pedagoģijas zinātnes attīstībā un spēcīgu profesionālās izglītības sistēmu (*Duālā sistēma*), ir vēl viens grāmatas vērtību akcentējošs aspekts, kas tai piešķir arī pārnacionālu dimensiju.

Šī grāmata domāta kā mācību līdzeklis augstskolu studentiem, taču tā būs noderīga arī vecāko klašu skolotājiem un augstskolu karjeras centru un studentu servisa darbiniekiem – tiem, kas ikdienā palīdz jaunajiem cilvēkiem to turpmākā izglītības vai darba ceļa izvēlē. Grāmata noteikti noderēs praktizējošiem karjeras konsultantiem Nodarbinātības valsts aģentūrā, un kaut ko noderīgu tajā atradīs arī konsultanti, kuri ikdienā tiekas ar saviem klientiem birojā, bankā vai veikalā vai arī uzklausu klientu vēlmes un cenšas tiem palīdzēt pa telefonu.

Tālivaldis Sēja



Par konsultēšanu un karjeras konsultēšanu

Tālvārdnīca Sēja

Profesori B. J. Ertelts un V. Šulcs, pievienojot sava kopīgā darba „Konsultēšanas kompetenču rokasgrāmata” nosaukumam apakšvirsrakstu „Ar uzdevumiem konsultēšanas prasmju attīstīšanai izglītības un nodarbinātības jomā”, nosacīti iezīmē mērķauditoriju – konsultantus, respektīvi, karjeras konsultantus, kuru uzdevums ir palīdzēt citiem indivīdiem viņu turpmākās izglītības un darba ceļu meklējumos.

Kas ir karjeras konsultēšana?

Jēdzienu *karjera* (*carriere* – franču val.), kurš skaidrots kā „sekmīga, parasti apzināta, izvirzīšanās darbā vai citā darbības jomā...” (Svešvārdu vārdnīca, 1999, 343), mūsdienās arvien vairāk izmantojam ne tikai šauri profesionālā skatījumā, bet arī domājot par sava dzīves ceļa izvēli un plānošanu kopumā. Vērojams, ka Latvijas sabiedrībā jēdzienam *karjera* zudis arī negatīvais skanējums, un valodas lietošanas praksē gandrīz nemaz vairs nedzirdam apzīmējumus „karjerists”, „karjeras taisīšana” u. tml.

Jēdziens *konsultēšana* nāk no latīņu valodas un nozīmē procesu, kurā speciālists sniedz padomus, ieteikumus un paskaidrojumus (Svešvārdu vārdnīca, 1999, 390). Literatūras avotos ir atrodams plašs *konsultēšanas* definīciju klāsts. Viena no lakoniskākajām definīcijām, kura precīzi izsaka procesa būtību, ir: „Konsultēšana ir palīdzības forma, kura centrēta uz personas vajadzībām un mērķiem.” (McLeod, 2003, 17.)

Karjeras konsultēšana ir sociālo pakalpojumu veids ar mērķi palīdzēt klientam apzināties savas spējas un savu situāciju un atbalstīt un iedrošināt klientu viņa potenciāla un iespēju pilnīgākā izmantošanā. Karjeras konsultēšana ietver trīs galvenās darbības jomas: informācijas sniegšanu, konsultēšanu un izglītošanu.

Karjeras konsultēšana, kā termins valodas praksē Latvijā ir sākts lietot ap 2005.–2006. gadu, kad tika veidota un 2006. gada martā LR Ministru kabinetā apstiprināta „Karjeras attīstības atbalsta sistēmas (KAAS) koncepcija” (www.lm.gov.lv), līdz ar to nosacīti aizstājot līdz šim lietoto terminu *profesionālā orientācija*. Profesionālā orientācija tagad ir gan viens

no pasākumiem KAAS ietvaros, gan arī karjeras konsultēšanas procesā īstenota galvenokārt informatīva darbība.

Konsultēšana, karjeras konsultēšana un psihoterapija

Kas tad īsti ir konsultēšana? Atskatoties pagātnē, var secināt, ka konsultēšana tās vienkāršākajā formā, resp., padomu došana, cilvēku sabiedrībā ir pastāvējusi vienmēr. Vecāki un vecvecāki deva padomus bērniem un mazbērniem, vietējā kopienā tai svarīgos brīžos tika uzklauti kopienas vecāko un pieredzējušāko padomi, kaimiņš lūdza padomu kaimiņam. Savukārt amatniecības funkcionālajā struktūrā: māceklis – zellis – meistars, konsultēšana cieši savijās ar izglītojošo darbību. Literatūras avotos, kur aprakstīti notikumi Latvijā no 18. gadsimta līdz 20. gadsimta trīsdesmitajiem gadiem (piem., J. Jaunsudrabiņa, R. Kaudzītes, J. Janševska u. c. darbos) varam lasīt par vietējo kopienu galveno konsultantu – mācītāja, ārsta un skolotāja darbības nozīmi.

Par konsultēšanu kā sabiedrībai nepieciešamu pakalpojuma veidu mūsdienā izpratnē var runāt, sākot ar apm. 20. gadsimta vidu (*McLeod*, 2003, 21), taču cēlonība meklējama jau agrāk, 18. gadsimtā, – sākoties industriālajai revolūcijai un kapitālisma attiecību domināncei ekonomikā. „Kapitālisms prasīja attīstīt augsta līmeņa racionalitāti līdz ar izpriecu un baudas meklējumu ierobežošanu un kontroli. Tas nozīmēja arī striktu dziņu un ierosmju kontroli un tādas darba ētikas attīstību, kurā lielākā daļa indivīdu sasniedza augstu apmierinātības pakāpi tieši smagā darbā. Kapitālisms prasīja arī personīgu piepūli ilgtermiņa mērķu sasniegšanā un lielāku personīgo autonomiju un neatkarību. Sistēmā liela vērība tika pievērsta taupībai un saimnieciskumam, kā arī stingrai seksualitātes apspiešanai un kontrolei.” (*Albee*, 1977, 154.)

Tieši straujā ražošanas attīstība pilsētās vilināja daudzus cilvēkus pamest dzīvi vietējā kopienā laukos un doties laimes meklējumos uz pilsētām. Sociālie procesi lauku kopienā, kur „visi par visiem zina visu”, kur darbojās pašregulējošs attiecību kontroles mehānisms un kur kritiskos brīžos varēja rast gan garīgu, gan materiālu atbalstu, būtiski atšķīrās no sociālajiem procesiem pilsētā, kur, tāpat kā joprojām mūsdienās, pastāvēja daudz lielāka anonimitāte un individuālisms. Nežēlīgas ekonomiskās konkurences apstākļos pilsētu sabiedrība iepazīna tādas parādības kā ekonomiskā krīze, bezdarbs un tām atbilstošās sekas. Var teikt, ka notika nosacīta sociālā grupēšanās „veiksmīniekos” un „neveiksmīniekos”. Tieši šie

„neveiksminieki” radīja sociāli ekonomisko nepieciešamību konsultēšanas kā sociāla institūta veidošanās un attīstības procesam.

Dž. Makleods secina, ka „konsultēšana kā darbība/pakalpojums ir viens no Rietumu industriālo sabiedrību fenomeniem un principā nav attiecināma uz problēmām, kuras veidojušās citās kultūru grupās” (McLeod, 2003, 39).

Konsultēšana savā apmēram 200 gadu ilgajā attīstības procesā ir kļuvusi ļoti daudzveidīga gan pēc izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem, gan formas, gan teorijām un metodēm, gan mērķgrupām, kam konsultēšana domāta.

Atkarībā no *izvirzītā mērķa* konsultēšanu var dalīt divās grupās:

- konsultēšana, kuras mērķis ir palīdzēt,
- konsultēšana, kuras mērķis ir kaut ko pārdot.

Atkarībā no *formas* ir pazīstama gan individuālā, gan pāru, gan grupu konsultēšana. Praksē kā viena no individuālās konsultēšanas formām arvien vairāk tiek izmantota konsultēšana pa telefonu un e-konsultēšana.

Konsultēšanas *teoriju un metožu* klāsts ir ļoti daudzveidīgs. 1999. gadā tiek minētas pat vairāk nekā 250 teorijas (Ertelt, Schulz, 2002; sk. arī Ivey, Ivey, Simek-Morgan, 1997), taču kopumā konsultēšanā pastāv trīs dominējošās pieejas, uz kurām balstās visas iepriekš minētās teorijas, kā arī tām pakārtotie modeļi un metodes. Tās ir:

- kognitīvi-biheiviorālā pieeja,
 - psihodinamiskā pieeja,
 - humānistiskā jeb personcentrētā pieeja.
- (Milne, 2003, 2; McLeod, 2003, 42.)

Arī *mērķgrupas* var būt ļoti dažādas un var tikt klasificētas gan pēc vecuma posmiem, gan sociālā statusa, gan citām pazīmēm.

Jēdziens *konsultēšana* latviešu valodā apzīmē ļoti plašu darbību spektru. Tas ir attiecināms uz gandrīz jebkuru darbības jomu un kopumā nozīmē komunikācijas procesu, kura ietvaros konsultants sniedz padomu klientam. *Karjeras konsultēšana, ģimeņu konsultēšana, psiholoģiskā konsultēšana vai psihoterapija* attiecas uz konsultēšanu, kuras mērķis ir palīdzēt citiem indivīdiem. Palīdzēt – šeit nozīmē sniegt emocionālu atbalstu, izrādīt sapratni, iedziļināties klienta situācijā un to viņam atspoguļot, ļaut klientam apzināties iespējas palīdzēt pašam sev, kā arī atainot klienta rīcības variantu iespējamās sekas un, visbeidzot, iedrošināt klientu pieņemt apzinātu un

argumentētu lēmumu. Var teikt, ka šādas konsultēšanas ietvaros priekšplānā izvirzās sociālā atbalsta loma, bet mērķis ir ar sevi harmonijā esošs un ar dzīvi apmierināts klients.

Klienta visaugstākā apmierinātība ir mērķis arī *pārdošanas, finanšu, biznesa, reklāmas* u. c. *konsultēšanas* ietvaros. Tomēr šajā gadījumā vienmēr „mazākiem burtiem” mērķis tiks konkretizēts – iespējami augstāka peļņa no katra klienta! Tātad priekšplānā izvirzās konkrēti ekonomiskie termini: ienākumi, izdevīgums, peļņa u. c. Respektīvi, ja konsultējošā darbība nes ienākumus un nedod peļņu, tā ir jāpārtrauc.

Konsultēšanas jēdziena forma un interpretācija atšķiras dažādās valodās un valstīs. Piemēram, angļu valodā uz darbību kopumu, ko mēs saprotam ar konsultēšanu, ir attiecināmi vairāki jēdzieni: *counselling, consulting, mentoring, guidance, coaching, advising, tutoring, supervision*. Dažiem no tiem pat ir grūti atrast piemērotu tulkojumu latviešu valodā. Latviešu valodas terminam *karjeras konsultēšana* nosacīti visatbilstošāko angļu valodas vārdkopu *careers counselling* Lielbritānijā, kā to raksta D. Beilija, attiecina tikai uz turpmākā darba ceļa izvēli (Bailey, 1997, 332). Arī termins *career guidance*, piem., Īrijā tiek interpretēts atšķirīgi no tā, kā to saprot kontinentālajā Eiropā.

Vācijā tradicionāli pēc formas tiek norobežota konsultēšana izglītībā (*Bildungsberatung*) un konsultēšana nodarbinātības jomā (*Berufsberatung*), kaut arī saturiski abās ir ļoti daudz kopīga un striktu robežu novilkt nav iespējams.

Joprojām pastāv nopietnas diskusijas par starpību starp konsultēšanu un psihoterapiju. Kā raksta Dž. Makleods, tad, izmantojot biznesa valodu, var teikt, ka konsultēšana ir kā ļoti plašs dažādi apzīmēts piedāvājumu klāsts, kas ietver vairāk vai mazāk līdzīgus pakalpojumus. Savukārt psihoterapija ir visekskluzīvākais no minētajiem piedāvājumiem (McLeod, 2003, 8).

Var secināt, ka karjeras konsultēšanai ar psihoterapiju kopīgi ir konsultanta/psihoterapeita darbības veidi: informēšana, konsultēšana un izglītošana, kā arī ētikas kodeksa pamatprincipi, taču pastāv būtiskas atšķirības izglītības prasībām: psihoterapeitam obligāti nepieciešama atbilstoša izglītība psihoterapijā (arī Latvijā, sk.: www.psihoterapija.lv), savukārt karjeras konsultantam (konsultantam) izglītības prasības bieži vien netiek definētas (McLeod, 2003, 8). Konsultēšanas praksē Latvijā karjeras konsultantam Nodarbinātības valsts aģentūras (NVA) konsultāciju centros ir nepieciešama vismaz bakalaura vai tam pielīdzināma līmeņa augstākā

izglītība, bet, lai arī šo darbu bieži vien izvēlas psihologi, psihologa izglītība nav obligāta. Augstāko, bet ne obligāti psiholoģisko izglītību karjeras konsultantam pieprasa arī profesijas standarts. Skolās karjeras konsultanta pienākumus parasti veic vecāko klašu audzinātāji, kuriem kā skolotājiem ir obligāta augstākā pedagoģiskā izglītība. Līdz ar to karjeras konsultantam, ja viņš/viņa nav sertificēts psihologs vai psihoterapeits, ir jāprot konstatēt, kad kādam klientam ir nepieciešama sertificēta psihologa konsultācija un jāzina, kur šādu palīdzību klients varētu saņemt.

Karjeras konsultēšanas mērķi

Vēl nesenā pagātnē karjeras konsultēšanas mērķi bija salīdzinoši vienkārši un izrietēja no klientam uzdotā jautājuma „Ko (kādu darbu) jūs vēlētos darīt jūsu atlikušajā dzīves laikā?” (*Andersen, Vandehey, 2006, 11*). Mūsdienās karjeras konsultantam, sadarbojoties ar klientu, jārod atbildes uz jautājumiem: „Kas jūs esat kā personība? Kā jūsu esošais darbs vai izglītība atbalstīs nākamo darbu? Kādas jūs redzat turpmākās pārmaiņu tendences darba tirgū? Kādas personīgās prioritātes jūs redzat jebkurā potenciālajā darbā nākotnē?” (*Turpat.*)

Turpmāk definētie mērķi (*McLeod, 2003, 12.–13*) attiecas uz konsultēšanu, kuras metamērķis ir palīdzība, tātad arī uz karjeras konsultēšanu.

- *Izpratne.* Izpratne par emocionālo problēmu cēloņiem un attīstību ar mērķi paaugstināt racionālu kontroles spēju kapacitāti pār sajūtām un spontānu rīcību.
- *Attiecības ar citiem.* Iegūta prasme labāk veidot un uzturēt apzināti pozitīvas attiecības ar citiem cilvēkiem, piem., ģimenes locekļiem, kolēģiem.
- *Pašpārlicinātība.* Iegūta lielāka vara pār uzskatiem un sajūtām, kuras nosaka to, kā citi uztver mani.
- *Sevis pieņemšana.* Pozitīvas attieksmes veidošana pret sevi, veidojot spēju noteikt tās savas pieredzes jomas, kuras pakļaujamas paškritikai vai noraidīšanai.
- *Pašaplicināšanās.* Virzība uz sava potenciāla pilnīgu izmantošanu jeb sevī iekšēji konfliktējošo pušu integrāciju.
- *Apskaidrība.* Palīdzēt klientam sasniegt iespējami augstāka līmeņa garīgu atklāsmi.
- *Prasme risināt problēmas.* Palīdzēt klientam atrast risinājumu problēmām, kad viņš pats to nespēj. Palīdzēt viņam apgūt problēmu risināšanas pamatprasmes.

- *Psiholoģiska izglītošana.* Palīdzēt klientam apgūt pieejas un tehnikas savas uzvedības izskaidrošanai un kontrolei.
- *Sociālo prasmju apguve.* Palīdzēt klientam apgūt starppersonu saskarsmes pamatprasmes, piem., acu kontakta saglabāšanu, sarunas uzturēšanu, pārliedzības uzstājības vai dusmu izpausmes kontroli.
- *Kognitīvās izmaiņas.* Iracionālu vai neatbilstošu uzskatu un tos pavadošas destruktīvas rīcības modifikācija vai novēršana.
- *Izturēšanās (uzvedības) izmaiņas.* Neatbilstošas vai pašdestruktīvas rīcības modifikācija vai novēršana.
- *Sistēmiskas pārmaiņas.* Palīdzība, lai klientu ievadītu ceļā uz sociālām sistēmām (piem., ģimeni).
- *Iedrošināšana.* Darbs ar prasmēm, zināšanām un pašpārliecinātību, kas klientam varētu palīdzēt pašam kontrolēt savu dzīvi.
- *Korekcijas vai kompensēšana.* Palīdzība klientam veikt iepriekš destruktīvās rīcības izmaiņas vai labojumus.
- *Radošums un sociālā darbība.* Radīt klientā vēlmi palīdzēt un rūpēties par citiem, dot savu ieguldījumu kolektīva, vai vietējās sabiedrības kopējā darbā.

Karjeras konsultantu sagatavošana

Karjeras konsultantu sagatavošana dažādās valstīs tiek īstenota dažādi. Tās var būt relatīvi īslaicīgas (2–6 mēneši) tālākizglītības programmas (piem., Igaunijā) vai specializācija citu studiju programmu ietvaros (piem., Lietuvā, Viļņas universitātē) līdz pat maģistra līmeņa studijām (piem., Dānijā, Islandē, Īrijā, Latvijā, Lielbritānijā, Somijā, Vācijā u. c.).

Vissvarīgākās jebkura konsultanta, t. sk., karjeras konsultanta, darbā ir komunikatīvās un saskarsmes veidošanas kompetences. Latvijā praktizējošie karjeras konsultanti ar psihologa vai pedagoga izglītību iepriekš minētās kompetences parasti ir nostiprinājuši savu studiju programmu ietvaros. Pārējie konsultanti saskarsmes veidošanas un komunikatīvās prasmes ir attīstījuši, praktiski darbojoties un izmantojot tālākizglītības kursu vai programmu piedāvājumu. Šeit jāuzsver, ka svarīgs priekšnoteikums karjeras konsultanta veiksmīgam darbam ir konsultanta *pozitīva attieksme* pret jebkuru klientu neatkarīgi no viņa vecuma, sociālā stāvokļa, tautības, dzimuma, rases vai reliģiskās piederības.

Latvijā 2006.–2007. gadā karjeras konsultēšanas kompetences varēja paplašināt daudzi skolotāji, apgūstot ar Eiropas Savienības Sociālā fonda (ESF) finansiālu atbalstu veidotu tālākizglītības programmu 72 stundu

apjomā. ESF finansiālais atbalsts ir veicinājis arī profesionālās augstākās izglītības maģistra studiju programmas „Karjeras konsultants” izveidošanu un īstenošanas uzsākšanu piecās Latvijas augstskolās 2007./2008. studiju gadā. Karjeras konsultantu sagatavošanu maģistra līmenī noteica šādi faktori:

- potenciālo pretendentu iespēja paaugstināt savu formālās izglītības līmeni (attīstība „pa vertikāli”);
- potenciālo pretendentu iespēja paplašināt savas kompetences un apgūt jaunu profesiju (attīstība „pa horizontāli”);
- iespēja paplašināt un nostiprināt kompetences zinātniskajā pētniecībā.

Konsultēšanas teoriju izmantošana un attīstības tendences

Kā jau tika atzīmēts, ir ļoti daudz konsultēšanas teoriju, kas būtībā veido triju metateoriju visdažādāko atvasinājumu kopumu. Mūsdienās, arvien palielinoties cilvēku mobilitātes iespējām, ir aktualizējusies jauna konsultēšanas pieeja – *multikulturālā* jeb *starpkultūru konsultēšana*. Tās ietvaros karjeras konsultants, apzinoties savu kulturālo identitāti, cenšas izziņāt klienta atšķirīgo kulturālo kontekstu, saprast klientam būtiskus faktorus un tā vai citādi tos izmantot kopējo konsultēšanas mērķu sasniegšanai. Dž. Makleods raksta, ka kultūras koncepts šajā gadījumā ir komplekss un daudzdimensionāls lielums, kurš ietver esošās situācijas, morāles, laika un klienta Es-nostājas dimensijas, kā arī katrai etniskajai grupai raksturīgās uzvedības un sociālo saišu veidošanas īpatnības (McLeod, 2003, 267).

Vēl viena jauna pieeja jeb attīstības virziens ir *filozofiskā konsultēšana*. Filozofiskā konsultēšana ir attīstījusies 20. gs. beigās kā viena no praktiskās filozofijas formām. Tās mērķis ir pievērst klienta uzmanību faktoriem, kuri veido viņa pasaules skatījuma pamatu, un veicināt dialogu par alternatīvu attīstības ceļu izvēli (McLeod, 2003, 290). Līdzās filozofiskajai konsultēšanai tiek lietoti arī tādi konsultējošās darbības apzīmējumi kā *eksistenciālā psihoterapija* un *postmodernā terapija* (turpat). Relatīvi jaunas ir arī *feministiskā* un *naratīvā* pieeja.

Katram praktizējošam karjeras konsultantam vienmēr būs jāuzdod sev jautājumi: „Kuru teoriju izmantot? Kura vai kuras no tām ir vispieņemrotākās, aktuālākās, mūsdienīgākās?” Viennozīmīgas atbildes šeit nav, taču teoriju praktiska izmantošana ir jāuzskata par loģisku konsultēšanas procesa sastāvdaļu, kuras laikā konsultants cenšas saprast savu klientu. Jebkura situācija un klients ir atšķirīgi, tāpēc ir pašsaprotami, ka katrā

konkrētā gadījumā iespējams izmantot (vai noraidīt) citu teoriju. Atbildot uz potenciālo karjeras konsultanta jautājumu par to, vai vispār ir būtiska praktiska nozīme vienas vai vairāku teoriju izmantošanai konsultēšanas praksē, ir vietā pieminēt jau relatīvi sen izteikto atziņu: „Nekas nav praktiskāks par labu teoriju!”

Kā attīstīsies karjeras konsultēšana nākotnē? Neskatoties uz globalizācijas procesu un citu valstis vienojošo faktoru (piem., Eiropas Savienība) ietekmi, tomēr liekas, ka karjeras konsultēšanas attīstības procesi katrā valstī arī turpmāk būs atšķirīgi, vienlaicīgi paplašinot sadarbības tīklus (piem., *International Association for Educational and Vocational Guidance – IAEVG*). Vai karjeras konsultēšana varētu kļūt pilnībā valsts kontrolēts pakalpojums, kā tas ir ar medicīnu, sociālā atbalsta sistēmu, probācijas dienestu? Dž. Makleods (*McLeod, 2003, 524*) uzskata, ka tas ir maz iespējams. Viņš definē piecas tendences, kuras varētu ietekmēt konsultēšanas (karjeras konsultēšanas) attīstību nākotnē.

- *Lielāka uzmanība vides aizsardzībai.* Mūsdienu sabiedrības dzīvesveidu raksturo jēdzieni *risks* un *piederība*. Konsultantam jāprot atspoguļot klienta ilgtspējīgu lēmumu nozīmi un priekšrocības attiecībā pret īstermiņa un tikai uz materiālo labumu gūšanu vērstiem lēmumiem.
- *Konsultēšanas prakses lokalizācija.* Globalizācijas procesi ietekmē konsultēšanas teoriju attīstību un konsultantu praktisko darbību, kuras laikā dzirdam atsauces uz „Eiropas un Pasaules līmeni”, „vispārējām mūsdienu konsultēšanas attīstības tendencēm” u. c. Taču klients ir personība savā laikā un savā konkrētā dzīves telpā, un konkrētā sabiedrībā un savām problēmām meklē konkrētu, lokālu risinājumu.
- *Starpdisciplināritāte.* Pilnīga konsultēšanas procesa izpratne prasa zināšanas socioloģijā, antropoloģijā, filozofijā, teoloģijā u. c. Bez tam pastāv vairāki konkurējoši psiholoģiskie konsultēšanas modeļi, piem., psihodinamiskais, humānistiskais, biheiviorālais, kognitīvais. Tikai psiholoģijas līmenī atšķirības starp tiem izskaidrot nav iespējams, nepieciešamas atbilstošas zināšanas arī filozofijā un sociālajās zinātnēs.
- *Tehnoloģiju ietekme.* Jauno komunikācijas tehnoloģiju ietekme uz konsultēšanas attīstību varētu būt relatīvi neliela, jo konsultēšanas process, ja tā nav tikai vienkārša informēšana, tiek īstenots klātienē. Tomēr aizvien palielinās interneta iespējas – tiešsaistes testi, virtuālās sarunu telpa u. c.

- *Klientu zināšanu un izvēles palielināšanās.* Klienti kļūst arvien izglītotāki un zinošāki par to, kas tiem ir vajadzīgs un ko tie vēlas no konsultanta. (Turpat, 525.)

Zinātniskā pētniecība konsultēšanā

Jau sākot ar Z. Freida agrīnajiem darbiem, atsevišķu gadījumu studijas ir viena no biežāk lietotajām konsultēšanas pētniecības metodēm. Mūsdienu atsevišķu gadījumu studiju metodoloģijas attīstība liecina par šīs metodes nozīmīgumu. Konsultēšanas procesu pētniecībā tiek izmantotas tādas pieejas kā klientcentrētā pieeja, psihodinamiskā pieeja, nopietnu pārmaiņu gadījumu analīze un klientu pieredzes studijas. Viena no būtiskām konsultēšanas pētniecības problēmām, kā to uzsver Dž. Makleods, ir pētniecības saikne jeb tās reālā iedarbība uz praktisko konsultēšanu (McLeod, 2003, 475).

Konsultēšanas pētniecības procesā obligāta ir noteiktu ētikas normu ievērošana, jo pētniecība nedrīkst traucēt vai ietekmēt konsultēšanas procesu. Tas pats attiecas arī uz klientu personību raksturojošo datu konfidencialitāti, kas īpaši svarīgi, ja pētniecības procesā tiek izmantota videofilmēšana.

Literatūras avoti un interneta resursi

1. Latvijas Psihoterapeitisko asociāciju apvienība. Ētikas kodekss. www.psihoterapija.lv (sk. 1.07.2008.).
2. Par koncepciju „Karjeras attīstības atbalsta sistēmas pilnveidošana”. LR MK rīkojums Nr. 214, 29.03.2006. www.lm.gov.lv (sk. 1.07.2008.).
3. *Svešvārdu vārdnīca* (1999), red. J. Baldunčiks. Rīga: Jumava, 879 lpp.
4. **Milne, A.** (2003) *Counselling*. London: Hodder Arnold, 276 p.
5. **Albee, G. W.** (1977) The Protestant Ethic Sex and Psychotherapy. **In:** *American Psychologist*, 32, pp.150–161.
6. **Andersen, P., Vandehey, M.** (2006) *Career Counselling and Development in a Global Economy*. Boston: Lahaska Press, 446.
7. **Bailey, D.** (1997) *Careers Counselling and Guidance*. **In:** *Handbook of Counselling*. Ed. by S. Palmer and G. McMahon. London: Routledge, pp. 332–349.
8. **Ertelt, B. J., Schulz, W. E.** (2002) *Handbuch Beratungskompetenz*. Leonberg: Rosenberger Fachverlag, 320 S.
9. **Ivey, A., Bradford-Ivey, M., Simek-Morgan, L.** (1997) *Counselling and Psychotherapy*, 4th ed. Boston: Allyn&Bacon.
10. **McLeod, J.** (2003) *An Introduction to Counselling*. Maidenhead: Open University Press, p. 613.



Otrā izdevuma priekšvārds

Ievērojot pozitīvās atsauksmes, arī otrajā izdevumā mēs izmantojām *rokasgrāmatas* struktūru. Tāpat kā citās konsultantu kvalifikācijas rokasgrāmatās, mēs iesākām ar nodaļu, kas veltīta teoriju attīstībai un aktuālajiem modeļu stāvokļiem, kuriem seko detalizēts nozīmīgāko teoriju attēlojums. Trešā grāmatas nodaļa veltīta konsultēšanas iemaņu veidošanai, tāpēc tajā ir ietverti salīdzinoši daudz uzdevumu.

Salīdzinājumā ar pirmo izdevumu mēs tomēr veicām nozīmīgas izmaiņas saturā. Tās skar:

- 1) konsultēšanas teoriju un modeļu aktualizēšanu saskaņā ar jaunāko literatūru un zinātniskajiem pētījumiem;
- 2) A. Aivija atziņu papildināšanu ar tādiem nozīmīgiem aspektiem kā reliģija, statuss, dzimums, etniskā identitāte, ģimeniskais fons, valoda, vietējā/reģiona ietekme;
- 3) vairāku mācību piemēru satura pārstrādi;
- 4) jaunas nodaļas pievienošanu par etniskiem jautājumiem un multikulturālo konsultēšanu.

Autori būs pateicīgi par ieteikumiem un konstruktīvu dialogu.

*Bernds-Joahims Ertelts,
Viļjams E. Šulcs*



Ceļavārdi otrajam izdevumam

Ja kāds ir nolēmis apmeklēt konsultantu, tad viņš uz šo satikšanos raugās ar nemieru – tāpat kā konsultants pats to darītu līdzīgā situācijā. Pa ceļam pie konsultanta klientam vajadzētu mēģināt koncentrēties tā, lai maksimāli precīzi varētu izteikt savas cerības.

Ārēji klients sagaida konsultanta atbalstu konkrētā karjeras attīstības situācijā vai arī personīgo problēmu noskaidrošanā un atrisināšanā. Viņa mērķis ir ar (ārēju) konsultanta palīdzību padarīt suverēnāku savu karjeras situāciju vai pašreizējos dzīves apstākļus un paša spēkiem tos pārvarēt. Klients sagaida, ka konsultācijas rezultātā viņam ies labāk nekā pirms tam un viņš kopumā tiks tālāk.

Klienta iekšējās gaidas varētu formulēt arī kā cerības un vēlmes – klients cer, ka viņa personība tiks pieņemta ar visām tās stiprajām un vajajām pusēm. Viņš cer saņemt nedalītu konsultanta uzmanību un vienlaicīgi arī noteiktu toleranci. Bez tam klients cer gūt iespēju būt atklātam un netikt izsmietam. Tāpēc klientam vajadzētu satikt konsultantu, kas viņa situācijā un gadījumā cenšas sasniegt konkrētus konsultēšanas rezultātus, jo klients no konsultācijas vēlas gūt sev noteiktu labumu.

Konsultēšana šajā grāmatā tiek saprasta un diskutēta tādā formā, ka satiekas divi cilvēki, kas klientu interesējošo tēmu (problēmu) padara par kopīgu un strādā pie tās tik ilgi, kamēr klients spēj turpināt ceļu bez konsultanta palīdzības. Darbs ar klientiem ir komplekss, izaicinājumiem bagāts un sarežģīts process. Atkal un atkal parādās tas, ka konsultanta personība un kompetence ir nozīmīgākie faktori, kas nosaka konsultēšanas sarunas izdošanos vai neveiksmi. Tāpēc konsultēšana prasa vispusīgu konsultanta profesionalitāti. Konsultēšanas teorijas un modeļi nav statiski. Tie attīstās, jo profesionāli konsultanti atklāj arvien jaunas iespējas, kā palīdzēt klientam. Īpaši tas kļūst redzams šīs grāmatas otrajā izdevumā. Bernds-Joahims Ertelts un Viljams E. Šulcs¹ ir pārbaudījuši jaunākās un aktuālākās konsultēšanas pieejas. Šajā gadījumā runa nav par jaunu tehnoloģiju atklāsmi, kuras atkal un atkal tiek lietotas noteiktās „problēmās” un „līdzīgos gadījumos”. Autori vairāk attīsta integratīvu konsultēšanas pieeju, kas ietver

¹ Ertelt, B.-J., Schulz, W. E. (1998). *Beratung in Bildung und Beruf. Ein anwendungsorientiertes Lehrbuch*. Leonberg: Rosenberger Fachverlag.

un tālāk veido A. Aivija mikrokonsultēšanas² modeli, Ž. Īgana problēmu menedžmenta modeli un uz risinājumu orientētu konsultēšanu³.

Integratīvais konsultēšanas modelis savieno autoru tēmu, personu, profesijas aspektus un neklūst par vienpusīgi orientētu konsultēšanas formu. Konsultēšana izglītības un nodarbinātības jomā no konsultanta prasa mērķtiecīgu klienta skatījumu, tāpat kā mērķtiecīgu problēmu skatījumu. Pieminēšanas vērts ir arī fakts, ka šeit aprakstītais integratīvais konsultēšanas koncepts balstās uz aktīvu konsultanta un klienta sadarbību. Klientam visnepatīkamākā un visneskaidrākā konsultēšanas situācija, kurā konsultants varētu teikt, ka viņš „arī nezina, ko darīt tālāk”, vismaz nodarbinātības konsultēšanas jomā ir novērsta. Apgāda *Rosenberger* uzdevums ir noturēt konsultēšanu uzmanības centrā, būt par drošu informācijas avotu konsultantiem ar lielāku un mazāku pieredzi, kā arī dot savu artavu karjeras konsultēšanas profesionalizācijā. Tāpēc mēs piedāvājam konsultēšanas kompetences rokasgrāmatas otro izdevumu. Izdevums parāda konsultēšanas mācības aktuālo stāvokli un kalpo kā rokasgrāmata praktizējošam konsultantam. Izdevējs novēl plašu šīs grāmatas izplatību konsultantu vidū, kas savu iztiku pelna darbā ar cilvēkiem.

2008. gada februārī

Dr. Valters Rozenbergers
Konsultants un izdevējs

² Sal. Ivey, A.E. (2000). Führung durch Kommunikation. Zwischenmenschliche Kompetenz als Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg. Leonberg: Rosenberger Fachverlag.

³ Skatīt: Wolter, U. (2006). Lösungsorientierte Kurzberatung. Was auf schnellem Wege Nutzen bringt. Leonberg: Rosenberger Fachverlag.

1. Galvenās tendences konsultēšanas attīstībā

Jau vairāk nekā trīs gadu desmitus mēs organizējam mācības konsultēšanas teorijā, un joprojām brīnāmies, ka atkal veidojas jaunas teorijas. Tās kādu laiku atrodas uzmanības centrā un tad aiziet nebūtībā. Iemesls varētu būt sistemātisku Eiropas līmeņa pētījumu trūkums par konsultāciju nepieciešamību un rezultivitāti, īpaši izglītības un darba tirgus jomās (sal. Hofer, 1997, sal. arī Grawe, Donati, Bernauer, 1994).

Amerikas konsultantu apvienības konferencē 1999. gadā vairāk nekā 250 jau esošajām teorijām (sal.: Ivey, D'Andrea, Ivey, Simek-Morgan, 2002, 97) nāca klāt jaunas teorijas, to skaitā, „Impact-Therapy” (*ietekmes terapija*), „Filial-Therapy” (*filiāles terapija*) un „Floral-Therapy” (*augu terapija*), kuras tagad ir terapeitisko un neterapeitisko nozaru praktiķu rīcībā.

Nozīmīgākās pieejas, kas ir aktuālas jau ilgu laiku un kam ir radušies neskaitāmi atzari, Alans E. Aivijs (*Ivey*) sauc par „trim konsultēšanas spēkiem”:

- psihodinamiskā teorija;
- kognitīvā uzvedības teorija;
- eksistenciāli humānistiskā teorija.

Pirmais spēks: Psihodinamiskā pieeja

Šī pieeja ir ietekmējusi daudzus teorētiķus. Tā, piemēram, ne tikai Alfrēda Ādlera (*Adler*), Ērika Eriksona (*Ericson*) un Karla Gustava Junga (*Jung*) darbi ir ietekmējušies no Zigmunda Freida (*Freud*) psihoanalīzes teorijas, bet arī, nosacīti, Frederika (Friča) Perlza (*Perls*) darbi par tēla terapiju, Ērika Bernes (*Berne*) transakciju analīze, kā arī Ričarda Bandlera un Maikla Grindera (*Bandler, Grinder*) darbi par neirolingvālo programmēšanu.

Psihodinamiskā konsultēšana fokusējas uz zemapziņas procesiem, kas ietekmē klienta uzvedību. Tā ir „atklājoša” teorija – tiek analizēta pagātne, lai noskaidrotu, cik stipri tā ietekmē klienta pašreizējo uzvedību.

Aivijs, Aivija un Simeks-Morgans (1997, 210) ir definējuši psihodinamiskās terapijas galvenos aspektus:

1. Bērnības pieredze ir svarīga, un, lai pilnībā saprastu klientu, ir nepieciešama viņa attīstības vēsture pilnā apjomā.

2. Nozīmīga attīstības vēstures sastāvdaļa ir personas, ar kurām klientam galvenokārt ir bijusi saskarsme.
3. Klienti nezina ne par zemapziņas ietekmi uz tagadnes uzvedību, ne par tagadnes uzvedības sakarību ar pagātņi.
4. Ņemot vērā iepriekš teikto, klientus dzīvē stipri ietekmē ārpus viņu apziņas esošie spēki.
5. Psihodinamiskajai konsultēšanai vajadzētu palīdzēt klientam saprast, kā viņa pagātne ietekmē tagadni.

Tāpēc dažas psihodinamiskās konsultēšanas galvenās tehnikas un stratēģijas ir nozīmīgi ietekmējušas konsultēšanas speciālistu darbību. Brīvās asociācijas pamudina klientu teikt visu, kas viņam pašlaik ienāk prātā. Tādā veidā tiek mēģināts palīdzēt klientam meklēt faktorus, kuri ir viņa apziņas līmeņa pamatā.

Psihodinamiskās pieejas gadījumā konsultants un klients pievērš lielāku uzmanību interpretācijai. Šeit ir nepieciešama izveicība, jo klientam ir jāpalīdz piešķirt lielāku nozīmi viņa vajadzībām, vēlmēm, ilgām un nostājas izpausmei, kuras ir attiecināmas uz zemapziņas ietekmes cēloņiem. Papildus psihodinamiskās konsultēšanas galvenajai stratēģijai pastāv norāde uz sapņiem, kuru interpretācija bieži vien iet roku rokā ar brīvo asociāciju.

Psihoanalītiskās teorijas atkal un atkal zinātniski apstiprinās. S. Fišers un R. Grīnbergs (*Fisher, Greenberg, 1997*) izvērtēja vairāk nekā 2000 zinātniski pētniecisko darbu par psihoanalīzi. Salīdzinot un pretstatot, viņi nonāca pie slēdziena, ka liela to daļa balstās uz Freida vispārējo zemapziņas motivācijas teoriju. Mums Freudam ir jāpateicas par to, ka psihoterapeiti un konsultanti ir nonākuši pie labākas sapratnes par Es-aizstāvēšanās reakcijas nozīmi, pretestību konsultēšanas laikā, pārnesi un pagātnes notikumiem. Psihoanalītiskais iemesls ir devis nozīmīgu ieguldījumu labākai bērnības notikumu lomas izpratnei, kas bieži ir pamatā vēlākajām klienta problēmām un trūkumiem. Freida ieviestā „Runas terapija” pašreiz ir atrodama katrā nozīmīgākā konsultēšanas modelī. Taču viens no galvenajiem psihoanalītiskās konsultēšanas un terapijas trūkumiem ir tāds, ka analīzei ir vajadzīgs ilgs laiks. Tāpat arī daudzi psihoanalītiskie priekšstati (peņa skaudība, Edīpa komplekss, kastrācijas bailes – sarakstu varētu vēl papildināt) var būt vienlīdz problemātiski gan konsultantam, gan klientam. Psihoanalītiskais modelis, tāpat kā iepriekš, tomēr palīdz saprast agrākus bērnības piedzīvojumus, kā arī cilvēcisko uzvedību kopumā. Freids un viņa audzēkņi ir izveidojuši konceptus, kuri cilvēkus aplūko no sociālās, bioloģiskās un psiholoģiskās perspektīvas.

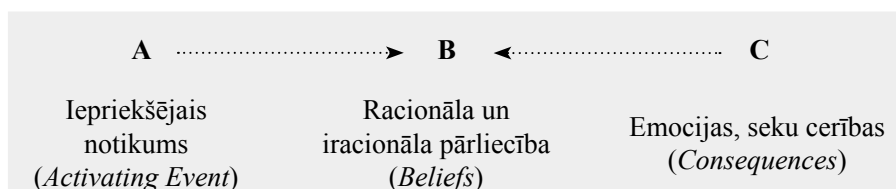
Otrais spēks: Kognitīvās uzvedības pieeja

20. gadsimta 60. un 70. gados Karla Rodžera (*Rogers*) uz personu orientētā konsultēšana bija viena no labākajām konsultēšanas teorijām. 20. gadsimta 90. gados priekšroka tika dota kognitīvās uzvedības teorijai. 60. un 70. gados uzvedības konsultēšana un kognitīvā konsultēšana no teoriju aspekta bija savstarpēji atdalītas, taču 20. gs. pēdējos divos gadu desmitos abas pieejas nozīmīgi tuvojās viena otrai. Izplatītākās ir Alberta Ellisa (*Ellis*) *racionāli emotīvā uzvedības konsultēšana*, Ārona Beka (*Beck*) *apzināšanās terapija*, Viljama Glasera (*Glasser*) *realitātes terapija* un Arnolda Lācarusa (*Lazarus*) *daudzdimensionālā konsultēšana*, kuru teorijas ir izteikti kognitīvas, tomēr arī Džozefa Volpes (*Wolpe*), Alberta Banduras (*Bandura*), Džona Krumbolca (*Krumboltz*) un citu vairāk uz uzvedību orientētās teorijas, tāpat kā iepriekš, turpina ietekmēt daudzu konsultantu darbu.

Uzvedības konsultēšana sākumā radās ASV, kur akceptēja optimistiskas, ātras, uz nākotni orientētas, zinātniskas un „kas tiek paveikts” konsultēšanas pieeju. A. Elliss (1973, 1980, 1987, 1992, 2004), D. Meihenbaums (1985, 1991, 1994) un A. Beks (1987, 1991, 1993) bija izcili teorētiķi, kas rūpējās par to, lai uzvedības konsultēšana savu smaguma centru pārceltu kognitīvās uzvedības virzienā. Kaut arī Glasers šīs teorijas nozīmi nepopularizēja (vēl neeksistēja arī kontroles teorija), tomēr arī viņu vajadzētu pievienot autoriem, kuri attīstīja kognitīvo uzvedības konsultēšanu.

Visi minētie autori uzsver, ka cilvēkam vajadzētu palīdzēt izmainīt domāšanu un veicināt izzināšanu, kam sekotu izmainīta uzvedība.

Pēc racionāli emotīvās uzvedības teorijas katram ir iedzimts potenciāls domāt racionāli un iracionāli, bet domāšanas veidi ietekmē sajūtas un izturēšanos.



1. att. **ABC modelis** (*Ellis*, 1980)

Konsultanta uzdevums ir kritiski pasvītrot klienta iracionālo pārliecību (*diskusijas, D.*). Elliss (1980) aprakstīja galvenos racionāli emotīvās

uzvedības terapijas mehānismus (REBT), kuros viņš parādīja, kā emocionāli aktualizēt trīs iracionālas pārliecības.

1. Man ir jānodrošina labs sniegums un tāpēc jāiegūst atzinība, citādi es tieku uzskatīts par neveiksminieku.
2. Citiem ar mani ir jāapietas tik saudzīgi un draudzīgi, kā es to no viņiem gaidu; ja viņi to nedarīs, tad sociālā vide viņus vainos, tiem pārmetīs un sodīs viņu nesaudzību.
3. Apstākļiem, kādos es dzīvoju, jābūt veidotiem tā, lai es dabūtu praktiski visu, ko es gribu – ērti, ātri un viegli, un man nav jāpieņem nekas, ko es negribu.

Šīs iracionālās pārliecības rada neproduktīvas sajūtas un nostāju:

1. Bezvērtība („Es neesmu vērtīgs, ja es nenodrošinu labu sniegumu, un tāpēc es netieku atzīts tik daudz, cik man tas būtu vajadzīgs.”)
2. Dramatizēšana („Tas ir briesmīgi, šausmīgi, ka es nespēju nodrošināt prasīto sniegumu!”)
3. „Es neizturēšu” uzvedība („Es nevaru paciest to, kas ar mani notiek, bet nedrīkstētu notikt.”)

Turpmākais piemērs pamato minētās teorijas.

Jūlija visu laiku ir uztraukta attiecību dēļ ar saviem draugiem. Kādu dienu viņa ienāca klasē un sūdzējās, ka viņas labākā draudzene pusdienās nesēdēja viņai blakus (A – sākotnējais notikums), un par to izrādīja savas dusmas un īgnumu (C – emocionālas sekas). Jūlija pieņēma, ka, ja viņas draudzene nesēdēja viņai blakus, tad tas jāsaprot tā, ka viņa (Jūlija) ir muļķe, viņa vairs nepatīk draudzenei un tā ar Jūliju vairs nekad nedraudzēsies (B – iracionāla pārliecība). Bez tam Jūlija no draudzenes prasīja noteiktu uzvedību un domāja, ka tas citādi nemaz nedrīkst būt.

Lai Jūlijai palīdzētu tikt galā ar problēmu, A. Elliss viņai ieteiktu pret šo iracionālo pārliecību cīnīties ar diskutēšanu (D). Lai laicīgi novērstu problēmu un lai viņa būtu mazāk satraukta un dusmīga, viņš varētu uzdot aptuveni šādus jautājumus:

1. Vai tikai tāpēc, ka tava draudzene sēdēja pie kāda cita, tas obligāti būtu jāsaprot tā, ka tu viņai vairs nepatīc vai arī viņa nekad vairs nebūs tava labākā draudzene?
2. Vai pastāv likums, kas nosaka, ka viņa nedrīkst sēdēt pie citiem, ja jūs esat draudzenes?
3. Kāpēc fakts, ka viņa sēdēja blakus kādam citam, nozīmē to, ka tu esi muļķe?
4. Pieņemsim, ka viņa rītdien sēdēs vēl pie kāda cita. Kādu lēmumu tu pieņemsī? Vai tu skraidīsi apkārt un jutīsies slikti vai arī meklēsi kādu citu blakussēdētāju?
5. Ja tu nevari noteikt, ko dara tava draudzene, tad ko tu vari noteikt?

Tāpat kā Elliss, arī Meihenbaums konsultēšanai palīdzēja ar papildu kognitīvo komponenti. Meihenbauma modelis, kas bieži vien ir aprakstīts kā *kognitīvā uzvedības modifikācija*, pirmkārt, aicina uz palīdzību klientam – nomainīt viņa verbālos pašaprakstus ar kognitīvo restrukturizāciju.

Meihenbaums un citi jau gadiem ilgi veiksmīgi lieto pašinstruktāžas tehniku. Šī tehnika iedrošina klientu pievērst uzmanību paša izteicieniem un tos nomainīt ar piemērotākiem. Klienti tiek iedrošināti šos izteikumus mācīties kā mājasdarbus situācijās, kad nav stresa. *Stresa imunizācijas* gadījumā Meihenbaums (1985) mēģina kombinēt sokratisko jautājumu uzdošanu, instruēšanu, pārstrukturēšanu, problēmu risināšanu, atslābināšanās treniņus, paša priekšstatu pasaules iztirzāšanu, pastiprināšanu, apkārtnes izmaiņas un paškontroli. Šī stresa imunizēšana sastāv no trim fāzēm:

- iemaņu iegūšanas,
- izmēģināšanas,
- izmantošanas un ilglaicīgas lietošanas.

Tāpat kā Beks, arī Meihenbaums uzlūko konsultēšanas sarunas ar klientu kā kooperatīvas un sirsnīgas. Akceptēšana un sapratne šajā gadījumā ir nozīmīgas dimensijas. Pēc izmeklētās problēmu situācijas analīzes prasmju iegūšana un izmēģināšana palīdz klientam iemācīties un lietot pārvarēšanas tehniku. Lietošanas un veikšanas fāzes galvenais mērķis ir nodrošināt, lai klients konsultēšanas sarunā iegūtās prasmes izmantotu arī praksē. Šajā gadījumā bieži vajadzētu lietot lomu spēles un simulācijas, lai iemācītos pārvarēšanas tehniku.

Ā. Beks kognitīvās terapijas modelī (ļoti līdzīgs A. Ellisa modelim) akcentē pārliecināšanas sistēmas nozīmīgumu, nosakot to, ko jūt un dara cilvēki. Beks (1987) koncentrējas uz to, lai saprastu maldīgās pārliecības un izmantotu plašu tehniku spektru nepiemērotas domāšanas koriģēšanai.

Beks nodarbojas arī ar domām, kuras, iespējams, viņa klienti neapzinās, un ar nozīmīgām klienta pārliecināšanas sistēmām, kuras tiek apzīmētas kā kognitīvās shēmas. Izšķir divus kognitīvo shēmu pamattipus: pozitīvo (spēj pielāgoties) un negatīvo (slikti spēj pielāgoties). Šīs shēmas pieļauj sagrozījumus. Populārākie sagrozījumi ir:

- *dihotomiskā domāšana* (visu vai neko)
„Ja es nedabūšu piecnieku, tad darbu es neesmu izpildījis.”
- *selektīvā abstrakcija*
Selektīvā koncentrēšanās uz vienreizēju darba neizpildīšanu, pretstatā vairākkārtējam veiksmēm.

- *arbitrārā inference* (impulsīvi secinājumi)
„Zināt”, ko patlaban domā kāds cits, vai to, kas slikts vēl notiks.
- *pārspīlētība attiecībā uz iespējamu katastrofu*
Kāda notikuma pārspīlēšana tiktāl, līdz rodas bailes.
- *palielināšana vai samazināšana*
Mazas nepilnības izskatās palielinātas vai pozitīvie aspekti – samazināti.
- *pārmērīga vispārināšana*
Konstruēt likumu uz viena vai divu negatīvu notikumu pamata.
- *etiķetēšana*
Radīt sev nepatīkamu pašsajūtu (ekstrēma vispārināšana). („Man nav draugu, es esmu pilnīgs zaudētājs!”)
- *personalizēšana*
Bezpersonisku notikuma personalizēšana un pārāk lielas nozīmes piešķiršana. („Vienmēr, kad es dodos uz darba interviju, ir pārāk lieli sastrēgumi!”)

Beks (1987) lielāku vērtību piešķir klienta – konsultanta attiecībām, kad konsultants pārstāv racionāli emotīvo metodi. Viņš šīs attiecības apskata kā sadarbību. Pirmajā sarunā laiks tiek veltīts ne tikai problēmas novērtēšanai, bet arī partnersadarbības izveidošanai. Tam kalpo vadītā analīze (sokrātiskais dialogs), kas palīdz klientam atšķirt kognitīvos pārrāvumus. Blakus vadītajai analīzei kognitīvās konsultēšanas gadījumā konsultants izmanto trīs atslēgautājumus, lai klientam atvieglotu savas negatīvās domāšanas izpēti:

1. Kur ir pierādījums jūsu pārliecībai?
2. Kā jūs citādāk izskaidrotu šo notikumu?
3. Ja tā ir taisnība, kā tas izpaužas?

Mājasdarbi ir nozīmīga kognitīvās konsultēšanas daļa. Pēc katras tikšanās tiek uzdoti speciāli mājas uzdevumi, kuri nākamajā reizē tiek pārbaudīti.

Kā pēdējo no četriem kognitīvās uzvedības modeļiem jāpiemin V. Glasera *realitātes terapija*. Tāpat kā Elliss, Meihenbaums un Beks, arī Glasers ir darījis ļoti daudz kognitīvās uzvedības konsultēšanas labā. Glasers skaidri uzsver, ka katrs pats ir atbildīgs par savu rīcību. Lai izskaidrotu individuālo motivāciju, viņš paplašināja N. Pouersa (*Powers, 1973*) *kontroles sistēmas teoriju* un izstrādāja piecu vajadzību sistēmu.

Šīs vajadzības ir: *īpašums, atzinība, prieks, brīvība un pārdzīvošana*. Pēc Glasera (1984, 1998), šīs vajadzības visos gadījumos kalpo kā uzvedības motivatori. Kopumā kognitīvās uzvedības teorijas attiecībā uz konsultēšanu ir bijušas ievērojamas. Uzmanības centrā tika izvirzīta *ricība*. Mājasdarbiem vajadzēja novest klientu pie jaunu uzvedības veidu iemācīšanās. Tika izveidotas daudzas jaunas un dažādas tehnikas, tās sekmīgi praktizētas ar klientiem. Bez tam šī virziena pārstāvji daudz izdarīja, lai kļiedētu mītus par kopējo konsultēšanas procesu. Viņi lietoja izglītojošo modeli, kas veicina ne tikai darba atmosfēru starp konsultantu un klientu, bet arī klienta pašpalīdzību.

Trešais spēks: Eksistenciāli humānistiskā pieeja

Aivijs (1997) eksistenciāli humānistiskās teorijas nosauc par konsultēšanas trešo spēku. Pie šīm teorijām parasti tiek pieskaitītas: *dzīves konsultēšana, logoterapija, izveides terapija* un, it īpaši, – *personcentrētā konsultēšana*. Uz konsultēšanas uztveres izmaiņām sevišķa ietekme bija K. Rodžera personcentrētās konsultēšanas teorijai, jo šī teorija bija ne tikai konsultēšanas sistēma, bet arī „garīgā nostāja attiecībā uz *conditio humana*” (Ivey, 1997, 350). Tas nozīmē, ka konsultēšanā valda attiecības starp diviem vienlīdzīgiem partneriem. Abu vienlīdzība ir nepieciešams un pietiekams nosacījums klienta domāšanas un nostājas izmaiņām un pozitīvai attīstībai. K. Rodžers (1977) ticēja, ka konsultēšanas mērķis nav tikai problēmu atrisināšana. Tās mērķis ir palīdzēt klientam attīstīties tā, lai tiktu pārvarētas gan esošās, gan potenciālās nākotnes problēmas. Personcentrētās konsultēšanas gaitā ir jārada uzticīga, silta, empātiska atmosfēra. Lai sasniegtu kādas personas domāšanas izmaiņanos, Rodžers uzskata par nepieciešamiem šādus sešus nosacījumus (1987, 39):

1. Divas personas atrodas psiholoģiskā kontaktā.
2. Klients sajūt nekongruenci, spriedzi.
3. Konsultants attiecībās ir kongruents vai integrēts.
4. Konsultants īsteno beznosacījumu pozitīvu atbalstu, izrāda cieņu un iejūtīgu akceptēšanu pret klientu.
5. Konsultants sajūt empātisku sapratni attiecībā uz klienta iekšējiem pārdzīvojumiem un cenšas šo uztveri nodot klientam.
6. Konsultants nodrošina beznosacījumu pozitīva atbalsta sniegšanu.

Tā kā Aivija definētās prasmes – uzmanīga klausīšanās, pārfrāzēšana un jūtu refleksija – balstās uz viņa akcentēto konsultanta mainīgo respektu, empātiju un atklātību, tad šos konceptus ir vērts apskatīt sīkāk.

Citas personas cienīšana

Cieņa jeb bezierunu pozitīvā pievēršanās un līdzjūtīga akceptēšana apzīmē uzvedību, kurā konsultants nevērtē klientu, bet gan akceptē tādu, kāds viņš ir. Turpmākais piemērs parāda atšķirības starp lielu un nelielu respektu.

Viens darbinieks saka otram: „Ja es būtu darījis to, kas man likās pareizi, nevis būtu klausījies uzņēmuma vadītāju, tad mans priekšstrādnieks nebūtu tik dusmīgs uz mani.”

Reakcijas ar mazu respektu:

„Ko jūs izdarījāt?”

„Kas ir jūsu priekšstrādnieks?”

„Ja jūs domājat, ka jums ir problēmas, tad es jums pastāstīšu, kur mani tikko ir ievilcis mans priekšnieks.”

Reakcijas ar respektu:

„Tas ir nepatīkami. Vai jūs vēlētos ar mani par to parunāt?”

„Tā kā jūs nedarījāt to, ko uzskatījāt par pareizu, jums tagad ir nepatīkšanas. Bet ko jūs citu varējāt darīt?”

Empātija

Personcentrētās konsultēšanas gadījumā konsultants mēģina „iejusties klienta ādā”, taču nekad neaizmirst, ka tas ir tikai it kā, ka „es esmu klients”. Tādā veidā tiek saglabātas objektīvas attiecības. Ja konsultants varētu uztvert klienta iekšējo pasauli, tad izmaiņas un izaugsme būtu noņemti iespējama.

Šāds piemērs varētu parādīt atšķirības starp pareizu un daļēju vai pat neesošu empātiju:

„Kopš es sāku mācīties ģimnāzijā, es jau tad priecājos par tās pabeigšanu un priecājos par darbu, bet tagad izskatās, ka es nekādu darbu neatradīšu. Tā taču ir, ka pastāv liels bezdarba līmenis. Es taču nekad nesameklēju darbavietu!”

Maz izteiktas empātiskas reakcijas:

„Protams, ka nav viegli atrast darbu.”

„Es zinu, kā jūs jūtaties.”

„Darbs pusslodzē varbūt varētu ienest pietiekamus ienākumus, lai apmierinātu jūsu vajadzības.”

Izteiktas empātiskas reakcijas:

„Jūs patiešām esat vilies, ka uzreiz pēc ģimnāzijas beigšanas nevarat atrast darbu.”

„Jūs domājat, ka lielā bezdarba līmeņa dēļ nekad neatradīsiet darbavietu, un tas ir ļoti nepatīkami.”

Dažādi pētījumi ir parādījuši attiecību nozīmi konsultēšanā. Lamberts un Bergins ir pētījuši vairākas konsultēšanas dimensijas un snieguši šādus secinājumus:

„Starppersonālie un sociāli ietekmējošie faktori, kuri ir kopīgi visām terapijām, vēl joprojām ir būtiskākie pacientu izveseļošanās atbalstītāji. Nepārsteidz tas, ka palīdzības sniegšana cilvēkiem ar depresiju, trūkumiem, baiļu stāvokļiem un iekšējiem konfliktiem, tāpat kā palīdzības sniegšana nopietnu attiecību izveidošanai un dzīves jēgas piešķiršanai, ir daudz vieglāk veicama ar tādām terapeitiskām attiecībām, kurās valda uzticība, siltums, akcepts un cilvēciskā gudrība.” (*Lambert, Bergin, 1994, 181.*)

Īstums (kongruence)

Īstumam konsultanta uzvedībā ir ļoti liela nozīme katrā konsultēšanas darbības sfērā, bet īpaši liela nozīme tam ir multikulturālajā konsultēšanā. Īstumam visupirms raksturīgs ir tas, ka konsultants nespēlē lomu, bet gan attiecībās ar klientu viņš paliek pats. Konsultanta uzvedībai ir liela ietekme uz klientu. Īstuma pakāpes ilustrē šāds piemērs:

Skolotāja ir nervoza, jo viņas mācību stundu, kura bieži vien nenotiek klusi, grib apmeklēt vecāku grupa. Viens no skolēniem jautā skolotājai: „Miķelsones kundze, vai jūs neesat nedaudz nervoza? Mūsu vecāki šodien no rīta pārbaudīs mūsu klasi...”

Reakcija ar mazu īstumu:

„Ja tu mani izblamēsi savu vecāku priekšā, tad tu to nožēlosi.”
„Skolotāji pie tādām lietām ir pieraduši.”

Patiesas reakcijas:

„Jā, es nedaudz uztraucos.”
„Jā, esmu uztraukusies. Es zinu, ka esmu atkarīga no mūsu sadarbības, lai atstātu uz vecākiem labu iespaidu.”

Aivijs savā integrētajā, multikulturālajā pieejā ir pārņēmis šo konsultēšanas nostāju no K. Rodžera. Uzmanīga klausīšanās un saprašana, tas, kā klients uztver notikumus, ir svarīga multikulturālās konsultēšanas daļa. Humānistiskie, personcentrētās konsultēšanas attiecību aspekti vairāk nekā citos modeļos pievērš uzmanību cilvēciskajām attiecībām un klausīšanās nozīmei.

Džeralds Korejs (*Corey, 1996, 213*) ir apkopojis humānistiskās psiholoģijas darbus un īpaši uz personu attiecināmo K. Rodžera pieeju. Viņa

darbs ir tulkots divpadsmit valodās. Tā ietekme ir starpkulturāla un iedarbība – globāla:

1. Daudzās Eiropas valstīs viņa teorijas ietekmēja komunikāciju, audzināšanu un konsultēšanu.
2. Japānas, Austrālijas, Dienvidamerikas un Meksikas konsultanti pārņēma uz personu orientētās konsultēšanas konceptus.
3. Lielos semināros tika mēģināts uzlabot starpkultūru komunikāciju Dienvidāfrikā, Īrijā, Polijā, Itālijā, Japānā, Meksikā un citās valstīs.

2. A. Aivija mikrokonsultēšanas modelis

2.1. Modeļa attīstība un raksturojums

2.1.1. Teoriju integrēšana un multikulturālā konsultēšana

Būtu par garu šajā nodaļā uzskaitīt visus Aivija rakstus teorijas piesaistes un multikulturālās konsultēšanas jomā. Mēs izšķīrāmie tuvāk apskatīt tikai piecus „Counseling and Psychotherapy” izdevumus. (*Ivey, Simek-Downing, 1980; Ivey, Bradford-Ivey, Simek-Downing, 1987; Ivey, Bradford-Ivey, Simek-Downing, 1993; Ivey, Bradford-Ivey, Simek-Downing, 1997; Ivey, D'andrea, Ivey, Simek-Morgan, 2002*).

Pirmajā „Counseling and Psychotherapy” izdevumā autori uzsver ne tikai konsultācijas sarunas kā lēmuma pieņemšanas procesa nozīmi, bet arī pasvītro daudzās prasmes mikrokonsultēšanā. Nozīmīgākais jautājums šajā grāmatā ir:

„Kādu terapijas procedūru vajadzētu izmantot konkrētam indivīdam un pie kādiem nosacījumiem?”

Vispārējās konsultēšanas teorijas ideja nebija jaunums. Taču Aivija mikrokonsultēšanas plašās atziņas dēļ viņa galvenajiem pieņēmumiem par integrēto atziņu bija ievērojama ietekme uz konsultantu izglītošanu. Arī multikulturālās konsultēšanas nozīmi jau skaidri varēja redzēt pirmajā Aivija izdevumā:

„Visas palīdzības teorijas un tehnikas beigu beigās nodarbojas ar to, lai cilvēks atbrīvotos, lai viņš varētu ģenerēt pēc iespējas lielāku verbālu un neverbālu izteikumu un modeļu skaitu, un tos tādā veidā padarīt pieejamus turpmākai mērķtiecīgai darbībai.” (*Ivey, Simek-Downing, 1980, 171.*)

„Atšķirīgās kultūras grupās iemaņām būs dažādi lietojuma veidi. Veids, kas vienā kultūrā būs piemērots, citā kultūrā varbūt būs mazāk efektīvs.” (*Turpat, 174.*)

Otrajā, 1987. gada, izdevumā autori turpināja savus izmēģinājumus teoriju savienošanā. Viņi izpētīja 13 nozīmīgākās konsultēšanas teorijas un definēja savu vispārējo jeb metateoriju kā:

„... teoriju, kuras mērķis ir dažādu teoriju pamatā esošu modeļu izprašana – īpaši harmonijas un sakarību meklēšana starp/un alternatīvajās teorijās un metodēs. Izmantota konsultēšanā un psihoterapijā, galvenā attīstības teorija kalpo apvienotai un sistemātiskai iemaņu, teorijas un prakses formulēšanai palīdzības procesā.” (XI lpp.)

Šajā izdevumā Aivijs u. c. (1987) vēl vairāk uzsver kultūras nozīmi: pirmā nodaļa ir pilnībā veltīta internacionālītai. Kultūrālā internacionālītai nozīmē, ka konsultantam ir jāpiemīt trim galvenajām prasmēm:

- 1) prasmei ģenerēt domu, vārdu un uzvedību maksimumu, lai spētu komunicēt noteiktā kultūrā;
- 2) prasmei ģenerēt domu, vārdu un uzvedību maksimumu, lai spētu komunicēt ar vairākām dažādām grupām un indivīdiem šajā un ārpus šīs kultūras;
- 3) prasmei formulēt plānus, reaģēt uz daudzām pieejamajām iespējām un reflektēt uz šīm reakcijām. (10.–12. lpp.)

Otrajā izdevumā autori lielu uzmanību ir veltījuši feministiskajai terapijai, jo atzinuši, ka sievietes domā vairāk „radniecīgi” un vīrieši vairāk „lineāri”.

Trešajā izdevumā (*Ivey, Bradford-Ivey und Simek-Morgan, 1993*) vēl lielāka vērība tiek pievērsta multikulturālajai konsultēšanai. Ar multikulturālo konsultēšanu konsultanti novērtē ģimenes un kultūras ietekmes nozīmi uz klienta realitāti. Precīzāk – kulturālā apziņa nonāk vairāk priekšplānā. Juko Fukujama (*Fukuyama, 1990*) sniedz pārliecinošus argumentus par to, ka multikulturālajā konsultēšanā ir jāievēro šādi faktori:

- 1) kultūru nedrīkst definēt pārāk cieši un nedrīkst tajā ietvert tādus aspektus kā dzimumu, vecumu, rasi un etnisko piederību;
- 2) jāpievērš uzmanība stereotipiskās domāšanas briesmām;
- 3) konsultēšanas laikā jāuzsver valodas nozīme;
- 4) jāizsaka aicinājums attiecībā uz visu kultūru un ģimeņu lojalitāti un lepnumu;
- 5) jānodrošina informācija par socializācijas un apspiešanas procesiem;
- 6) jāparāda dzimumu lomu nozīme;
- 7) jāpalīdz atsevišķām personām attīstīt savu identitāti un pašvērtības sajūtu konkrētā kultūrā;
- 8) jāparāda un jāatvieglo indivīdu pasaules uzskatu saprašana – kādas tiem ir sakritības ar ģimeni un kultūru.

Aivijs, Bredforde-Aivija un Simeks-Morgans (1993) galvenās multikulturālās konsultēšanas iezīmes apkopo šādi:

- Multikulturālā konsultēšana ir kā teorija pati par sevi, kā arī vispārējs teorētisks virziens visām citām konsultēšanas teorijām.

- Tā kā galvenajām konsultēšanas teorijām ir „vīrišķīgs” eiropiski ziemeļamerikāniskais pamats, pastāv vajadzība konsultēšanas teorijai pievienot multikulturālu dimensiju.
- Feministiskā konsultēšana un afrocentriskā teorija parādīja, ka no kulturāla bāzes ietvara ir iespējams attīstīt jaunas konsultēšanas teorijas.
- Multikulturālā konsultēšana uzsver, ka ģimenes, grupu un kulturālās intervences ir nepieciešama konsultēšanas daļa.

„Counseling and Psychotherapy” (*Ivey, Bradford-Ivey, Simek-Morgan, 1997*) ceturtais sējums ietver papildu nodaļas par multikulturālo konsultēšanu, kurās vēl lielāka vērība ir pievērsta „kulturāli starpnacionālam” konsultantam. Viena apjomīga grāmatas daļa (131.–203. lpp.) ir veltīta universālajai konsultēšanas pieejai (*Ivey et al., 1997*), kuras mērķis ir:

„Atsevišķas personas, ģimenes, sociālās grupas un organizācijas atbrīvo tiktāl, lai tie ģenerētu jaunus domāšanas, jušanas un rīcības ceļus un tādējādi varētu dzīvot ar mērķi [...] Multikulturālā konsultēšana nav pretstatā kognitīvajai, psihodinamiskajai vai eksistenciāli humānistiskajai pieejai, taču tā vairāk meklē kultūru kā centrālo pievienoto elementu, kur vienlaicīgi tiek respektētas vecākas tradīcijas.” (138. lpp.).

Šajā izdevumā ir vairāki papildinājumi, kuri atkal parādīja, ka Aivijs ir bijis visiem priekšā, kad runa ir par konsultēšanu. Klāt ir nākušas tēmas, stratēģijas un tehnikas, kas saistītas ar īso konsultēšanu, kura orientēta uz risinājumu, ģimeņu konsultēšanu un spirituālismu – šeit visur tika integrēta multikulturālā pieeja.

Tā kā mēs šajā grāmatā iekļāvām nodaļu, kas aplūko uz risinājumu vērsto īso konsultēšanu, īpaši interesanta liekas Aivija multikulturālā konsultēšana apvienojumā ar īso uz risinājumu vērsto konsultēšanu.

Uz risinājumu vērstajā konsultējošajā darbībā vēl vairāk tiek akcentēta sabiedrības un ģimenes ietekme, empātiskās, gādīgās attiecības starp cilvēkiem, tā iekļaujot ģimeniskos un multikulturālos jautājumus.

Piektajā „Theories of Counseling and Psychotherapy” (*Ivey et al., 2004*) izdevumā, pārstrādājot vairākas nodaļas, īpašs uzsvars ir likts uz multikulturālo konsultēšanu. Bez tam ir pievienota daļa par ģimeņu konsultēšanu un psihoterapiju. Tajā autori iztirzā pirmatnējo perspektivitāti attiecībā uz ģimeni un attiecībā uz šo tēmu piedāvā sistēmisku redzējumu. Īsi sakot, Aivijs u. c. (2004, sākot ar 394. lpp.) uzsver, ka katru ģimeni stipri ietekmē attiecību tīkls, regulas un lomas gaidas no kaimiņiem, medijiem, darbavietas un skolas.

Sistēmiskos konsultēšanas modeļus iespējams klasificēt pēc šādiem virzieniem:

- a) vēsturiskie (autori: *Bowen; Ackermann; Sharff*);
- b) internacionālie/uzvedības orientētie (autori: *Minuchin; Harley; Liberman*);
- c) eksistenciālie (autori: *Whitaker; Napier; Satir*);
- d) ekoloģiskie/postmodernie (autori: *Watzlawick; Anderson; Neimeyer*);
- e) integratīvie (autori: *Brenzlin; Pinsof; Ivey*).

Jaunais izdevums satur arī noderīgu informāciju par portfolio metodes izmantošanu attiecībā uz konsultēšanas kompetenču tālāku attīstību konsultēšanas mācībās. Īpaši interesants šajā gadījumā ir Aivija u. c. aprakstītais modelis ar akronīmu RESPECTFUL, kuram konsultēšanas praksē vajadzētu palīdzēt attīstīt multikulturālās kompetences.

- R – reliģiska/garīga identitāte (*religious/spiritual identity*)
- E – ekonomiskais fons (*economic background*)
- S – dzimuma identitāte (*sexual identity*)
- P – fiziskais briedums (*psychological maturity*)
- E – etniska identitāte (*ethnic/racial identity*)
- C – no laika un attīstības atkarīgi izaicinājumi (*chronological/developmental challenges*)
- T – trauma un citi draudi labsajūtai (*various forms of traumata and threats to well-being*)
- F – ģimenes fons un vēsture (*family background and history*)
- U – specifiskas fiziskas rakstura iezīmes (*unique physical characteristics*)
- L – dzīvesvieta un valodu atšķirības (*location of residence and language differences*)

Aivijs pieļauj, ka šie desmit faktori daudzējādā ziņā ir noteicoši attiecībā uz klienta attīstību un personisko labsajūtu (sk. arī RESPECTFUL – *Würfel*, 33. lpp.).

Piektais izdevums nobeigumā piedāvā mājas lapu (www.ablongman.com/ivey5e) ar daudzām saitēm uz citiem specializētajiem avotiem, specializētajām organizācijām un ētikas direktīvām.

2.1.2. Mikrokonsultēšana un apzinātā konsultēšana

„Counseling and Psychotherapy” piecos izdevumos Aivijs uzsver teoriju integrāciju un novieto multikulturālo konsultēšanu kā piekto spēku, bet grāmatas „Intentional Interviewing and Counseling” sešu izdevumu ietvaros viņš koncentrējas uz spēcīgu prasmju un stratēģiju nodošanu konsultantiem, lai atvieglotu klienta attīstību.

Jau pirms pirmā izdevuma 1983. gadā Aivijs padziļināti nodarbojās ar uzmanīgas klausīšanās pamattehnikām un citām komunikāciju prasmēm. Ar šo grāmatu viņš ir izveidojis lielisku padomdevēju. Katra grāmatas nodaļa aplūko kādu specifisku prasmi vai prasmju kopumu attiecībā uz konsultāciju sarunām. Grāmatas uzbūve ir šāda:

- prasmju prezentēšana un vingrinājums vieglākai iemaņas saprašanai;
- saruna, kas tiek prezentēta lomā spēlē, lai labāk demonstrētu iemaņas, tai seko visas iemaņu detaļas;
- nodaļas kopsavilkums, praktiski uzdevumi un skalas pašnovērtēšanai, lai lietotājs varētu palīdzēt identificēt iemaņas, tās izmantot un nodot tālāk.

Otrajā, 1988. gada, izdevumā Aivijs veic vairākas būtiskas izmaiņas. Tā, piemēram, iemaņas tiek grupētas noteiktās vienībās (sk., sākot ar 32. lpp.). Šajā izdevumā autori (*Ivey et al.*, 1988) pārsvarā pievēršas konfrontācijas iemaņām, ieskaitot „konfrontācijas iedarbības skalu”. Pēc Aivija domām, nozīmīgs konsultēšanas iemaņu aspekts ir nepieciešamība un spēja norādīt uz klienta domāšanas nesaskaņām, pretrunīgumu un sajauktiem izteikumiem.

Otrs nozīmīgs papildinājums šajā izdevumā bija klienta attīstības pakāpes novērtēšana. Pēc Aivija domām, nav pieļaujams, ka konsultants savu runas stilu pielāgo klienta attīstības pakāpei. Viņš attīstības pakāpes iedala šādi (*Ivey*, 1988, 177–179):

1. pakāpe: Pirmsoperacionālā

Klients ir iestrēdzis, jo klientam nav alternatīvu, vai arī pastāv ierobežots iespēju spektrs.

2. pakāpe: Konkrētas operācijas

Klientam ir zināmi daži problēmu punkti, viņam ir noteiktas iemaņas, taču viņš nezina, kā lai tās izmanto. Piemēram, darbinieks, kas tika paaugstināts citā amatā, par kuru viņam ir tikai daļēja sajēga.

3. pakāpe: *Uz sevi vērstās formālās operācijas*

Klientam nav vajadzīga liela palīdzība no citiem. Piemēram, darbinieks, kas ir radis strādāt patstāvīgi, strādā apmierinoši, tomēr viņam ir grūtības kādas noteiktas problēmas gadījumā.

4. pakāpe: *Mainīgā jeb dialektiskā*

Konsultants, kas ļauj klientam attīstīt pašam savus mērķus un ļauj strādāt ar viņu kā vienlīdzīgu partneri.

Feministiskā konsultēšana, piemēram, ir teorija, kuras virziens ir 4. pakāpe. Šai attīstības pakāpei (Ivey, 1988, 185) sastādīja diagrammu (sk. 2. attēlu).

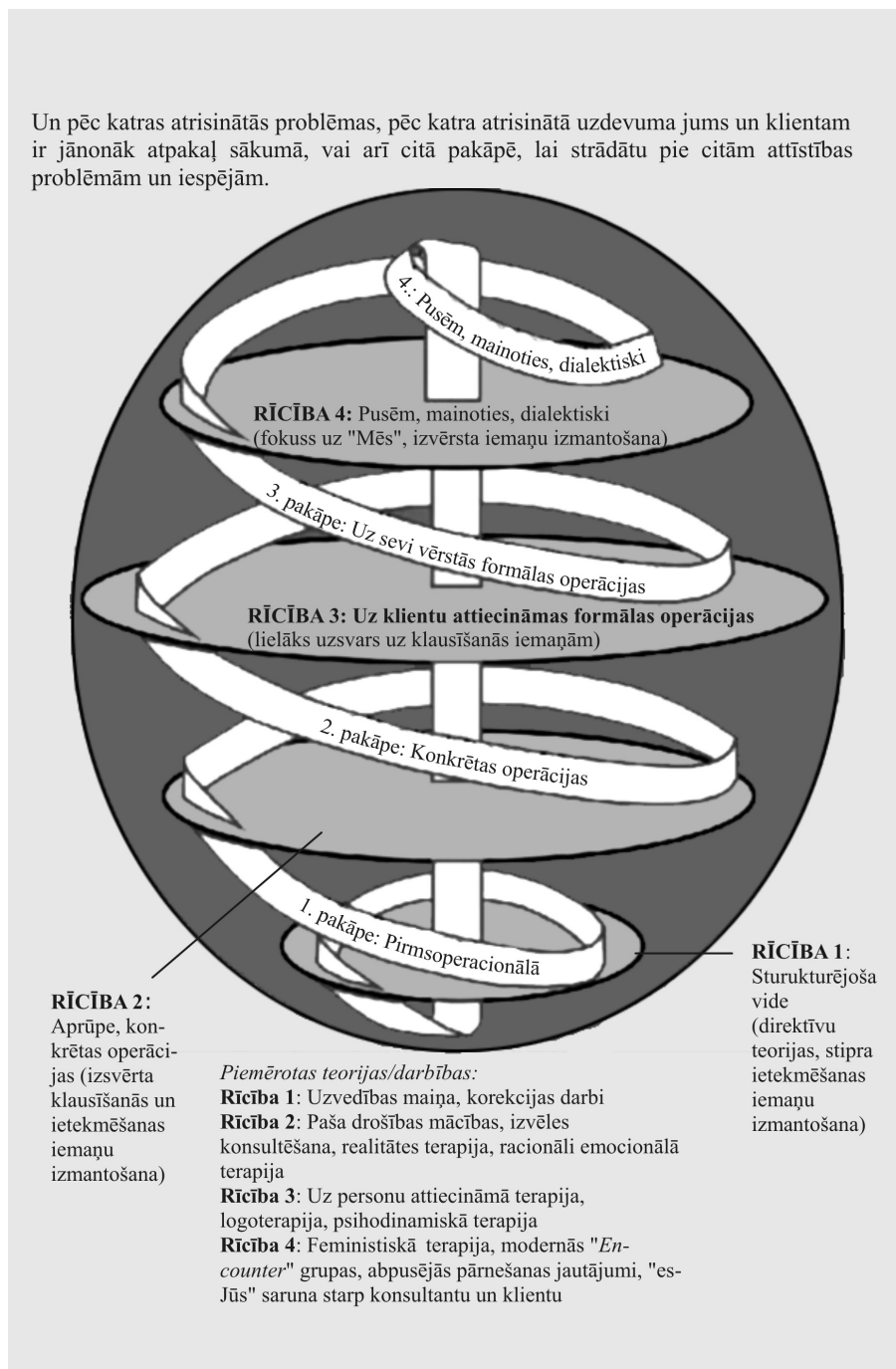
Attēlā redzams, ka pēc katras atrisinātās problēmas, pēc katra atrisinātā uzdevuma konsultantam un klientam ir jānonāk citā pakāpē vai arī atpakaļ sākumā, lai strādātu pie citām attīstības problēmām un iespējām.

Trešajā „Intentional Interviewing and Counseling” (Ivey, 1994) izdevumā autors uzsver konsultanta multikulturālās apziņas nepieciešamību. Viņš detalizēti iztirzā ietekmēšanas iemaņas, piemēram, loģiskās konsekvences, direktīvu, informācijas došanu un atgriezenisko saiti. Šajā izdevumā ir izveidota vēl viena nodaļa par fokusēšanas iemaņām.

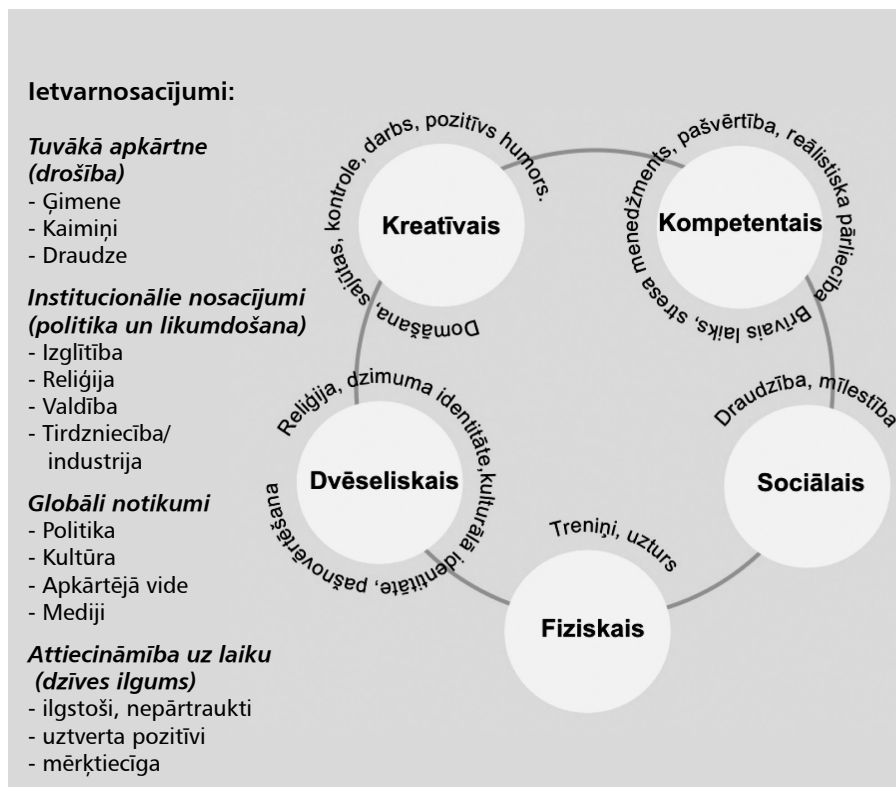
„Intentional Interviewing and Counseling” (Ivey, 1999, 2002) ceturtajā un piektajā izdevumā Aivijs vēl detalizētāk apraksta konsultēšanas ietekmēšanas sešas iemaņas: *refreimingu* (klienta attieksmes izmaiņu pret kādu notikumu, pašu notikumu nemainot), loģiskās konsekvences, pašatklāsmi, atgriezenisko saiti, informāciju un viedokli, kā arī direktīvu sniegšanu. Šie papildinājumi īpaši vērtīgi šķiet nodarbinātības konsultantiem, konkrētu situāciju analītiķiem un izglītības konsultantiem, lai uzskicētu jaunus scenārijus uz risinājumu orientētas konsultēšanas nozīmē, tā kā viņiem ir jāpalīdz tiem, kuri meklē padomu.

Jaunākajā grāmatas izdevumā (Ivey & Ivey, 2007) autori ir pievienojuši vairākus jaunus aspektus. Ar „labsajūtu” (*wellness*) (Ivey & Ivey, 2007, sākot no 488. lpp.) tiek saprasta orientēšanās uz veselību un labsajūtu. Ķermenim, garam un dvēselei jābūt harmoniskā vienotībā, lai cilvēks varētu dzīvot piepildītu dzīvi. *Labsajūtas modelis* atspoguļots T. Svīneja un Dž. Meijera (Sweeney & Myers, 2004) grāmatā, un to raksturo šādi faktori: nedalāmais pats, kompetentais, kreatīvais, fiziskais, dvēseliskais, sociālais (sk. 3. att.).

Un pēc katras atrisinātās problēmas, pēc katra atrisinātā uzdevuma jums un klientam ir jānonāk atpakaļ sākumā, vai arī citā pakāpē, lai strādātu pie citām attīstības problēmām un iespējām.



2. att. Konsultatīvās darbības attīstības pakāpes un konsultanta darba stils (pēc Ivey, 1988)



3. att. Nedalāmais pats: labsajūtas empīriskais modelis

Daži papildinājumi jaunajā izdevumā:

- sniegts ievads lasītājam, kā apzināties dzīves jēgu un mērķus;
- informācija par jaunākajiem pētījumiem neiro psiholoģijā, kas sniedz norādes uz to, ka iedarbīga konsultēšana ietekmē ne tikai domāšanu, bet arī smadzeņu attīstību;
- katra nodaļa sākas ar atsevišķu gadījumu studijām un detalizētiem vietējo un starptautisko ekspertu viedokļiem;
- 14. nodaļā, kurā rakstīts par atsevišķu iemaņu integrāciju, lasītājs atradīs vairākus priekšlikumus un stratēģijas attiecībā uz pirmreizējo (sākotnējo) konsultēšanu.

Aivija & Aivijas jauniznākušo grāmatu papildina CD ar jauniem videomateriāliem attiecībā uz jūtu reflektēšanu, etniskiem un multikulturāliem jautājumiem.

Jaunākajā T. Daniela (2007) pētījumā analizēti 450 empīriski gadījumi par mikrokonsultēšanas izmantošanu (dati ir pieejami *Ivey & Ivey*, 2007, sestā izdevuma CD). Nozīmīgākie secinājumi ir šādi:

- Konsultēšanas iemaņas iespējams klasificēt. Mikrokonsultēšana iemaņu trenēšanā ir iedarbīgāka nekā citas starpniecības formas.
- Lai aktuālās konsultēšanas iemaņas varētu nodot tālāk, nepieciešama to nepārtraukta lietošana.
- Zinātniskie pētījumi attiecībā uz konsultantiem, sociālajiem darbiniekiem, māsiņām un līdzīgām aroda grupām Japānā, Holandē, Zviedrijā, Kanādā un Āfrikā parāda mikrokonsultēšanas iemaņu interkulturālo patiesumu.
- Šo iemaņu lietpratīga izmantošana konsultēšanā rezultējas lieliskā konsultanta un klienta sadarbībā un tai sekojošā klienta apmierinātībā.
- Komunikatīvu iemaņu nodošana klientam var būt iedarbīga (*Ivey & Ivey*, 2007, 219).

2.1.3. Pētījumi saistībā ar mikrokonsultēšanu

Septiņdesmitajos gados, sekojot pirmajam Aivija izdevumam „Micro-counseling: Innovations in Interviewing Training” (1971), grāmatu tirgū parādījās simtiem apcerējumu par mikrokonsultēšanas tēmu. R. Pārkers (*Parker*, 1972) šo metodi izmantoja, lai 20 maģistrantūras studentiem iemācītu afektīvo domāšanu un reaģēšanu. Uzreiz pēc tam tie, kuri vēlāk sāka nodarboties ar mikrokonsultēšanu, uzrādīja ievērojami labākus rezultātus, nekā salīdzinošā grupa. Dž. Šea (*Shea*, 1975) mikrokonsultēšanu izmantoja, lai konsultanti apgūtu konsultējošo konfrontēšanu un uz augsmi vērstu uzvedību. Belle (1976) mikrokonsultēšanu salīdzināja ar „tradicionālajām” uzmanīgas klausīšanās mācībām. Attiecībā uz uzmanību un verbālo uzvedību mikrokonsultēšanas grupa uzrādīja ievērojami labākus rezultātus nekā salīdzinošā grupa.

Dž. Kasdorfs un K. Gustafsons (*Kasdorf, Gustafson*, 1978) recenzēja neskaitāmus mikrokonsultēšanas literatūras izdevumus. R. Kerebroks (*Kerrebrock*, 1971) trenēja skolu konsultantus uzmanīgās klausīšanās jomā, jūtu reflektēšanā un jūtu izpausmēs. Viņš konstatēja, ka grupa abas pēdējās iemaņas mikrokonsultēšanā lieto daudz biežāk. V. Skrogins un A. Aivijs (1976), kuri izmantoja teorijas par studentu kopmītņu konsultantiem, secināja, ka tie attiecībā uz citām salīdzinošajām grupām uzrādīja

daudz labākus rezultātus minimālā uzmundrināšanā, pārfrāzēšanā, jūtu reflektēšanā un apkopošanā.

N. Glikšterns (*Gluckstern*, 1973) konstatēja, ka mikrokonsultēšanas iemaņas apguvušie darba konsultanti sešu mēnešu ilgajā zināšanu atsvaidzināšanas kursā stabili pieturējās pie savām iemaņām. M. Gutmans un R. Hāze (*Guttman und Haase*, 1972) konstatēja, ka konsultanti pēc mikrokonsultēšanas mācībām konsultēšanas sarunās tiešām izmanto jūtu reflektēšanas un jūtu apkopošanas iemaņas. Iepriekš Daniels (1998), kā arī Daniels, Rigacio-Digilio un Aivijs (1997) pārliecinoši apstiprināja Aivija atziņu attiecībā uz konsultantu mācībām. Paralēli tam S. Beikers un T. Daniels (1989), Beikers, Daniels un Grīlijs (1990) ir veikuši visas mikrokonsultēšanas novirziena literatūras recenzēšanu. Beikers un Daniels (1989) mikrokonsultēšanas teorijas recenzēja metaanalītiski. 81 pieejamā pētījuma rezultāti parādīja, ka kopumā mikrokonsultēšanas ietekme atbilst kategorijai „izteikts efekts”. Pētījums apliecināja, ka mikrokonsultēšanas metode ir ļoti efektīva, nododot tālāk elementāras komunikāciju iemaņas. Pētījumi arī apstiprināja, ka mikrokonsultēšana ir ļoti piemērots veids, lai nodotu tālāk padziļinātas konsultēšanas iemaņas, tādas kā pašizpaušmi, konfrontāciju, kā arī jūtu reflektēšanu un nozīmi. Izglītošana mikrokonsultēšanā nodrošināja prasmju un iemaņu ciešāku iekļaušanu reālajā konsultēšanas praksē.

2.2. Konsultēšana un apzināta sarunas vadīšana no multikulturālās perspektīvas

2.2.1. *Multikulturālās konsultēšanas teorēmas*

1. nodaļā mēs kopumā attēlojam trīs konsultēšanas spēkus – psihodinamisko, kognitīvo un eksistenciāli humānistisko. Kā ceturto konsultēšanas spēku Aivijs, Aivija un Simeks-Morgans (1997) attēlo multikulturālo konsultēšanu. Sešas nozīmīgākās teorijas, kuras detalizēti apraksta Aivijs u. c. (2002, 191.–360.), balstās uz Donalda Vinga Sjū (*Donald Wing Sue*, 1995) multikulturālā darba atziņām.

1. Multikulturālā konsultēšana ir integrējoša konsultēšanas metateorija.
2. Klienta un konsultanta identitāte veidojas no vairākām pieredzes un konteksta pakāpēm. Šīs pieredzes un kontekstu kopums atrodas konsultēšanas procesa uzmanības centrā.
3. Klienta kulturālās identitātes attīstība ir viens no galvenajiem nosacījumiem gan konsultanta, gan arī klienta nostājai attiecībā pret sevi, citām tās pašas sociālās grupas personām, grupai piederīgajiem un dominējošo grupu.
4. Konsultēšanas efektivitāte palielinās, ja konsultants izmanto tehnikas, stratēģiju un mērķus, kas ir pieskaņoti klienta dzīves pieredzei un kulturālo vērtību skalai.
5. Tradicionālā individuālā konsultēšana ir viena no daudzajām teorētiskajām tehnikām un stratēģijām. Citas ietver lielākas sociālās vienības, sistēmisku iejaukšanos un preventīvos pasākumus.
6. Multikulturālā konsultēšana uzsver personiskās apziņas paplašināšanas nozīmīgumu – arī attiecībā uz ģimeni, sociālo grupu un citām struktūrām. Tā izmanto daudzu kultūru atbalsta metodes.

1. *Multikulturālā konsultēšana kā metateorija*

Multikulturālā konsultēšana ir metateorētiska teorija. Tā ņem vērā, ka katra konsultācija notiek kulturālā kontekstā un kalpo kā integrējoša saikne katrai konsultācijai. Visas konsultēšanas teorijas tiek attīstītas specifiskā kulturālā kontekstā, un tās ietekmē kultūra. Multikulturālā konsultēšana mēģina klientam palīdzēt risināt problēmas no kultūras perspektīvas un mēģina atrast piemērotus kulturālus risinājumus. Aivijs u. c. (2002, 297) norādīja, ka multikulturālā konsultēšanas teorija nodarbojas

ar internacionalitāti un multikulturālās konsultēšanas mērķis ir atbrīvot klientu, lai tas varētu dzīvot mērķtiecīgi, ģenerējot jaunu domāšanu, attieksmi un rīcību. Tāpēc multikulturālā konsultēšana noteikti nav pretstats pirmajiem trim konsultēšanas spēkiem (psihodinamiskajam, kognitīvajam un eksistenciāli humānistiskajam), bet gan kultūru mēģina iesaistīt konsultēšanā kā centrālo elementu. Nvahu (Nwachuku) un Aivijs (1991) izveidoja un definēja soļus, kas varētu palīdzēt konsultēšanas teorijai dot kulturālu pieskaņu. Šis trīspakāpju process sastāv, pirmkārt, no specifiskās kultūras izpētes un šīs kultūras nozīmīgāko personālo un starppersonālo iezīmju noteikšanas. Otrkārt, no šīs kultūras tiek „izfiltrētas” konkrētas iemaņas un stratēģijas, kuras, iespējams, varēs izmantot konsultēšanas situācijā. Un, visbeidzot, jaunās teorijas vai teorija ar uz to attiecināmajām iemaņām un stratēģijām tiek izmēģināta praksē.

Pirmais uzdevums nākamajā nodaļā palīdzēs izprast uz kultūru attiecināmās palīdzības teorijas.

2. Daudzslāņainie konteksti un pieredze

Multikulturālās konsultēšanas gadījumā jāņem vērā visa pieredze un konteksti. Daudzās rietumu konsultēšanas teorijās, konsultants, piemēram, savu skatienu vērš galvenokārt tikai uz to, ko katrs klients varētu darīt, lai pats sev palīdzētu. Tomēr citās kultūrās ir vajadzīgs vairāk līdzsvarotības, piemēram, jāņem vērā ģimene, indivīds un kopiena. Tradicionālais fokuss uz patstāvību un neatkarību, iespējams, pieprasa attiecību paplašināšanu ar citām personām, abpusēju atkarību un savienību. Aivijs, D'Andrea, Aivija un Simeks-Morgans (2002) parādīja vairākus piemērus, kā pastāvošo teoriju tehnikas un stratēģijas var papildināt ar multikulturālo dimensiju. Eksistenciāli humānistiskā stratēģija – aktīva klausīšanās un jūtu reflektēšana – var tikt multikulturāli pamatota ar papildu fokusu uz kulturālajiem un attiecību jautājumiem. Salīdzinājumā ar šo iracionālās klienta pārlicības, pret kurām vēršas ar kognitīvo uzvedības teoriju, iespējams, nemaz nav tik iracionālas, ja tās aplūko no cita kulturālā skatu punkta. Multikulturālajā konsultēšanā ir pieņemts ievērot arī dažādos cilvēka attīstības posmus. Ļoti svarīga ir dzīves retro perspektīvas stratēģija. Multikulturālās konsultēšanas nozīmīga sastāvdaļa ir piešķirt nozīmi pagātnē, lai palīdzētu tagadnē un nākotnē.

Otrais uzdevums nākamajā nodaļā palīdzēs konsultantiem padomāt par klientu multikulturālā aspektā.

3. Kulturalā identitāte

Multikulturāli konsultanti savu apziņu par kulturālajiem jautājumiem mēģina paplašināt gan attiecībā uz sevi, gan uz klientiem. Iespējams, konsultants, kā to ieskicēja Ponterotto (*Ponterotto*, 1988), kognitīvi, emocionāli un ētiski iziet cauri šādām četrām pakāpēm:

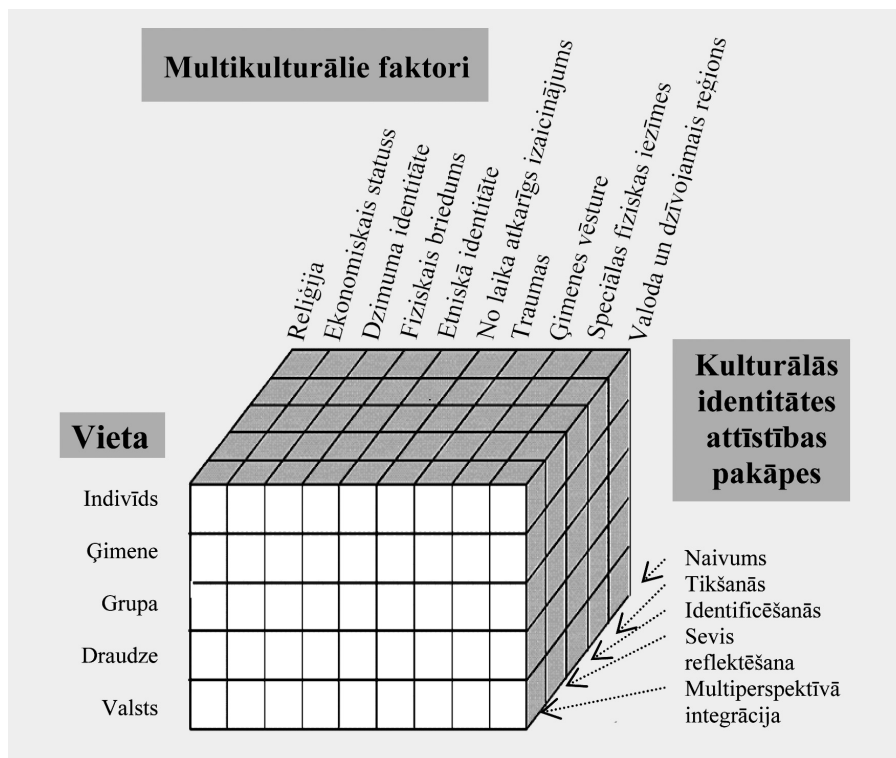
1. *pakāpe: Pirms uztveres*
Konsultants vēl nav domājis par multikulturālo ievirzi konsultēšanā un visus klientus apkalpo vienādi.
2. *pakāpe: Uztvere*
Konsultants ir pakļauts multikulturālajām problēmām un ir apjucis no to ietekmes.
3. *pakāpe: Pārmērīga centība/aizsargnostāja*
Ņemot vērā multikulturālo jautājumu izaicinājumus, daži konsultanti pāriet uz pārāk aktīvu multikulturālisma atbalstīšanu, bet citi „ieņem pasīvu aizsargnostāju”.
4. *pakāpe: Integrācija*
Konsultanti respektē kulturālas atšķirības un ir spējīgi novērtēt, kā personiski ģimeniskais un kulturālais fons ietekmē viņu konsultēšanas spējas.

4. Kulturali piemērotas stratēģijas

Šī, ceturtnā, multikulturālās konsultēšanas teorija, iespējams, ir nozīmīgākā, ja tās ietekmi sasaista ar Aivija darbu, respektīvi, prezentē viņa darbu tā, ka konsultants, noklausoties mācību kursu un piedaloties praktiskajās nodarbībās, uzreiz var sākt lietot stratēģijas un tehnikas, kuras palīdz multikulturālās situācijās.

Tāpat kā feministiskā terapija, arī multikulturālā konsultēšana par svarīgiem uzskata sociālo kontekstu un apspiešanas mehānismus. Šie faktori ir pielīdzināti papildinošajām konsultēšanas stratēģijām, piemēram, stāstu stāstīšanai, dzimumu un/vai kultūras specifiskajai analīzei, minoritātes apspiešanas analīzei, kā arī citu personu informēšanai par apspiešanas un konteksta problēmām. Attiecībā uz multikulturālo konsultēšanu labi zināmo ētikas „zelta likumu” var formulēt šādi: „Ko negribi, lai citi dara tev, to nedari citiem, jo viņi, iespējams, vēlas pavisam kaut ko citu.”

Svarīga multikulturālās konsultēšanas sastāvdaļa ir arī konsultanta apziņa – apziņa par ģimenes nozīmi un kopienu ar daudzām grupām, kā arī apziņa par tā saucamo multikulturālo kubu (*Ivey, D'Andrea, Ivey, Simek-Morgan*, 2002, 39).



4. att. Aivija (1997) multikulturālais kubs

Nākamās nodaļas 5. uzdevums konsultantam palīdzēs sevi pirmo reizi novērtēt kā multikulturālu personību.

5. Multikulturālās konsultēšanas alternatīvas

Blakus tradicionālajai atsevišķajai konsultēšanai pastāv vairākas konsultēšanas alternatīvas. Tās ietver lielas ģimenes, vietējās kopienas (draudzes), garīgo padomdevēju, ierēdņu un citus resursus. *Sistēmas terapija* (Attneave, 1969, 1982) ir metode, kā iesaistīt ne tikai atsevišķas personas un ģimeni, bet arī sabiedrību un sociālo vidi. Šī terapijas metode ir saskaņā ar ideju/pieeju par dažādu atziņu lietošanu dažādiem klientiem. Cita multikulturālā alternatīva ir *neformālā konsultēšana*. Viena no neformālās konsultēšanas formām ir tradicionālā dziedniecība, kura tiek praktizēta visā pasaulē. Ahebe (Achebe, 1986) šādi apraksta galvenos tradicionālās dziedniecības elementus:

- 1) dziednieks lūdz „Dieva garu”, veicot praktiskas darbības, kas var variēt no vīraka izmantošanas līdz lūgšanām;
- 2) dziednieks pierāda savas spējas un izskaidro dziedniecības procesu;
- 3) klients pastāsta savu bēdu;
- 4) dziednieks diagnosticē problēmu;
- 5) tiek ierosināta specifiska iejaukšanās, kas parasti ietver arī ģimeni un/vai sabiedrību.

Aplūkojot šo tradicionālās dziedniecības procesu, var secināt, ka tā nav pretrunā ar Rietumu konsultēšanas teorijām neatkarīgi no tā, vai tās ir kognitīvas, psihoanalītiskas vai eksistenciāli humānistiskas. Agrākos laikos arī šīs rietumu teorijas, tāpat kā tradicionālā dziedniecība, pastiprināti iesaistīja kultūru, ģimeni un sabiedrību.

6. Apziņas paplašināšana

Multikulturālā konsultēšana uzsver personiskās apziņas paplašināšanas nozīmīgumu – arī attiecībā uz ģimeni, grupu un citām struktūrām. Tas nozīmē, ka multikulturālā konsultēšana bieži vien iedarbojas kā audzinošs process, kad konsultants klientam stāsta par kulturālā un sociālā konteksta bažām. Stāstu nodošana tālāk, vienalga, vai konsultējamā persona to stāsta konsultantam vai grupai, ir metode reflektējošās apziņas paplašināšanai. Grupas ietvaros, piemēram, grupas dalībnieki diskutē par jau zināmām idejām, un šīm idejām piešķir jaunu nozīmi.

2.2.2. Konsultēšanas iemaņu pārskats

Līdz laikam, kad sāka attīstīties multikulturālā konsultēšana, netika pievērsta liela uzmanība konsultēšanas etniskajam un kulturālajam aspektam. Kaut arī multikulturālās konsultēšanas teorijas balsta galvenās konsultēšanas teorijas, tai pastiprināti ir jāņem vērā kulturālie aspekti. Pirms Aivija mērķtiecīgi vadīto sarunu modeļu studijām, konsultantam vēlreiz ir jānovērtē sevi kulturāli. Šim nolūkam tika sastādīti pirmie pieci nākamās nodaļas uzdevumi:

1. uzdevums. Konsultēšanas modelis „RESPECTFUL”
2. uzdevums. Kulturāli relevantu (atbilstošu) teoriju ģenerēšana
3. uzdevums. Dzīves posma atskats
4. uzdevums. Jūsu personīgā kulturālā identitāte
5. uzdevums. Multikultūras attīstīšana

Aivija grāmatas (1983, 1988, 1994, 1997a, 1997b, 1999, 2006) par uzmanīgas klausīšanās iemaņām un ietekmi, kā arī par sarunu vadīšanu un konsultēšanu konsultantiem palīdz kā praktisks padomdevējs, lai viņi iegūtu iemaņas un tās liētu multikulturāla fona situācijās. Aivijs (2007, 439) mērķtiecīgas sarunu vešanas soļus ir apkopojis attēlā (sk. 4. att.). Aivija piramīdas pamatni veido „kulturāli un individuāli piemērota” klausīšanās uzvedība. Šī uzvedība būs pirmā no turpmāk apgūtajām iemaņām. „Klausīšanās bāzes sekvencē” tiks apskatītas un apgūtas vairākas iemaņas: atvērti un slēgti jautājumi, pārfrāzēšana, iedrošināšana, jūtu reflektēšana un apkopošana.

Kā nākamās Aivijs apraksta piecas sarunas pakāpes. Šīs piecas pakāpes ir iespējams savienot ar vairākām teorētiskām, īpaši ar kognitīvajām, atziņām. Līdzīgi kā Ellisa, Meihenbauma, Beka un Glasera uzvedības konsultēšanas un kognitīvo atziņu problēmu risināšanas procesā, Aivijs & Aivija (1999, 2007) definē šādus piecus soļus:

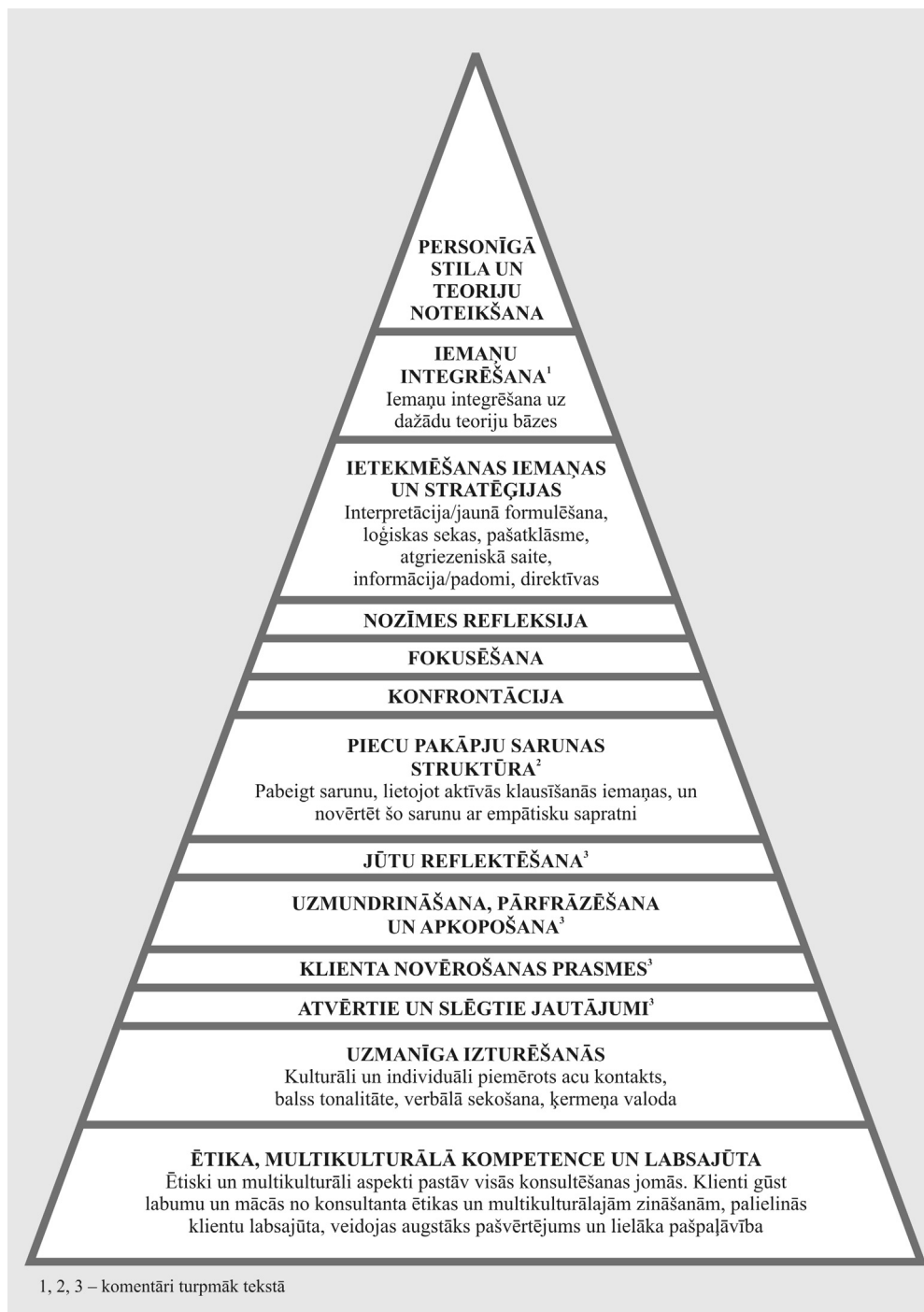
- 1) izveidot attiecības un strukturēt sarunu;
- 2) skaidri definēt problēmu;
- 3) nospraust mērķi;
- 4) meklēt alternatīvas un vērsties pret nesaskaņām;
- 5) konsultēšanu vispārināt attiecībā uz ikdienas dzīvi.

Ar šo shēmu konsultants var sākt pielāgot dažādās iemaņas dažādām pakāpēm. Attiecību veidošanas sākuma pakāpē bieži vien tiek izmantoti atklāti jautājumi, pārfrāzēšana, jūtu reflektēšana, lai palīdzētu klientam runāt par sevi.

Otrajā pakāpē – informācijas ievākšana un problēmas noskaidrošana. Konsultanti vēl joprojām lieto atklātus jautājumus un parafrāzes, taču izmanto arī uzmundrināšanas līdzekļus un, iespējams, arī pašatklāsmi, un nobeidz šo pakāpi ar kopsavilkumu.

Trešajā pakāpē, saglabājot rezultātus, tiek pārņemtas daudzas iemaņas no pirmajām divām pakāpēm. Tiek lietota fokusēšana, kā arī papildu kopsavilkumi un uzmundrinājumi.

Ceturtajā pakāpē klients un konsultants dziļāk apskata alternatīvas, un klients savos izteikumos tiek konfrontēts ar domstarpībām. Iemaņas, kuras bieži vien tiek izmantotas šajā pakāpē, ir nozīmes reflektēšana, atgriezeniskā saite, informācija, konfrontācija un ietekmes iemaņas/stratēģijas, tādas kā perspektīvu maiņa, loģiskas konsekvences un direktīvas.



5. att. Konsultēšanas sarunas prasmes (Ivey, 1999, 2007)

Pēdējā pakāpē rīcības plāns tiek pārņemts uz ikdienas dzīvi. Šajā gadījumā konsultants bieži vien veic apkopojumu, izmanto atgriezenisko saiti un papildu informāciju. Izmaiņšanas palīdzība bieži vien no konsultanta prasa „padziļinātas” iemaņas, tādas kā konfrontāciju, fokusēšanu un nozīmes reflektēšanu. Nākamajā piramīdas daļā tiek ieviestas ietekmēšanas iemaņas. Tām pieder arī direktīvas attiecībā uz klientu (specifiski rīcības norādījumi), interpretācija un jauna jūtu un klienta uzvedības formulēšana, klienta rīcības loģiskās konsekvences, atgriezeniskā saite, informācija un padoma sniegšana, kā arī konsultanta pašatklāsmē. Konsultēšanas piramīdas jeb sarunas virsotnē konsultants iemācās atbilstošajā teorijā integrēt dažādās iemaņas. Konsultants ar laiku sāk saprast, ka dažādām teorijām ir nepieciešamas dažādas iemaņas un dažādas kultūras aprindas pieprasa dažādu iemaņu izmantošanas piemērus. Tas viss, cerams, būs par pamatu tam, ka konsultants attīstīs savu personīgo konsultēšanas stilu.

2.2.3. Uzmanīga izturēšanās

Konsultants velta visu uzmanību klientam, lai viņu pamudinātu runāt. Konsultants klientam pievēršas kulturāli piemērotā veidā, darot zināmu, ka ir ieinteresēts viņa teiktajā. Ar uzmanīgas izturēšanās un attieksmes palīdzību konsultanti vēro, kā klients reaģē, un pielāgojas attiecīgajām kultūras atšķirībām. Aivijis & Aivija (1999, 2007) šādi apraksta četras uzmanības kvalitātes:

1. *Vizuālā (acu kontakts)*. Ja ir vēlēšanās runāt ar cilvēku, tad uz viņu ir jāskatās.
2. *Ar balsi*. Konsultanta tonim un runas ātrumam nepārtraukti vajadzētu demonstrēt: „Mani interesē tas, ko jūs sakāt.”
3. *Ievērot, pamanīt pateikto*. Sekojiet klienta vārdiem un palieciet pie to tematikas.
4. *Ķermeņa valoda*. Konsultantam ir jāizmanto atbilstoša mīmika, žesti un pozas.

Šīs ir četras uzmanības pazīmes, kuras īpaši novērtē klienti no Eiropas un Ziemeļamerikas. Konsultantam saskarsmē ar citu kultūru piederīgajiem atbilstoši jāpielāgo sava izturēšanās. Uzmanīgi vērojot klientu, konsultants pamanīs, ka, piemēram:

- a) pieskaršanās ķermenim francūžiem ir izplatītāka nekā angļiem;
- b) eiropieši un amerikāņi parasti komunicē vienas rokas attālumā, kamēr arābiem labāk patīk tuvāks, apm. ½ metra attālums;

- c) smaidīšana atsevišķās situācijās saskarsmē ar japāņiem var radīt neērtu situāciju;
- d) dažām iezemiešu kultūrām tiešs acu kontakts nav pieņemams.

Šādu uzskaitījumu varētu papildināt ar daudziem citiem piemēriem.

Viena no uzmanīgas izturēšanās daļām, par kuru konsultanti, īpaši iesācēji, dažreiz aizmirst, ir *klusēšana*. Dažreiz vislabākā palīdzība ir klusēšana un vienkārši atrašanās kopā ar klientu. Klusuma pauzēm nevajadzētu būt pārāk ilgām, lai klientam neiedvestu nedrošību, taču jāatceras, ka klientam vajag laiku, lai klusībā padomātu jaunu informāciju vai priekšlikumus. Uzmanīgu izturēšanos var iemācīt arī klientam. Tad situācijās, kad viņš ir nomākts vai bēdīgs, pievēršot uzmanību vairāk citiem, nevis sev, var palīdzēt novājināt nevēlamās emocijas.

5. uzdevums nākamajā nodaļā jums palīdzēs uzzināt vairāk par sevi un jūsu izturēšanos.

2.2.4. Pēc tam, kad esam uzklājusī klientu...

Nākamajā konsultāciju procesa posmā izmantosim jautāšanu, uzmanīgu klausīšanos, pārfrāzēšanu, jūtu reflektēšanu un kopsavilkuma veidošanu. Turpmāk aprakstītās tehnikas klientam dos iespēju brīvāk un pilnīgāk izteikt savas vēlmes.

Jautāšana

Jautāšana ir viens no sarunas vadīšanas instrumentiem.

Atklāti jautājumi „atver” sarunu un palīdz klientam stāstīt brīvi un atklāti. Slēgtie jautājumi noved pie īsākām atbildēm, un tie ir domāti brīžos, kad konsultants vēlas saņemt ļoti konkrētu informāciju. Aivija u. c. (1999) uzskaita vairākas atklātu jautājumu galvenās iezīmes.

1. Tie palīdz uzsākt sarunu.
„Par ko jūs labprāt šodien runātu?”
„Kā jums pagājušonedēļ gāja darba meklējumos?”
2. Atklāti jautājumi palīdz klientam izteikties detalizēti.
„Vai jūs varētu tuvāk pastāstīt par to, ko teica jūsu kolēģis?”
„Ko vēl teica jūsu šefs?”
3. Tie palīdz uzzināt sīkāku informāciju par klienta rūpēm un piedziņojumiem.

- „Ko tieši dara jūsu šefs, ka jūs kļūstat tik dusmīgs?
 „Vai jūs man varētu minēt konkrētu piemēru?”
4. Jautājumi ir vajadzīgi precīzai novērtēšanai.
 Jautājumi *kurš, kas, kad, kur, kā un kāpēc* konsultantam ļauj veikt precīzāku novērtējumu.
 „Kad sākās jūsu problēmas ar kolēģiem?”
 „Kā jūs izturējāties pret viņiem?”
5. *Atklātu jautājumu gadījumos pirmais vārds daļēji norāda uz atbildes virzienu. Kas jautājumi noved pie faktiem: „Kas jums ir padomā?” Kā jautājumi noved pie diskusijas par procesiem un jūtām: „Kādas ir jūsu domas par to?” Kāpēc jautājumi kalpo par iemeslu diskusijām: „Kāpēc, pēc jūsu domām, tas notika?” „Vai jūs man varētu minēt konkrētu piemēru?”*
6. *Jautājumus ir iespējams uzdot arī pārmērīgi daudz un nepareizi. Tiek uzdots daudz lieku jautājumu, vai arī pārāk daudzi jautājumi ir slēgti. Salīdzinoši bīstami ir kāpēc jautājumi – tie parasti klientam liek aizstāvēties. Dažas kultūras negatīvi reaģē uz cilvēku, kurš uzdot pārāk daudz jautājumu.*
7. *Jautājumi, kuriem vajadzētu palīdzēt klientam sameklēt pozitīvos aspektus. Līdzīgi uz risinājumu orientētajai īsajai konsultēšanai, arī Aivijs iesaka uzdot jautājumus, kas klientam palīdzētu saskatīt savas stiprās puses. Klientam tiek dota atgriezeniskā saite attiecībā uz stipro pušu izaicinājumiem. Tiek jautāts arī par izņēmumiem, lai klients tos vieglāk saskatītu savu problēmu un trūkumu kontekstā.*
8. *Sarunas gaitu ietekmējošie jautājumi. Ir iespējams ar jautājumu palīdzību sarunai piešķirt vēlamo tempu, mudināt klientu teikt vairāk un sašaurināt tematu loku, fokusējoties uz vēlamo vai galveno.*

Praktiski uzdevumi attiecībā uz jautājumu tehnikām būs atrodami nākamās nodaļas 6. uzdevumā.

Iedrošināšana

Ir svarīgi, lai klients sajustu konsultanta empātiju, t. i., no viņa redzes viedokļa – tiktu patiesi saprasts. No šī aspekta uzmundrināšanas, pārfrāzēšanas, jūtu reflektēšanas un apkopošanas iemaņas ir ļoti noderīgas. Atklāti žesti, galvas mājieni un pozitīva mīmika iedrošina klientu runāt tālāk. Arī tādi komentāri kā „hmm” vai „ah-ah”, kā arī atslēgvārdu atkārtošana kalpo uzmundrināšanai. Klients, piemēram, saka: „Es esmu tik dusmīgs par to, ko izdarīja mans priekšnieks.” Uz ko konsultants vienkārši atbild jautājot: „Dusmīgs?” Šī atslēgvārda atkārtošana ļauj vadīt un uzturēt sarunu.

Atslēgvārdu atkārtošanai līdzīga ir klienta izteikumu neformulēta atkārtošana: „Jūs kļūvat dusmīgs uz jūsu priekšnieku.” Arī neformulēta atkārtošana kalpo klienta uzmundrināšanai.

Pārfrāzēšana

Aivijs un citi (2007, 161) kā pārfrāzēšanas mērķi nosprauž „atvieglinātu klienta situācijas izpēti un problēmu jautājumu izskaidrošanu”. Vienkāršas parafrāzes ir gandrīz tas pats, kas neformulēta reproducēšana vai atslēgvārdu atkārtošana. Tomēr, ja klientam ir kompleksas problēmas, izteiktās idejas un priekšstatus ir daudz grūtāk savienot tiešā saistībā ar klientu.

Aivija u. c. (2007, 161) teorijas par labu dažām parafrāžu galvenajām dimensijām:

1. Pēc iespējas lietojiet tādu veidu, lai klients uztver informāciju atbilstoši savām uztveres īpatnībām. Vizuāli – „Izskatās, ka jūs apgalvojat...” Kinestētiski – „Situācija tāpat jūs skar...” Audiāli – „Izklausās, ka...”
2. Klienta atslēgvārdi un priekšstati tiek izteikti koncentrētā formā. Klients: „Man piedāvāja darbu citā pilsētā. Man patīk pilsēta, un es nopelnītu vairāk naudas. Taču manai sievai un bērniem nav pilnīgi nekādas intereses pārvākties. Man ir šis lieliskais darba piedāvājums, taču neviens tā īsti par to nepriecājās.” Konsultants: „Jūs patiešām priecājaties par jaunā darba piedāvājumu, kuru jūs saņēmt, taču ir vēl daži citi apstākļi, kuri jums ir jāņem vērā.”
3. Pārfrāzējums tiek arī pārbaudīts. Parasti šī pārbaude notiek ar īsu jautājumu pārfrāzējuma beigās. „Vai es jūs pareizi sapratu?” „Tas tā patiešām ir?”

Parasti konsultantam klienta reakcija ļauj saprast, vai viņš ir pareizi pārfrāzējis vai ne. (Skatīt 8. uzdevumu nākamajā nodaļā.)

Jūtu refleksija

Parafrāzes galvenokārt attiecas uz klienta izteikumu saturu, bet jūtu reflektēšana saistīta ar viņa emocijām. Visas elementārās klausīšanās, jautāšanas, uzmundrināšanas, pārfrāzēšanas, jūtu reflektēšanas un apkopošanas iemaņas klientam dod mājienu, ka viņā klausās un viņš tiek saprasts (empātija). Jūtu reflektēšana empātijas pašai būtībai nonāk ļoti tuvu, jo laba jūtu reflektēšana klientam skaidri un gaiši parāda emocijas (dažreiz

slēptas). Nav obligāti jāiedziļinās visās emocijās, un visas emocijas arī netiks detalizēti uztvertas. Uzmanīgi klausoties, konsultants jutīs, kad ir vairāk jāatsaucas uz jūtām, kuras pauž klients, kad tās vienkārši ir nepieciešams nedaudz ņemt vērā un kad šīs emocijas ir jāpatur prātā, lai vēlāk, iespējams, diskutētu. Nākamās nodaļas 9. uzdevumā tiek atspoguļotas jūtu reflektēšanas tehnikas. Aivijs & Aivija (2007, 194) jūtu reflektēšanu uzskatāmi parāda šādi:

1. Līdzīgi kā pārfrāzēšanas gadījumā, tiek lietots vizuāls, audiāls vai kinestētisks teikuma celms.
2. Celmam seko īsa parafrāze ar emocionālu vārdu. „Aivar, jūs izskatāties dusmīgs pēc tikšanās ar jūsu šefu pagājušonedēļ.”
3. Mēģiniet reflektēt tagadnes formā. „Jūs vēl joprojām esat dusmīgs par to, kas notika, kad...”

Taču iespējams, ka jums vēl būs jānoskaidro, vai jūtu reflektēšana konkrētajā brīdī ir piemērota.

Kopsavilkuma veidošana

Kopsavilkums ir garas parafrāzes. Kopsavilkums var būt īss visas sarunas atkārtojums, vai arī svarīgāko elementu apkopojums no vairākām sarunām. Šeit daži kopsavilkumu piemēri:

Uzsākot sarunu

„Pagājušo reizi tīkoties, mēs runājām par visām problēmām, kas jums bija ar jūsu celtnieku grupas brigadieriem. Šodien jūs sakāt, ka viss norisinās daudz labāk. Mēs runājām par vienu lietu, kuru jūs varētu izmēģināt, t. i., ignorēt to negatīvo, ko saka šefs. Kā jums veicās?”

Sarunas beigās

„Šodien mēs uzsākām runāt par to, ka jūsu plāns ignorēt šefa negatīvos izteikumus neizdevās, kā jūs to bijāt gaidījis. Pēc tam mēs diskutējām par citām stratēģijām un vēlāk, kad mēs bijām izskatījuši katru atsevišķi, jūs izšķīrāties par to, ka...” (Skatīt 9. un 10. uzdevumu nākamajā nodaļā.)

2.2.5. Piecu pakāpju sarunas struktūra

Pēc ieklausīšanās fāzes konsultantam jāuzmundrina klients atainot savu situāciju – galvenās problēmas, faktus un veidu, kā tā skar vai ietekmē klientu. Kā nākamo soli Aivijs u. c. (1999) iesaka problēmas risināšanas sarunu, kura ietver šādas piecas pakāpes:

- 1) attiecības un strukturēšana;
- 2) informācijas savākšana, problēmas definēšana un stipro pušu identificēšana;
- 3) rezultātu noteikšana;
- 4) alternatīvu atrašana un iespējamu pretrunu parādīšana klientam;
- 5) vispārināšana un jauniegūto atziņu vai prasmju pārņemšana uz ikdienas situāciju.



6. att. **Strukturēta konsultēšanas saruna pēc Aivija metodes**

1. *Attiecības un strukturēšana*

Tāpat kā vairums konsultēšanas teoriju, arī Aivija modelis sākas ar attiecību veidošanu ar klientu. Attiecību jeb saskarsmes veidošanas

iemaņas, pievēršot klientam visu uzmanību, viņu uzrunājot un uzmanīgi vērojot, pieskaitāmas pie nozīmīgākajām konsultanta iemaņām. Tad konsultants jautā: „Sakiet lūdzu, kā es jums varu palīdzēt?” Strukturēšana ir šīs fāzes otrā daļa, un tai pieskaitāma klienta informēšana par sarunas nolūku un vispārējo procedūru. Klientam ir jāļauj uzzināt, ko viņš var gaidīt no konsultēšanas sarunas. Tā kā pirmā sarunas daļa nosaka turpmāko konsultanta un klienta sadarbības atmosfēru, ir ļoti svarīgi, ka jau pašā sākumā konsultants pievērš uzmanību multikulturālajām niansēm. Piemēram, dažu kultūru pārstāvji gaida salīdzinoši ilgu attiecību veidošanas fāzi, citi pieprasa ļoti formālu tuvināšanos, bet vēl citi gaida no konsultanta tūlītēju sarunas strukturēšanu.

2. *Informācijas iegūšana*

Arī otra Aivija teorijas fāze līdzinās citiem konsultēšanas modeļiem. Šajā fāzē klients tiek uzmundrināts izstāstīt savas situācijas priekšvēsturi un paskaidrot, kāpēc viņš ir nonācis līdz konsultācijām un kas, pēc viņa domām, ir viņa problēma. Visas klausīšanās fāzes konsekvences – atklātus un slēgtus jautājumus, parafrāzes, uzmundrinājumus un kopsavilkumus – konsultants izmanto, lai uzmundrinātu klientu detalizēti izstāstīt savu situāciju. Aivijs & Aivija (2007, 231) šajā vietā norāda uz divām multikulturālām pārdomām. Pirmkārt, daži klienti varbūt vēlas, ka konsultants „problēmas” vietā labāk izmanto tādus vārdus kā „izaicinājums”, „vēsture” vai „jautājums”. Otrkārt, daži klienti labāk vēlētos iesākumā uzstādīt skaidrus mērķus (trešā pakāpe), pirms viņi „izstāsta savu situāciju”.

3. *Rezultātu noteikšana*

Ko vēlas klients? Kādi ir klienta mērķi un kas patiesībā tam ir vajadzīgs? Šie jautājumi ir īpaši nozīmīgs darba konsultāciju gadījumos, jo daudzi klienti pie konsultanta griežas ar nenoteiktām un izplūdušām vēlmēm. Uz risinājumu orientētās īsās konsultēšanas (4. nodaļa) gadījumā uzmanība pievērsta gandrīz tikai mērķa sasniegšanas soļiem, bet tikai nedaudz vai nemaz netiek uzsvērta otrās fāzes nozīme, kurā klients izstāsta savu situāciju vai sniedz konsultantam citu noderīgu informāciju. Tiklīdz mērķis un vēlamais rezultāts ir skaidri zināms, konsultantam ir vieglāk tik galā ar specifiskajām problēmām. Veidojoties lēmumiem par iespējamo nodarbošanos, konsultants, piemēram, varētu teikt šādi: „Pašreiz jūs man stāstāt, ka labprāt būtu skolotājs, taču jūs nezināt, vai tiksiet galā ar zinātniskajiem darbiem, un vai varat atļauties četru gadu ilgo skolotāju izglītību... Tomēr jūs arī pieminat, ka jums patīk strādāt ar bērniem un ka jūsu ģimene ir gatava jūs daļēji atbalstīt finansiāli...”

4. *Noteikt alternatīvas un parādīt pretrunas*

Nākamo fāzi daudzās konsultēšanas atziņās pazīst kā darbības fāzi. Šīs fāzes mērķis ir palīdzēt klientam rast risinājumu attiecībā uz savām problēmām. Tas parasti notiek problēmu risināšanas ceļā, t. i., tiek definētas vajadzības un mērķis, ģenerētas risinājumu alternatīvas, un tiek nolemts par konkrētu rīcību. Derīgi jautājumi šajā fāzē varētu skanēt aptuveni šādi:

„Kādas alternatīvas jūs redzat?”

„Kas labi darbojās agrāk?”

„Kuru no šīm alternatīvām jūs vēlētos izmēģināt kā pirmo?”

„Kādas būtu šī darbības plāna stiprās puses un trūkumi?”

5. *Vispārīnāšana un iemācītā pārņemšana uz ikdienas situāciju*

Dažreiz konsultēšanas grūtākā daļa ir motivēt klientu izmēģināt citus problēmu risinājumus. Jāņem vērā, ka klienti automātiski nepārnesīs jaunapgūto uz reālo situāciju, tiklīdz viņi būs pametuši konsultāciju telpu.

Lai atvieglotu šo jaunapgūtā pārņemšanu, ar labiem rezultātiem iespējams izmantot šādas tehnikas:

- a) lomu spēles;
- b) specifiskus mājas uzdevumus;
- c) savas uzvedības dokumentēšanu;
- d) atbalstu un kontroli rīcības plāna izpildē.

(Skatīt 12. uzdevumu nākamajā nodaļā.)

2.2.6. *Trīs iemaņas, kas ievada darbību*

Ar konfrontācijas, fokusēšanas un nozīmes reflektēšanas iemaņām klientam var labi palīdzēt pāriet uz darbības fāzi.

Konfrontācija (sk. 13. uzdevumu)

Vārdam „konfrontācija” bieži vien ir negatīva nozīme. Daudzi dod priekšroku vārdam „izaicinājums”. Konfrontācijai iespējams daudz atņemt no tās asuma, ja konsultants apzinīgi palīdz klientam izvairīties no nejēdzībām, domstarpībām vai „haotiskajiem vēstījumiem” savā uzvedībā, jūšanā un domāšanā. Ir jābūt skaidrībai, ka konfrontācija nevēršas pret klientu. Ar konfrontāciju mēs vēlamies panākt, ka klients izmainās tā, kā tas būtu vēlams, un sāk apzināties savu potenciālu. Tomēr ir jābūt uzmanīgiem. Dažas kultūras ir jutīgas pat pret vieglu konfrontācijas formu.

Turpretī citi klienti uz tiešu konfrontāciju ļoti labi reaģē ar enerģiskām, pozitīvām un noderīgām atbildēm. Pirmajai konfrontācijas daļai pieder jauktu ziņu, nevienbalsīguma un domstarpību sajaukuma identificēšana, piemēram, cilvēks, kurš meklē darbu, apgalvo, ka viņš ir ļoti strādīgs, taču ļoti maz darba iegulda darba meklēšanas procesā. Vai arī darbiniekiem, kuri apgalvo, ka viņiem darbā viss norisinās teicami, darbs tomēr nesagādā prieku.

Kāds ir labākais veids, lai uz pretrunīgu uzvedību reaģētu piesardzīgi un izpalīdzīgi?

- Iespējams, klientam savu problēmu liks apzināties vienkāršs jautājums:
„Kā jūs to spējat apvienot?”
- Domstarpību apkopošana vai vēstījumu sajaukšana klientam var sniegt derīgus specifiskus, nevērtējošu faktus:
„No vienas puses, es redzu, ka jūs esat uzcītīgs darbinieks, taču, no otras puses, tā kā jūs tikāt atlaists, redzams, ka...”
- Pozitīva atgriezeniskā saite ir vēl viena uzmanīgi lietojama metode, kā uzrunāt nesaskaņas vai domstarpības:
„Es redzu, ka jūs ļoti centāties pārliecināt brigadierī. Jūsu pūles bija vērstas pareizajā virzienā. Iespējams, jūs varat pacensties izdarīt vēl vairāk. Vai jūs to vēlētos pamēģināt?”

Konfrontācijas vai izaicinājuma nobeigumam pozitīvā nozīmē pieder klienta iedomāto izmaiņu attīstība un nepieciešamā atgriezeniskā saite, kas iedrošina uz lielākām aktivitātēm. Ja klients apzinās un atzīst, ka ir bijušas domstarpības vai pretrunīga uzvedība, jūs parasti esat gatavs pielāgoties un nonākt pie labākiem risinājumiem.

Fokusēšana (sk. 14. uzdevumu)

Aivija & Aivija (2007, 294) norāda, ka „fokusēšana precizē klienta izteikumus, ņemot vērā noteiktus selektīvus klienta novērošanas aspektus”. Fokusēšanai būtu klientam jāpalīdz apskatīt savas problēmas un rūpes citā gaismā.

Pastāv vairāki fokusēšanas veidi.

1. Klienta fokuss

„Ko jūs pašlaik domājat?” Tam vajadzētu palīdzēt klientam izpētīt jūtas.

2. Konsultanta fokuss

„Es jūtu, ka jūs vēl joprojām esat dusmīgs. Es zinu, ka man būtu iznācis līdzīgi.” Pašatklāsmē var palīdzēt raisīt tālākas diskusijas.

3. *Fokuss uz citiem*

„Vai jūs par to varētu pastāstīt nedaudz vairāk, piemēram, kā Valters (viens no kolēģiem) šo precedentu būtu aprakstījis.”

Klientam vajadzētu ļaut apzināties citu viedokļa perspektīvu.

4. *Tematiskais fokuss*

„Mani interesētu dzirdēt to, kas tieši notika tad, kad..” Izraisa diskusiju par tematu.

5. *Ģimeniskais fokuss*

„Kā tajā visā iederas jūsu ģimene?” Ģimenes ietekmei daudzās situācijās ir liela nozīme.

6. *Kulturālais, vides un konteksta fokuss*

„Mēs zinām, ka jūsu priekšniekam bija jāveido sava karjera no pašas apakšas. Kā tas ietekmē jūsu attiecības?”

Fokusēšana var palīdzēt visos gadījumos, taču daži klienti fokusu griebs redzēt savā virzienā, bet citu gadījumos fokusu vajadzētu vērst ģimenes un kopienas virzienā.

Nozīmes reflektēšana

Personcentrētā K. Rodžera (1987) teorija un tālāk attīstītā Gazdas u. c. (1999) jūtu reflektēšana norāda uz reflektēšanas pakāpēm, proti, sākot no virspusējo jūtu reflektēšanas, līdz pat zemāpziņas jūtām. Aivijs jēdzienu „nozīmes reflektēšana” lieto empātijas augstāko pakāpienu apzīmēšanai vai arī izmantojot Gazdas u. c. (1999) terminoloģiju: „Ceturta pakāpe – attīstījusies akurāta empātija.” Nozīmes reflektēšana nodarbojas ar slēptu jūtu atklāšanu un palīdzību klientam izziņāt savas dzīves pamatvērtības un mērķus. Konsultantam jāpalīdz klientam izsekot īsto nozīmi, kāda slēptas aiz viņa jūtām, domām un uzvedības. Aivijs u. c. (1999) parāda vairākas iespējas, kā konsultants var reflektēt nozīmi. Lai palīdzētu klientam izsekot nozīmi, vēlams uzdot jautājumus:

„Kāda jums tam bija nozīme?”

„Ko jūs domājat, kad to darījāt?”

Nozīmes bieži tiek meklētas ar jūtu reflektēšanas palīdzību:

„Tas izklausās tā, it kā jums vēl joprojām būtu saglabājušās dusmas...”

„Jūsu rūpes ir jūsu bailes pazaudēt savu darbavietu...”

2.2.7. Ietekmes iemaņu pārmaiņām

Aivijs & Aivija (2007, 351–388) min vēl sešas konsultanta iemaņas, kuras var palīdzēt klientam mainīties.

1. *Jauns formulējums* – palīdzēt klientam nonākt tādā stāvoklī, ka viņš citādāk uzlūko jau zināmās situācijas.
2. *Loģiskas konsekvences* – palīdzēt klientam izskatīt iespējamus rezultātus un rīcības alternatīvas.
3. *Pašatklāšme* – īsi paskaidrot klientam konsultanta pieredzi, lai radītu uzticību un atklātību.
4. *Atgriezeniskā saite* – paziņot klientam, kā viņu uztver citi, t. sk., konsultants.
5. *Informācijas sniegšana* – piegādāt klientam jaunu informāciju un idejas. Ļoti noderīga darba konsultācijās.
6. *Direktīvas* – sniegt klientam specifisku stratēģiju un rīcības priekšlikumus.

Perspektīvu maiņa (sk. 16. uzdevumu)

Ar jaunu formulējumu konsultants klientu noved tādā stāvoklī, lai viņš radušos situāciju vai problēmu uzlūkotu citādi. Darba konsultācijas sarunā jauns formulējums varētu izskatīties aptuveni šāds:

Klients: „Man iet slikti. Jau trīs mēnešus es esmu bezdarbnieks un izskatās, ka pašlaik nav iespējams atrast man piemērotu darbu. Droši vien mana ģimene mani uzskata par neveiksminieku.”

Konsultants: „Tas, ka jūs jūtaties slikti, ja nav darba, varētu būt ļoti reāli tādiem cilvēkiem, kā jūs, kuriem vienmēr ir bijis labs darbs. Viena lieta, kurai mēs pašlaik neesam pievērsuši uzmanību, ir jūsu darba panākumi un iemaņas, un tas, kā šīs iemaņas jūsu pēdējā darba vietā tika izmantotas. Aplūkosim šīs specifiskās iemaņas, ņemot vērā pārņemšanas aspektu.”

Loģiskās konsekvences (sk. 17. uzdevumu)

Loģiskās sekas ir tie rezultāti, kuri pēc noteiktas rīcības rodas pašī no sevis. Piemēram, bezdarbnieks, kurš reti meklē darbu, vēl kādu laiku paliks bezdarbnieks. Vai arī skolotājam, kuram, stāstot klasē jauno vielu, ir nepieciešams noteikts miers, paziņo skolēniem, ka tie, kuri traucēs stundu, pēc viena brīdinājuma tiks izraidīti no klases. Loģiskas sekas var būt arī ļoti pozitīvas. Skolotāju un darba devēju perspektīvais atalgojums var būt piemērs pozitīvām loģiskām sekām. Aivijs & Aivija (2007, 367)

konsultantiem, kuri klientam grib izskaidrot loģiskās sekas, ierosina šādus soļus:

- 1) konsultantam vajadzētu pārliecināties, ka situācija ir saprotama no klienta perspektīvas;
- 2) klientu vajadzētu iedrošināt izvērtēt alternatīvu pozitīvās un negatīvās sekas;
- 3) konsultantam vajadzētu sniegt klientam informāciju par alternatīvu pozitīvajām un negatīvajām sekām;
- 4) konsultantam jāapkopo visas pozitīvās un negatīvās sekas;
- 5) konsultantam jāļauj klientam izlemt, ko viņš grib pasākt.

Loģiskās sekas vajadzētu pasniegt uzmanīgi un lietišķi, lai palīdzētu klientam aktīvāk izvērtēt savas alternatīvas.

Pašatklāsmē (sk. 18. uzdevumu)

Pašatklāsmē rada pašatklāsmi. Tātad, ja konsultants ir gatavs jēgpilnai pašatklāsmēi, arī klientam ir drosmē vairāk runāt par savu situāciju. Pašatklāsmēi vienmēr vajadzētu būt īsai un atbilstoši, un tai jābūt tiešā sakarā ar to, kas ir noticis ar klientu. Uzreiz pēc pašatklāsmes acu skatienam vajadzētu būt vērstam pret klientu. Pašatklāsmē bieži vien sākas ar „Es” izteikumu un iejūtīgiem vārdiem:

„Es ļoti priecājos, ka jūs savam priekšniekam pagājušo nedēļu piedāvājāt samaksā ieviest dubulto likmi. Mana pieredze saskarsmē ar savu šefu bija līdzīga. Toreiz es jutos izmantots un nenovērtēts... Bet tagad pievērsīsimies jūsu pagājušās nedēļas pozitīvajam iznākumam.”

Atgriezeniskā saite (sk. 19. uzdevumu)

Klientam vajadzētu saprast pašam sevi, taču jāzina arī, kā viņu redz/ uztver citi. Atgriezeniskā saite ir process, kad klients tiek apgādāts ne tikai ar informāciju par to, kā viņu uztver citi, bet arī ar informāciju par viņa uzvedību un sniegumu.

Šeit minētas dažas vadlīnijas, kā tiek īstenota atgriezeniskā saite.

1. Vispiemērotākais brīdis atgriezeniskajai saitei ir tad, kad klients to lūdz.
2. Dodiet uzmundrinošu atgriezenisko saiti attiecībā uz lietām, kuras klients var mainīt.
3. Atgriezeniskās saites gadījumā esiet specifiski, precīzi un konkrēti. Atspoguļojiet, bet nevērtējiet!

4. Rūpīgi sekojiet, kā ir uztverta atgriezeniskā saite.

Atgriezenisko saiti vienmēr sniedz ar domu palīdzēt klientam izmainīt savu uzvedību. Klientam ir jāatpazīst, ko viņš jau dara pareizi un kas vēl ir jāuzlabo.

Informācijas sniegšana (sk. 20. uzdevumu)

Informācijai, padomiem un instrukcijām darba konsultācijās ir liela nozīme. Tāpat kā atgriezeniskās saites gadījumā, konsultantam, sniedzot informāciju vai padomus, jārikojas precīzi, konkrēti un jākoncentrējas uz galveno. Klientiem, kuri pie konsultanta griežas darba jautājumos, bieži vien ir nepieciešama tieša norāde, kā meklēt darbu, kā uzrakstīt CV, kā pareizi izteikties darba intervijā un kā gūt sekmes savas karjeras veidošanā. Informējot konsultantam ir jāpārlicinās, ka klients ir atvērts šai informācijai, informēšana notiek akurāti un klients pilnībā saprot informāciju.

Direktīvu sniegšana (sk. 21. uzdevumu)

Sniegt direktīvas ir elementārs uz risinājumu orientētās īsās konsultēšanas elements (sk. arī 4. nodaļu). Šajā gadījumā konsultanti uzmanīgi ieklausās klientā un tad sniedz viņiem direktīvas, kā izmantot to, kas pagātnē ir labi darbojies. Klienti gūst labumu no direktīvām noteiktām darbībām, kuras viņi var arī pārnest. Tālāk uzrādītas dažas direktīvu stratēģijas, kuras konsultēšanas situācijās varētu būt noderīgas.

1. Darbību instrukcija

„Kad jūs agrāk pieteicāties uz brīvajām darba vietām, tad tas labi iedarbojās. Nākamnedēļ es labprāt gribētu, ka...”

2. Tēlainis priekšstats

„Aizveriet acis un iedomājieties, ka personāla daļas vadītājs jums uzdod āķīgus jautājumus. Ko viņš jautā? Ko jūs atbildat?”

3. „Karstais krēsls”

„Runājiet ar savu kolēģi Kalniņa kungu tā, it kā viņš sēdētu šajā tukšajā krēslā. Tagad aizejiet pie tukšā krēsla un atbildiet tā, kā to, jūsuprāt, darītu Kalniņa kungs.”

4. Paradoksāli norādījumi

„Bērziņas kundze, esmu ievērojis, ka jūs diskusijās un attiecībās ar citiem viegli piekāpjaties un neesat pietiekami enerģiska. Es gribētu, lai jūs nākamnedēļ vismaz vienu reizi dienā apzināti piekāpjaties, ja

kāds no jums kaut ko prasa, un šajā laikā pavērojiet savu izturēšanos un citu reakciju.”

5. *Lomu spēle*

„Mēs tagad gribētu dzirdēt jūsu atbildes uz šiem jautājumiem lomu spēlē. Es sāksu...”

6. *Perspektīvu maiņa*

„Mēs jau kādu laiku esam runājuši, kas sarunā neizdevās. Vai mēs varētu parunāt par pārīs lietām, kuras bija kārtībā, un pie tām pieturēties?”

7. *Apmācībalmājas uzdevumi*

„Es gribētu, lai jūs nākamajā nedēļā tās iemaņas, kuras mēs tikko prezentējām lomu spēlē, izmantotu praktiski. Īpaši...”

8. *Meditācija*

„Koncentrējieties uz šo vienu punktu. Atbrīvojieties. Elpojiet dziļi un atslābinieties. Mēģiniet atbrīvot visas citas domas.”

9. *Darbs grupās*

„Es gribētu, lai katrs no jums šajā grupā spēlētu sarunu vadītāju, kandidātus un novērotāju.”

10. *Runas maiņa*

„Pamēģiniet vārdus, kurus es dzirdu jūs lietojam bieži, aizstāt ar citiem. Sakiet, piem.: „Es gribu...” Nevis: „Man vajadzētu...”, „Es nedarišu” vietā sakiet: „Es nevaru.”

11. *Sistemātiska jūtīguma mazināšana*

„Visas lietas, kuras jums rada bažas, mēs sakārtosim noteiktā secībā. Atmetiet tās, kuras rada vismazāk baiļu, un vienlaicīgi veiciet saspilējuma mazināšanas pasākumus.”

12. *Atslābināšanās*

„Sāksim ar atslābināšanās uzdevumiem. Iesākumā atslābināsim muskuļus, un tad jūs atslābināsieties. Sāksim ar rokām...”

Minētās direktīvu stratēģijas, kā izrādījās, sekmīgi iespējams izmantot vairākās konsultēšanas teorijās. Direktīvas palīdz klientam kļūt aktīvam.

Nobeigumā jāatceras, ka visas šeit minētās konsultēšanas norises jāprezentē kā priekšlikumi. Konsultantam vajadzētu zināt, ka katrs klients un katra situācija ir citādāka un pat vislabākos plānus dažkārt nākas mainīt. Kā konsultantiem mums bieži vien ir patīkami daži noteikti stili vai iemaņas. Nav arī viegli rūpēties par līdzsvaru, izmantojot daudzās iemaņas, kuras prezentē Aivija. Pats svarīgākais ir, ka klienti ir kulturālā nozīmē dažādi, un tāpēc dažas no konsultanta rīcības iemaņām viņiem ir patīkamākas, bet dažas mazāk patīkamas. Katrs klients ir vienreizīgs, un tāpēc pret katru jāizturas kā pret atsevišķu indivīdu.

2.3. Kompetences attīstīšanas uzdevumi

Uzdevumu priekšvārds

„Mikrokonsultēšana” tika attīstīta, lai efektīvas sarunu vadīšanas un konsultēšanas gadījumos biežāk lietotās iemaņas tiktu sadalītas. Iemaņu sadalījums, konsultantam izglītojoties, palīdz vieglāk saprast kopējo konsultēšanas procesu. Mikrokonsultēšana kā mācību modulis sastāv no lasāmvielas par dažādām iemaņām, iemaņu modeļa atainojuma, uzdevumiem un iemaņu izmantošanas piemēriem praksē. Šis nodaļas 21. uzdevums būs kā uzskates materiāls iepriekšējai nodaļai.

1. uzdevums

Konsultēšanas modelis „RESPECTFUL”

(skatīt D’Andrea & Daniels, 1997; Aivijs, D’Andrea, Aivija & Simeks-Morgans, 2004)

1. solis:

Reliģioza, garīga identitāte – var būt nozīmīga klienta uzskatos attiecībā uz dažādu dzīves pieredzi.

Ekonomiskais fons, sociālais slānis – pastāv izteikta saistība starp klienta uzskatiem, vērtībām un uzvedību. Konsultantiem vajadzētu kritiski pārbaudīt savus pieņēmumus un uzskatus, tiekoties ar dažādu sociālo līmeņu klientiem.

Dzimuma identitāte – attiecas uz dzimumam tipiskajām lomām un seksuālo orientāciju. Pēdējā aptver biseksualitāti, heteroseksualitāti un homoseksualitāti.

Fiziskais briedums – apzīmē veidu, kā cilvēki no vienkāršas domāšanas nonāk līdz kompleksai domāšanai par sevi un savu pieredzi.

Etniskā identitāte – attiecas uz atšķirībām starp dažādu etnisku grupu cilvēkiem. Plurālistiskā sabiedrībā konsultantiem ir jābūt atvērtiem cilvēku daudzveidībai un grupu ietekmei.

No laika un attīstības atkarīgi izaicinājumi – pievērš skatienu uzdevumiem, ar kuriem cilvēki sastopas, sākot no bērnības līdz pieauguša cilvēka fāzei. Konsultanti sastopas ar daudzām no attīstības posma atkarīgām prasībām.

Traumas un citi labsajūtas draudi – lai īstenotu sekmīgu konsultēšanu, ir jāpārziņa dažādie klientu ietekmējošo stresa faktoru novērtēšanas veidi.

Ģimenes fons un ģimenes vēsture – dažādi ģimenes veidi (piem., pilnīga, audzina viens, šķīries...) no konsultanta prasa nepārtrauktu ģimenes stāvokļa apzināšanu.

Specifiskas fiziskas īpašības – konsultantam uz jautājumiem par fiziskām īpašībām jāatbild lietpratīgi un ar iejūtību, īpaši klientiem ar fiziskiem ierobežojumiem.

Dzīvojamais reģions un valodu atšķirības – konsultantam ir svarīgi reflektēt savus stereotipus un aizspriedumus pret cilvēkiem no atšķirīgiem reģioniem.

2. solis:

RESPECTFUL – izmantošana sev

Sevi varēsīt novērtēt pēc RESPECTFUL komponentēm. Lai to izdarītu, jums šajā shēmā ir īsi, ar atslēgvārdiem, jāieraksta jūsu pozīcija:

R – _____
E – _____
S – _____
P – _____
E – _____
C – _____
T – _____
F – _____
U – _____
L – _____

2. uzdevums

Attīstīt kulturāli relevantu teoriju [skatīt Nvahu un Aivija (1991); Aivija, Aivija un Simeks-Morgans (1997)]

Izvēlieties noteiktu grupu (piem., ukraiņu viesstrādniekus), lai uzsāktu uz kultūru attiecināmas teorijas veidošanu.

1. solis: Kultūras izpēte

1. Kādas ir šīs kultūras nozīmīgākās personu un saskarsmes iezīmes?

2. Kāda ir kulturālā nostāja attiecībā uz individuālajiem un attiecību problēmu punktiem?

3. Kādi ir dabiskie palīgi?

4. Kā tiek pieņemti lēmumi?

5. Kā tiek audzināti bērni un kādi ir to turpmākie attīstības soļi?

6. Kā tiek apskatītas pārmaiņas?

7. Kā tiek lietota valoda? Vai, piemēram, nozīmīgas sarunas sastāvdaļas ir metaforas vai stāstu stāstīšana?

8. Ar kādām problēmām ir jācinās šīs kultūras pārstāvjiem? Vai tās ir ļoti būtiskas?

2. solis: Noteikt iemaņas un stratēģijas

1. Kāds šajā kultūrā izskatās dabisks/tradicionāls palīdzības sniegšanas veids?

2. Izveidojiet kādas ģimenes vai sociālās grupas genogrammu. GENOGRAMMA ir trīs četru paaudžu iekšējo savstarpējo attiecību sistēmas strukturēta diagramma. Tās mērķis – parādīt, kā uzvedības paraugi un savstarpējo attiecību iekšējās sistēmas tiek nodotas no paaudzes uz paaudzi un kā tādi notikumi kā nāve, slimības, lieli profesionāli panākumi, pārbraucieni uz jaunu dzīvesvietu ietekmē mūsdienu uzvedības paraugus un iekšējās sistēmas diādes un trīsstūrus. Genogrammu izmanto, lai ilustrētu savstarpējo attiecību iekšējās sistēmas specifiku, simbolus, kas līdz ar citiem faktiem tiek izmantoti, atainojot ģimenes locekļu savstarpējās attiecības un to pozīcijas ģimenes sistēmā. Tāda diagramma ir kā ģimenes karte.

3. Kuras specifiskās iemaņas, tehnikas un stratēģijas no šādām teorijām var būt noderīgas?

a) psihodinamiskā teorija

b) kognitīvā teorija

c) eksistenciāli humānistiskā teorija

3. solis: Pārbaudīt jauno teoriju

1. Kādu ieguldījumu ir devuši klienti attiecībā uz kopīgi izstrādāto teoriju?

2. Kas jūsu teorijā būtu jāmaina?

3. uzdevums

Dzīves posma atskats

[Pēc Aivija, Aivijas un Simeka-Morgana (1997, 156)]

Katrs dzīves posms (piem., agrā bērnība, pubertāte, agrā pieaugušo fāze) tiek pētīts ar atskatu pagātnē. Parasti tiek uzdoti šādi jautājumi:

Apkārtējā vide

1. Kāda bija jūsu ģimenes situācija šajā fāzē?

2. Kādi nozīmīgi notikumi risinājās šajā dzīves posmā jūsu ģimenē?

3. No kurienes jūs saņēmt atbalstu?

4. Kāda šodien ir jūsu ģimene?

5. Kā šie apkārtējās vides faktori ietekmē jūsu problēmu (piem., neapmierinātība darbavietā vai neveiksmīgi jaunas darbavietas meklējumi)?

Dzīves posma stāsti

1. Pastāstiet kaut ko, kam ir īpaša nozīme šajā dzīves posmā.

2. Pastāstiet kaut ko vēl no šīs dzīves fāzes.

Multikulturāli problēmu jautājumi

1. Kā šajā fāzē jūsu attīstību ietekmēja reliģija, etniskais statuss, dzimumam raksturīgā uzvedība vai citi multikulturāli jautājumi?

2. Kas bija jūsu varoņi/elki?

3. Kuru personu jūs apbrīnojāt un cienījāt?

4. Kādā saistībā atrodas multikulturālā ietekme ar pašreizējo problēmu (piem., darbs, kļūmes skolā, nav draugu)?

4. uzdevums***Jūsu personīgā kulturālā identitāte***

[Pēc Aivija, Aivijas un Simeka-Morgana (1997, 166)]

Atcerieties Ponterotosa (1988) četru pakāpju kultūras identitātes modeli (fāze pirms apzināšanās, apzināšanās, pārspilēta centība jeb aizstāvēšanās pozīcija, integrācija) baltādainajiem eiropiski ziemeļamerikāniskas izcelsmes konsultantiem un apskatiet šādus jautājumus:

1. Kādā stadijā jūs atrodaties savā personīgajā izpratnē kā turks-latvietis, latvietis-amerikānis vai citā etniskās rases identitātē?

2. Atcerieties kādu agrākas dzīves daļu un padomājiet, cik citādāka toreiz bija jūsu etniskā identitāte. Ko jūs toreiz domājāt un jutāt? Kas jums lika mainīties?

3. Vai darbā ar klientu jūs atpazīstat iepriekšminēto fāžu (pirms apzināšanās, apzināšanās, pārspīlētas centības jeb aizstāvēšanās, integrācija) dimensijas?

5. uzdevums

Multikulturāla attīstība

Ar šo uzdevumu jūs vieglāk uztversit to, kā jūsu kulturālais fons var gan palīdzēt, gan arī traucēt.

1. solis: Multikulturālo problēmu jomu izpēte

Aplūkojiet šādus punktus, reflektējot jūsu kulturālās identitātes pakāpi, t. i., apdomājiet, cik brīvi, kā konsultants spējat šajās jomās būt bez aizspriedumiem un pilnībā pieņemt otru:

- a) valoda,
- b) dzimums,
- c) etniskā piederība/rase,
- d) reliģija/garīgums,
- e) afektīvā orientācija,
- f) vecums,
- g) fiziskas problēmas,
- h) socioekonomiskā situācija,
- i) trauma (piem., izvarošana, AIDS).

2. solis: Izcelsmes ģimene

Aplūkojiet ģimeni, no kuras jūs esat cēlies. Kā jūsu ģimene kopumā tika galā ar kulturālās identitātes problēmām?

3. solis: Atšķirību aplūkošana

Cik labi jūs mākat strādāt ar cilvēkiem, kuri ir citādāki?

a) cits dzimums

b) cita valoda

c) nabadzība

d) cita reliģija

e) veci cilvēki

f) invalīdi

6. uzdevums***lemācīties būt vērīgam un uzmanīgam***

Atcerieties, ka patiesa uzmanība ietver vismaz četras dimensijas:

- 1) piemērotu acu kontaktu,
- 2) atbilstošu ķermeņa valodu,
- 3) piemērotu balss toni,
- 4) verbālo sekošanu.

Grupas uzdevums trim personām

Konsultants: šajā lomā spēlēs apgūst iemaņas būt vērīgam un uzmanīgam.

Klients: diskutēs par reālām vai iedomātām situācijām.

Vērotājs: sniedz atgriezenisko saiti attiecībā uz konsultanta verbālo un ne-verbālo uzvedību.

1. Klients aptuveni četras minūtes runā par savām agrākajām vai tagadējām darba problēmām vai interesēm.
2. Konsultants mācās uzmanīgu izturēšanos, izmantojot dažādus verbālos signālus – komentārus vai jautājumus.
3. Vērotājs sarunas laikā pārbaudes lapā (sk. paraugu tālāk) fiksē konkrētus vērojumus un pēc sarunas sniedz stiprās puses veicinošu atgriezenisko saiti.

Atgriezeniskās saites piemērs:

- a. Ne pārāk noderīga: „Ar uzmanīgu klausīšanos jūs tikāt galā teicami.”
 - b. Stiprās puses veicinoša: „Kad jūs skatījāties tieši uz klientu un jums bija labs acu kontakts, es jutu, ka viņš vairāk atslābinājās un vairāk runāja. Es ieteiktu jums šādu uzmanīgu klausīšanās veidu atcerēties. Jums tas labi iedarbojas.”
4. Lomas tiek mainītas, lai katrs gūtu iespēju attēlot katru lomu.

Pārbaudes lapa

A. Piemēri, kad tika izmantots atbilstošs acu kontakts.

B. Piemēri, kad acu kontakts nebija pietiekams.

C. Izsakiet savu viedokli par konsultanta runas ātrumu, balss skaļumu un toni.

D. Situācijas, kad konsultants bija uzdevumu augstumos.

E. Situācijas, kad konsultants savu uzdevumu varēja veikt labāk.

F. Izsakiet savu viedokli par līdzsvaru starp konsultanta un klienta runas daļām.

7. uzdevums

Atklātu jautājumu lietošana

Slēgts jautājums: Vai jums ir darbs? Vai jums šis darbs patīk?

Atklāts jautājums: Pastāstiet, lūdzu, par jūsu darbu. Aprakstiet dažas lietas, kuras jums savā darbā patīk.

Grupas uzdevums trim personām

Konsultants: mācās uzdot atklātus jautājumus.

Klients: runā par reālu vai lomu spēlē iedomātu situāciju.

Vērotājs: sniedz konsultantam atgriezenisko saiti.

1. Klientam tiek lūgts aptuveni 5–10 minūtes runāt par kādu nozīmīgu notikumu viņa dzīvē (darba vietas zaudējums, karjeras plānošana, izglītības problēmas vai citu).
2. Konsultants cenšas pārsvarā lietot atklātus jautājumus, lai atklātu ne tikai faktus un iemeslus, bet arī jūtas. Vajadzētu izmantot vairākus „kas”, „kā”, „kādēļ” un „vai jūs varētu” jautājumus. (Atcerieties: atklātajos jautājumos vēlams iepīt arī dažus slēgtus jautājumus.)
3. Vērotājs konsultantam sniedz atgriezenisko saiti, izmantojot šī uzdevuma beigās esošo pārbaudes lapu.
4. Lomas tiek mainītas, lai katrs attēlotu katru lomu.

Pārbaudes lapa

A. Četru pamata atklāto jautājumu piemēri:

Kas:

Kā:

Kādēļ:

Vai jūs varētu:

B. Piemēri vienam vai diviem atbilstošiem slēgtiem jautājumiem:

C. Ieteikumi, kā labāk varētu izveidot vienu vai divus slēgtus jautājumus:

D. Izsakiet savu viedokli par konsultanta izturēšanos (acu kontakts, ķermeņa valoda, runas veids un sekošana klienta izteikumiem):

8. uzdevums

Minimāla uzmundrināšana runāšanai un pārfrāzēšanai

Ja bieži tiek lietoti atklāti jautājumi, lai klientu mudinātu runāt, sarunas turpinājumu atvieglo „minimālie uzmundrinātāji”.

Minimālie uzmundrinātāji

1. Neverbālie minimālie uzmundrinātāji:
 - uzmanīga izturēšanās, noliekšanās uz priekšu, māšana ar galvu.
2. Verbālie minimālie uzmundrinātāji:
 - „Un?” „O?” „Tā tad?” „Tad?”;
 - „Pastāstiet man vēl!”;
 - viena vai divu atslēgvārdu atkārtošana;
 - „Hm-hm”, „Ah-ha”;
 - precīzs pēdējā klienta izteikuma atkārtojums.

3. Klusēšana.

!!! Vienkārša gaidīšana klusējot, klientam nav pārāk liels uzmundrinājums runāšanai.

Darbs pāros

1. Uzskaitiet minimālos uzmundrinājumus, kurus jūs labprātāk lietojat, un organizējiet diskusiju par tiem. Izmantojiet visus trīs tipus (neverbālu, verbālu, klusējošu).

2. Papildiniet sarakstu ar bieži lietojamiem verbāliem minimāliem uzmundrinājumiem.

3. Kuri minimālie uzmundrinājumi tika lietoti, kad jūs abi diskutējāt šo uzdevumu?

4. Tā kā Aivija propagandē iemaņu iegūšanu pēc metodes „darīt – lietot – mācīt”, jums vajadzētu izveidot plānu, kā jūs minimālos uzmundrinājumus varētu lietot biežāk un efektīvāk. Kā jūs šīs iemaņas iemācītu citiem?

Parafrāzes

Pāfrāzēšana nozīmē galvenā atkārtšanu. Ar efektīvu pāfrāzēšanu tiek veicināta diskusija, izrādīta sapratne, un tiek radīta skaidrība.

Uzdevums darbam grupā (3–5 dalībnieki)

1. Izvēlieties diskusijas tēmu (piem., jūsu kopienas etniskās attiecības, minoritāšu konsultēšana vai problēmas darbavietā). Šai diskusijai ielānoojiet 15–20 minūtes.
2. Pēc tam kad kāds grupas loceklis ir kaut ko pateicis, tas, kurš vēlas atbildēt, vispirms teikto pāfrāzē, un tikai tad sniedz komentārus.

3. Pēc katra grupas dalībnieka snieguma tiek turpināta diskusija.
4. Pēc aptuveni 20 minūtēm izvērtējiet visu grupas dalībnieku pārfrāzēšanas iedarbību, lietojot šādu vērtējuma lapu.

Pārfrāzēšanas prasmju izvērtējuma lapa

- A. Nosauciet pārfrāzēšanas piemērus, kuri parāda, ka kāds ir skaidri sapratis otra teikto.

- B. Kādas (un kā) parafrāzes tika izmantotas, lai kaut ko precīzāk noskaidrotu?

- C. Vai dažas parafrāzes nebija par garu? Varbūt par īsu?

- D. Izsakiet savas domas par citām iemaņām, kuras tika izmantotas jūsu grupā diskusiju laikā:

- a) Atklātie jautājumi –

- b) Slēgtie jautājumi –

- c) Uzmanīga izturēšanās –

- d) Minimālais uzmundrinātājs –

9. uzdevums

Jūtu reflektēšana

Jūtu nosaukšana

1. Konsultantam ir jāmeklē atpazīt un nosaukt jūtas, ko pauž klients. Strādājiet pāros un pievienojiet zemāk redzamajiem četriem pamatvārdiem citus atvasinātos vārdus, kuri pauž jūtas:

dusmīgs	priecīgs	bēdīgs	nobijies
dusmas	prieks	bēdas	iebaidīts
naids	laimīgs	ievainots	norūpējies
nokaitināts	uzbudināts	vaina	bailes
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

2. Pārmaiņus pamēģiniet demonstrēt kādas no augstāk minētajām jūtām. Mēģiniet noteikt, kādas jūtas demonstrē citi.

Jūtu reflektēšana

Efektīva jūtu reflektēšana sastāv no šādiem soļiem (Ivey, 1997, 73):

1. Nosauciet jūtas.
2. Lietojiet teikumu uzbūvi līdzīgu šim:
 - „Noteikti jūs jūtaties tā, ka...”
 - „Es nojaušu jūsu jūtas, ka...”
 - „Izklausās tā, ka jūs jūtaties it kā...”
3. Lai labāk uzsvērtu, iespējams, jūs vēlaties pārfrāzēt kontekstu:
 - „Iespējams jūs katru reizi esat vīlies, kad pēc darba tiekaties ar citiem.”
4. Ja jūs neesat drošs par savām jūtām, jūs to varat noskaidrot ar klientu:
 - „Tas tā patiešām ir?” „Vai tā tas ir?”

1. Sadaliet lomas starp *konsultantiem*, *klientiem* un diviem *vērotājiem*.
2. Klients spēlē lomu, kurā viņš izteiksmīgi pauž savas emocijas.
3. Novērotāji sniedz atgriezenisko saiti, izmantojot šādu vērtēšanas lapu.

Jūtu reflektēšanas vērtēšanas lapa

A. Uzskaityt emocijas, kuras pauž klients.

B. Vai šīs emocijas konsultants reflektēja pilnīgi? Parādiet piemērus.

C. Kādas citas iemaņas šajā sarunā izmantoja konsultants?

4. Pēc 5–7 minūtēm mainieties lomām.

10. uzdevums***Apkopošanas iemaņas***

Apkopošanas mērķis ir palīdzēt klientam un konsultantam saskaņot domas, jūtas un rīcību. Kopsavilkums konsultēšanas sarunas beigās ir obligāti nepieciešams. Kopsavilkums var būt par iemeslu tam, ka klients no izpētes nonāk līdz aktīvai problēmas risināšanai.

Uzdevums divām personām

1. Atveidojiet lomu spēlē tādas ainas, kurās būtu atspoguļotas kopsavilkšanas iemaņas:
 - a) Nākamās sarunas sākums, apkopojot iepriekšējo sarunu.
„Iepriekšējā tikšanās reizē mēs runājām par...”
 - b) Kompleksas situācijas izskaidrošana.
„Šeit mēs varētu nedaudz pakavēties un paskatīties, cik tālu esam tikuši, ņemot vērā darba mērķus...”
 - c) Pāriešana no vienas tēmas uz nākamo.
„Attiecībā uz šo punktu jūs teicāt,... Uz kuriem jūs gribētu iet nākamreiz?”
 - d) Kopējās sarunas apkopošana.
„Šodien mēs iesākām ar diskusiju... tad mēs runājām par... beigās mūsu abu domas bija...”
 - e) Apkopojiet faktus, tēmas vai idejas no vairākām sarunām.
„Iepriekšējā sarunā jūs teicāt,...; šodien jūs sakāt...”

11. uzdevums***Klausīšanās iemaņu pārbaude***

Šis uzdevums ir paredzēts, lai kopumā apgūtu 5.–9. uzdevumā atspoguļotās iemaņas, t. i.:

- a) uzmanīgu izturēšanos;
- b) atklātus jautājumus;
- c) uzmundrināšanu un pārfrāzēšanu;
- d) jūtu reflektēšanu;
- e) apkopošanu.

1. Izveidojiet darba grupu un mainoties spēlējiet konsultanta, klienta, 1. vērotāja un 2. vērotāja lomu (1. vērotājs sniedz rakstisku atgriezenisko saiti, un 2. vērotājs sniedz mutisku atgriezenisko saiti).
2. Nosakiet tēmu un nodrošiniet, ka klients konsultantam sniedz gan saturu, gan jūtas.
3. Izmantojiet šādu veidlapu (Ivey et al., 1997, 29), lai nodrošinātu atgriezenisko saiti.

Klausīšanās pamatiemaņas	Uzmanīga izturēšanās	Slēgti jautājumi	Atkārti jautājumi	Minimāls uzmundrinājums	Parafrāzes	Jūtu reflektēšana	Kopsavilkums	Cīts
--------------------------	----------------------	------------------	-------------------	-------------------------	------------	-------------------	--------------	------

Klienta izteikumi

Svarīgi konsultanta izteikumi

1	_____
2	_____
3	_____
4	_____
5	_____
6	_____

- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 _____
- 11 _____
- 12 _____
- 13 _____
- 14 _____
- 15 _____

12. uzdevums

Sarunas struktūra

Trīs personu grupās (konsultants, klients, vērotājs) veiciet konsultēšanas sarunu un atspoguļojiet pēc iespējas vairāk uzmanīgas klausīšanās iemaņas. Vērotājs vēlāk sniedz atgriezenisko saiti, pievēršot īpašu uzmanību šādiem faktoriem:

Attiecības un struktūra

1. Kā tika veidotas attiecības?

2. Kā bija strukturēta saruna?

Informācijas savākšana

3. Kādas iemaņas tika izmantotas, lai klients izstāstītu savu stāstu?

4. Sniedziet pāris piemēru, kā konsultants uzmundrināja klientu!

Rezultātu noteikšana

5. Kādi mērķi tika nosprausti?

6. Vai klients izklāstīja mērķi? Kā?

Alternatīvu izpēte

7. Izveidojiet izskatīto alternatīvu sarakstu.

8. Kā tika novērtētas atsevišķo alternatīvu stiprās un vājās puses?

Vispārināšana

9. Kādi specifiski darbības plāni tika izveidoti?

10. Kāda rezultātu kontrole tika plānota?

13. uzdevums

Klienta izaicināšana

Izaicināšanas jeb konfrontācijas būtība ir atbalstošā veidā norādīt uz domstarpībām un pretrunām, kuras izriet no klienta domām, uzvedības vai uzskatiem.

Uzdevums darbam grupās

1. Trīs personu grupās (konsultants, klients, vērotājs) konsultants izmanto uzmanīgas klausīšanās iemaņas, lai uzklusītu klientu.
2. Klients izvēlas „stāstu”, kurā viņam ir dalītas jūtas vai domstarpības ar kādu personu.
3. Konsultants mēģina sniegt izaicinošas piezīmes, lai klientu iedrošinātu pamanīt domstarpības, sagrozījumus vai nevienprātību.
4. Vērotājs lieto zemāk esošo vērtējuma lapu, lai sniegtu atgriezenisko saiti klientam un konsultantam.

Izaicinājumu vērtēšanas lapa

- A. Īsumā komentējiet, cik lielā mērā konsultanta izaicinošās piezīmes norādīja uz nostājas, domu vai uzvedības domstarpībām?

- B. Vai izaicinājums bija uz acīmredzamiem faktiem balstīts secinājums? Vai izaicinājums bija nevērtējošs un bez spriedumiem?

- C. Kas notika, kad konsultants sniedza izaicinošas un konfrontējošas piezīmes (noliegums, daļēja pārbaude, pilnīga pārbaude)?

14. uzdevums

Sarunas fokusēšana

Ja fokuss tiek vērsts uz klienta vēsturi, tad tas ir labs līdzeklis, lai novērtētu klienta situāciju. Šajā gadījumā varētu koncentrēties uz vienu vai visām turpmāk uzskaitītajām dimensijām:

- Klienta fokuss: „Pašlaik jūs jūtaties atraidīts un zaudējis cerības.”
- Konsultanta fokuss: „Man darbā notika kas līdzīgs.”
- Cits fokuss: „Pastāstiet man vēl par jūsu darba kolēģiem.”
- Tematiskais fokuss: „Es skatos, jums ir vairākas rūpes. Starp tām ir arī netikšana līdzī darbā, nepietiekama alga, pārceļšanās un, iespējams, arī citas rūpes.”

- Fokuss uz ģimeni: „Pastāstiet vairāk par to, kā ģimene ietekmē jūsu iespējamo izvēli.”
 - Kulturālais fokuss/vides fokuss: „Jūs teicāt, ka visiem cilvēkiem, ar kuriem jūs strādājat kopā, ir vairāk naudas, jo viņiem nav tādu finansiālu saistību kā jums.”
1. Izveidojiet darba grupu no 3–5 dalībniekiem un mainoties spēlējiet konsultanta un klienta lomu.
 2. Nemiet lomu spēlēs attēlotās ainas un ļaujiet katram konsultantam parādīt dažādas dimensijas (klients, konsultants, ģimene utt.).
 3. Konsultantiem vajadzētu izteikties par dažādu dimensiju attēlošanas rezultātiem.

15. uzdevums

Nozīmes reflektēšana

1. Trīs cilvēku grupās (klients, konsultants, viens vai divi novērotāji) praktizējiet nozīmes reflektēšanas iemaņas.
2. Mainoties lomām, mācieties piecas minūtes un lietojiet vienu vai vairākus šādus teikuma celmus kā stimulu nozīmes reflektēšanai:
 - a) „Svarīgākais notikums manā dzīvē...”
 - b) „Mana ģimene ir...”
 - c) „Es patiešām vēlētos no sava darba ...”
 - d) „Manas domas par to, kas tiešām ir svarīgi, ir...”
3. Sniedziet konsultantam atgriezenisko saiti, kurā jūs pievēršat uzmanību tam, kā konsultants reflektē klienta lietotos atslēgvārdus.

- a) Kuriem no minētajiem punktiem sarunā bija lielāka nozīme?

- b) Sakārtojiet sarunā lietotos jautājumus pēc nozīmes un nozīmes reflektēšanas.

- c) Izsakieties par konsultanta nozīmes reflektēšanas iemaņu efektivitāti.

16. uzdevums

Jauna formulējuma iemaņas

Sarunas laikā konsultants palīdz klientam izstāstīt savu dzīvesstāstu citādā, pozitīvākā veidā vai arī formulēt to no jauna. To ir pamatojis Aivijs (1997, 87): „No jauna formulēt savas rūpes nozīmē izmainīt problemātikas būtību. Lai mainītu dzīvi, iespējams, pietiek dzīvesstāstu nosaukt citādi vai to formulēt no jauna.” Klienta stāsta jauns formulējums ir mēģinājums apskatīt to no citas, pozitīvākas perspektīvas.

Uzdevumi mazās grupās

1. Konsultantam, kas lieto pēc iespējas vairāk ietekmēšanas un klausīšanās iemaņu, iespējams, vajadzētu piedāvāt klientam situāciju aplūkot no jaunas perspektīvas puses. „Es dzirdēju par jūsu nepatīkšanām darbavietā. Mums tagad vajadzētu nedaudz parunāt, aplūkojot šo situāciju citā gaismā.”
2. Izmēģiniet vairākas lomu spēles ar dažādām jaunas formulēšanas atziņām:
 - a) *Nosaukums*. Ja klients var savu situāciju nosaukt citādi, tad, iespējams, viņš spēs arī savu problēmu apskatīt no cita skatu punkta.
„Kā jūs citādi nosauktu vai runātu par savu problēmu?”
 - b) *Pozitīvs jauns formulējums*. Koncentrējoties uz klienta stiprajām pusēm, viņš, iespējams, ieraudzīs dažas lietas, kuras dara ļoti labi.
„Ja, piemēram, notiek tā, ka jūs ļoti sadzīvojat ar savu šefu. Ko jūs tad darāt?”
 - c) *Fokusējošs jauns formulējums*. Klients tiek aicināts apskatīt situāciju no citas perspektīvas tieši. „Pastāstiet man, ko jūsu labākais draugs pašreiz teiktu par šo situāciju.”
3. Novērtējiet jaunas formulēšanas iemaņas, lietojot šādu vērtējuma lapu:

Vērtējuma lapa jauniem formulējumiem

- A. Vai konsultants bija spējīgs no klienta iegūt pietiekami daudz informācijas, pirms viņš izmantoja jaunas formulēšanas tehniku? Izsakiet savu viedokli.

- B. Cik efektīva bija jaunā formulēšana?

Nosaukums:

Pozitīvs jauns formulējums:

Fokusējošs jauns formulējums:

C. Vai konsultants ar klientu pārrunāja jauno formulējumu?

Izsakiet savu viedokli.

17. uzdevums

Loģiskās sekas

Pāros mācieties lietot piecus loģisko seku soļus:

1. Situācijas saprašana
2. Seku izpēte
3. Uz sekām attiecināmā informācija
4. Seku apkopojums
5. Klienta lēmums

Lietojiet paši savu reālu vai iedomātu situāciju! Turpmāk viens piemērs.

Vasilijam, kas strādā pie konveijera, bieži vien ir jāveic citi nepatīkami darbi, jo kolēģi viņam to palūdz. Viņš nekad neiebilst un izdara visu, ko viņam liek.

1. Dažos vārdos apkopojiet Vasilija problēmu, lietojot „Ja... tad...” teikumus.

2. Definējiet Vasilijam specifiskus jautājumus attiecībā uz viņa izturēšanās pozitīvajām un negatīvajām sekām.

3. Sniedziet viņam atgriezenisko saiti par iespējamajām sekām, ja viņš arī turpmāk izturēsies tik neenerģiski. Lietojiet „Ja... tad...” jautājumus.

-
-
4. Apkopojiet atšķirības starp pašreiz sniegto atgriezenisko saiti un Vasilija skatījumu uz lietām.

-
-
5. Iedrošiniet viņu pieņemt pašam savus lēmumus.

18. uzdevums

Atbilstoša pašatklāsmē

Pašatklāsmē nozīmē, ka konsultants nodod savus personīgos pārdzīvojumus un pieredzi klientam, lai palīdzētu viņam dziļāk apskatīt savas problēmas. Lietderību var konstatēt, tikai vērojot klienta reakciju.

Pāru darbs

1. Tāpat kā iepriekšējā uzdevumā, klients un konsultants veic piecu minūšu lomu spēli, kam seko atgriezeniskā saite par pašatklāsmi un diskusija.
2. Nemiet tādu pašu piespiedu situāciju kā iepriekšējā uzdevumā, taču pievienojiet atbilstošu konsultanta pašatklāsmi. Pēc tam konsultantam kopā ar klientu vajadzētu izanalizēt, kā klients uz to ir reaģējis. Izmantojiet vērtēšanas lapu, lai attīstītu diskusiju pēc piecu minūšu ilgas lomu spēles.

Vērtēšanas lapa pašatklāsmēi

- A. Izsakiet savas domas attiecībā uz šādām konsultanta pašatklāsmes pazīmēm:

Godīgs:

Atbilstošs situācijai:

Īsi un par tēmu:

Tagadne vai pagātne:

Klienta problēma bija uzmanības centrā:

B. Vai konsultants klienta reakciju attiecībā uz pašatklāsmi pārbaudīja? Izskatiet savu viedokli.

19. uzdevums

Atgriezeniskās saites sniegšana klientam

Atgriezeniskā saite klientam nozīmē, ka viņam tiek pateikts, kā viņu un viņa rīcību redz citi. Rīcība atgriezeniskās saites gadījumā:

1. Uzmanīga klienta vērošana.
2. Īsa, akurāta un konkrēta atgriezeniskā saite nevērtējošā veidā.
3. Atgriezeniskās saites iedarbības uz klientu kontrole.

Pāru darbs

1. Klients un konsultants veic piecu minūšu lomu spēli ar atgriezenisko saiti un diskusiju nobeigumā.
2. Konsultants attēlo problēmu situāciju (piem., ģimenes problēmas, spriedze/psiholoģiskais spiediens darbavietā, pārāk smags darbs, maz laika ģimenei, maz prieka darbā) un nodrošina klientam atgriezenisko saiti, atspoguļojot, kā klients šai situācijai „tiek pāri”. Atgriezeniskās saites novērtēšanai izmantojiet šādu vērtējuma lapu.

Atgriezeniskās saites vērtējuma lapa

A. Vai atgriezeniskā saite bija konkrēta un atbilstoša? Parādiet piemērus.

B. Vai atgriezeniskā saite bija nevērtējoša? Parādiet piemērus.

C. Vai konsultants atgriezeniskās saites laikā koncentrējās uz klienta stiprajām pusēm? Piemērs.

D. Vai centrā galvenokārt atradās fakti un dati, nevis iespaidi? Parādiet piemērus.

E. Vai konsultants pārbaudīja savas atgriezeniskās saites iedarbību uz klientu? Parādiet piemērus.

20. uzdevums

Informācijas sniegšana

Šādi izaicinošie jautājumi liks izklāstīt problēmas par informācijas, mācību un konsultācijas darbībām.

1. Ja konsultants mācās konsultācijas sarunu un tas viņam nepadodas, ko jūs tad teiksit klientam?

2. Kā jūs reaģējat uz cilvēku, kurš jums dod padomus?

3. Diskutējiet par kādu noderīgu padomu, kurš jums kādreiz tika dots, respektīvi, par to, kā jums tika dots šis padoms.

4. Kāds informēšanas vai mācīšanas veids jums patīk? Kāpēc?

5. Kā vislabāk konsultēšanas procesā izmantot šādas darbības:

- a) Informācijas sniegšanu:

- b) Viedokļa izteikšanu vai padoma došanu:

- c) Ierosinājumu piedāvāšanu:

- d) Mācīšanu:

21. uzdevums

Norādījumu sniegšana

Norādījumiem ir liela nozīme daudzos konsultēšanas modeļos. Ja tiek sniegtas pareizas un situācijai atbilstošas norādes, tad klients tās bieži vien akceptē. Pie bieži lietotajām norādēm pieskaitāmi: tēlaini priekšstati, lomu spēle, grupas darbs, jauns formulējums, atbrīvošanās un paradoksāli norādījumi.

Uzdevums trim personām

1. Konsultants klientu sarunā noved līdz tādām stāvoklim, kad klients spontāni izsakās par savu problēmu. Tad tiek dotas kopumā trīs norādes. Pēc katras norādes pārbaudiet, kā klients to ir uztvēris, un tad turpiniet ar nākamo norādi. Norādes var ņemt no „norāžu saraksta”.
2. Vērotājs sniedz atgriezenisko saiti.
3. Mainoties lomām, trenējieties tā, ka beigās katrs ir spēlējis visas lomas.

*Norāžu saraksts**(Ivey, Intentional Interviewing and Counseling, 1994)*

1. Norādes attiecībā uz darbību
„Es vēlētos, lai jūs nākamajā nedēļā pamēģinātu...”
2. Tēlainis priekšstats
„Aizveriet acis un aprakstiet jūsu ideālo darba dienu.”
3. „Karstais krēsls”. „Runājiet ar jūsu šefu tā, it kā viņš sēdētu šajā krēslā. Pieejiet pie šī krēsla un atbildiet tā, kā to darītu jūsu šefs.”
4. Paradoksāli norādījumi
„Turpiniet kā līdz šim...”
5. Lomu spēles
„Mēs tagad lomu spēlē mēģināsim attēlot strīdu ar jūsu priekšnieku, taču šoreiz mēģiniet...”
6. Jauns formulējums
„Aprakstiet negatīvu piedzīvojumu vai negatīvu domu, un tad identificējiet kaut ko pozitīvu šajā piedzīvojumā vai domā. Koncentrējieties tikai uz pozitīvo un ievietojiet to savā problēmā.”
7. Ievadīšana/mājas uzdevumi
„Vienu nedēļu praktizējiet enerģisko izteiksmes veidu ar jūsu priekšnieku.”
8. Meditācija
„Koncentrējieties uz šo vienu punktu. Atbrīvojieties. Koncentrējieties uz elpošanu. Mēģiniet atbrīvoties no citām domām.”
9. Darbs grupās
„Es vēlētos, lai jūs savā mazajā grupā darītu šādi:...”
10. Runas maiņa
„Es gribētu, lai jūs „vajadzētu” pārvērstu par „gribu”. Mainiet „nevaru” uz „nedarīšu”!
11. Sistemātiska jūtīguma mazināšana
„Baiļu izraisītājus aplūkojiet sistemātiskā hierarhijā.”
12. Atslābināšanās
„Sasprindziniet un atslābiniet muskuļus!”

3. Ž. Īgana problēmu menedžmenta modelis

3.1. Modeļa attīstība un stāvoklis

3.1.1. Ievads

Žerārs Īgans (*Gerard Egan*) ir organizāciju attīstības un psiholoģijas goda profesors Loilas universitātes Organizāciju attīstības centrā Čikāgā. „The Skilled Helper” pašreiz ir visvairāk izmantotākā specializētā literatūra konsultēšanas darbā. Darbs ir tulkots vairākās valodās gan Eiropā, gan Āzijā. Praktiskā pieeja problēmu risināšanai un iespēju iekļaušanai līdzās vairākiem citiem turpmāk atzīmētajiem iemesliem ir grāmatas popularitātes pamatā (*Egan*, 1998, 2002).

1. Problēmu risināšana ir viena no visvairāk izpētītajām psiholoģijas paradigmām.
2. Problēmu risināšana un darbību iespēju izslēgšana ir daļa no jebkura konsultēšanas veida. Tam par iemeslu varētu būt fakts, ka pieeja koncentrējas uz padomu meklējošā cilvēka vajadzību, nevis dominē kāda teorija.
3. Problēmu risināšanas pieeja vai modelis savā būtībā ir universāls. Tāpēc to ir viegli pielāgot kulturālajām dažādībām.
4. Tas ir ļoti praktisks modelis. Katrs gadījums ir pētījums pats par sevi. Tiek nosprausti mērķi, un attīstība tiek kontrolēta saskaņā ar tiem.
5. Padomu meklējošais cilvēks problēmas novēršanas paņēmienus saprot ātri, un šī saprašana atļauj kļūt par partneri konsultēšanā.
6. Konsultēšanas sarunas kļūst par laboratorijām labāku problēmu novēršanas paņēmieni radīšanai.
7. Konsultantam ir pieejams plašs problēmu novēršanas metožu klāsts. Viņam ir pieejamas jaunākās no teorētiskajām un praksē integrētajām konsultēšanas metodēm.

Īgans jau no paša sākuma saprata, ka pastāv spriedze starp uzvedības psiholoģiju, geštaltpsiholoģiju un humānistisko psiholoģiju. Kad pirmo reizi tika prezentēts un recenzēts „The Skilled Helper”, Īgans saņēma pozitīvus komentārus no abām pusēm, bez tam uzvedības zinātnes (biheiviorisma) piekritēji modeli redzēja kā humānistisku ceļu uz uzvedības un darbīborientētu konceptu ieviešanu, bet humānistiskās psiholoģijas

aizstāvji – kā uzvedības zinātnes ceļu uz humānistisko ideju izplatīšanu. Visos izdevumos Īgans mēģināja savienot abus psiholoģiskos virzienus, jo viņš atzina, ka uzvedības konsultēšanas tehnikai ir nepieciešama humanizācija.

3.1.2. Īgana modeļa attīstība

Kad Īgans pirmo reizi (1975) iepazīstināja ar savu modeli, viņš to nosauca par sistemātiskas konsultēšanas modeli un starppersonu attiecību veidošanu. Viņa darbu stipri ietekmēja trīs savstarpēji vienoti avoti:

- 1) R. Karkufa (*Carkhuff*) darbs un citas konsultēšanas iemaņu treniņu sistēmas;
- 2) sociālās ietekmes teorijas;
- 3) mācīšanās teorija un pamata pieņēmumi par uzvedības saglabāšanu un pārmaiņām.

Kaut arī Karkufs (1969a,b, 1971, 1973) bija ļoti ietekmējies no K. Rodžera (1965), it īpaši attiecībā uz komunikatīvajām iemaņām un uzmanīgu klausīšanos, viņš paplašināja Rodžera attiecību teoriju un pievienoja darbību fāzi. Karkufa ļabi pārdomātais un zinātniski pamatotais modelis patika Īganam. Viņu ietekmēja veids, ar kādu Karkufs detalizēti katru atsevišķi aprakstīja sava modeļa trīspakāpju prasības un īpašības. Īgans izmantoja arī Karkufa modeli, parādot tās iemaņas, kuras ir vajadzīgas konsultantam, lai darbotos efektīvi. Daudzas no aprakstītajām iemaņām (un iemaņu gradācija) arī parādās Īgana modelī: empātiska sapratne, dažādi cieņas un īstuma izteikumi, korekta attieksme jeb precizitāte detaļās, konfrontācija u. c. Arī Brammers (*Brammer*, 1973) izveidoja sistemātisku iemaņu treniņa programmu, kas ietekmēja Īgana darbu. Brammers papildināja Karkufa konsultēšanas iemaņu sarakstu, pievienojot 20 specifiskas iemaņas, kuras, pēc viņa domām, bija nepieciešamas konsultēšanā. Īgans ietekmējās arī no Aivija un viņa kolēģiem (*Ivey*, 1971, 1972, *Hakny, Ivey, Otting*, 1970), attīstot savu sistemātisko uz iemaņām bāzēto konsultēšanas modeli (sk. 2. nodaļu). Īgans konsultantu izglītošanā iekļāva vēl divus konsultēšanas modeļus, tas ir, Haknija un Nijas (1973) diskriminācijas modeli, kā arī Kagana (*Kagan*) mikroimaņu teoriju. Haknijs un Nija par īpaši svarīgu uzskatīja mērķu nospraušanu un uzvedības pasākumu plānošanu, lai palīdzētu klientiem sasniegt viņu mērķus. Kagans (1973, 44) savas izglītojošās teorijas galveno domu ir apkopojis šādos vārdos:

Vispārējā mācību stratēģija [...] ir attīstījusies kā pakāpeniski viena otrai sekojošas mācību stundas, kuras sākas ar didaktiskām konceptu prezentācijām, tad pāriet uz simulāciju uzdevumiem, uz starppersonālu afektīvu stresu, uz video un psiholoģisko atgriezenisko saiti, uz pašu pasivitātes izpēti, uz atgriezenisko saiti ar klientu un nobeigumā – uz kompleksu bilaterālu viedokļu dažādību par saprašanu un saskarsmi, kas rodas, ja cilvēki veido attiecības.

Īgans aplūko konsultēšanu kā procesu, kuru ietekmē sabiedrība. Viņš uzsver, ka svarīgi ir tas, ka konsultants pirmajā pakāpē klientu uztver pozitīvi. Tas veido pamatu, lai padoma meklētāju varētu ietekmēt ar spēcīgu profesionalitāti, uzticēšanos un pievilksanas spēku. Īgans izmanto šo ietekmi, lai noskaidrotu un izaicinātu arī klienta nostāju. Tādas iemaņas kā aktīvo klausīšanos, uzmanību, empātiju un apkopošanu Īgans lieto, lai padarītu iespējamu sociālo ietekmi. Liela ietekme uz Īgana modeli bija mācīšanās un izturēšanās teorijai un tās principiem. Šie ieskatī bija nepieciešami, lai uzskatāmāk parādītu, ka Īgans (1975, 6) konsultēšanu uztvēra kā palīdzību uzvedības izmaiņai. Iesaistītajām personām pašām par sevi un savā apkārtējā vidē vajadzētu sasniegt ievērojamas pārmaiņas, uzlabot savu destruktīvo uzvedību attiecībā pret sevi un citiem un iegūt iemaņas, kuras nodrošina pilnvērtīgāku dzīvi. Īgans visos savos pētījumos izteica priekšlikumu apgūt plašu iemaņu spektru problēmu risināšanas un uzvedības mainīšanas pamatprincipu izmantošanā. Tādējādi Īgana modelis attēlo trīs ietekmju integrāciju trīsstūrveida attīstības modeli. Īgans sevi uzskatīja par starpnieku, kas atrodas saistībā ar labāko pētījumos un teorijās, un to visu pielāgo praktiķu vajadzībām.

3.1.3. Konsultēšanas un starppersonu attiecību veidošanas modelis

Savā grāmatā „The Skilled Helper” (1975, 30) Īgans sniedz „Pārskatu par organisku jeb uz attīstību attiecināmu konsultēšanas modeli un interpersonālo attiecību veidošanu”. Modelis aptver pirmskonsultēšanas fāzi un trīs pakāpes.

*Pirmskonsultēšanas jeb pirmskomunikācijas fāze:
Uzmanības sniegšana*

Konsultēšanas sniedzēja mērķis: Pievērst uzmanību citai personai gan psihiski, gan fiziski, pilnībā ziedoties darbam ar otru cilvēku.

1. pakāpe: Reaģēšana / pašizpēte

Klienta mērķis: Reaģēšana. Pievērsties klientam un viņa izteikumiem ar cieņu un empātiju. Izveidot efektīvu komunikatīvo procesu ar klientu. Atvieglot klienta pašizpēti.

Klienta mērķis: Pašizpēte. Izpētīt pieredzi, uzvedības veidus un jūtas, kuras attiecināmas uz viņa problēmām. Izpētīt, kādā veidā viņš dzīvo neefektīvi.

2. pakāpe: Integratīvā sapratne / dinamiskā pašsapratne

Konsultanta mērķis: Integrācijas sapratne. Konsultants sāk ar datu apkopošanu, kuri iegūti no klienta pašizpētes fāzē. Viņš redz izturēšanās vadmotīvus vai paraugus un palīdz klientam tos identificēt. Viņš palīdz klientam redzēt „kopskatu”. Viņš iemāca klientam pašam izmantot šo integrācijas procesu.

Klienta mērķis: Dinamiska pašsapratne. Attīstīt pašsapratni, kura atspoguļo pārmaiņu nepieciešamību un darbību nepieciešamību. Iemācīties no konsultanta pašam veidot kopskatu. Identificēt resursus, īpaši neizmantotos resursus.

3. pakāpe: Rīcības atvieglošana / rīcība

Konsultanta mērķis: Atvieglot rīcību. Kopā ar klientu izstrādāt specifiskas rīcības programmas. Palīdzēt klientam balstīt savu rīcību jaunā sapratnē. Ar klientu atrast plašu dažādu veidu un ceļu spektru, lai varētu mēģināt konstruktīvi mainīt izturēšanos. Sniegt atbalstu un norādījumus konkrētām rīcības programmām.

Klienta mērķis: Rīkoties, dzīvod efektīvāk. Izkopt spējas, kuras nepieciešamas, lai efektīvāk iekļautos dzīves sociālajās dimensijās. Atteikties no pašiznīcinošiem un citiem destruktīviem uzvedības paraugiem. Attīstīt jaunus resursus.

1. pakāpē konsultants ieliek pamatus sociālajai ietekmei klienta dzīvē. Tiek izveidotas labas attiecības, un konsultants kļūst par padomdevēju, kas strādā kopā ar klientu viņa mēģinājumos tikt galā ar problēmu.

2. pakāpē konsultants klientam ir līdzās, kad tas mēģina saprast vadmotīvus savā dzīvē. Šo pakāpi var uztvert arī kā ietekmes procesu, kurā konsultants izmanto 1. pakāpē izveidoto bāzi (lietišķa sapratne, uzticēša-

nās, kontakts), lai ietekmētu klienta uztveri, t. i., palīdzētu reāli uztvert pašam sevi un apkārtējo vidi un mijiedarbību starp šīm izpausmēm. 2. pakāpē klients aizvien skaidrāk atpazīst nepieciešamību pēc rīcības.

3. pakāpē konsultants un klients izstrādā kopīgas rīcības programmas. Uz tām parasti attiecas problēmu risināšanas tehnikas, lēmumu pieņemšanas metodes, uzvedības mainīšanas programmas, mājasdarbi un saskaršmes prasmju, kā arī citu iemaņu trenēšana (Egan, 1975, 49).

Otrajā izdevumā (1982) Īgans savu trīspakāpju risinājumu nepārprotami apzīmē kā *problēmu menedžmenta modeli*. Konsultanti ir padomdevēji, kas palīdz risināt problēmas. Lielāks uzsvars tiek likts uz mērķa nospraušanu 2. pakāpes konsultēšanas procesā. Šo pakāpi Īgans (1982, 51) raksturo šādi: „Mērķu nospraušana uz dinamiskas sapratnes pamata. Konsultants palīdz padoma meklētājam kopumā aplūkot pašizpētes fāzē iegūtos datus. Viņš palīdz klientam attīstīt tās jaunās perspektīvas, kuras ir nepieciešamas mērķu nospraušanai, un atvieglo mērķu nospraušanas procesu.”

Šī mijiedarbība ar uzsvaru uz mērķa nospraušanu vēl dziļāk tiek apskatīta trešajā „The Skilled Helper” (1986) izdevumā. Tagad 2. pakāpe „Integratīva saprašana” tiek saukta par „Mērķu nospraušanu”. Jaunums ir doma palīdzēt klientam jaunu scenāriju konstruēšanā. Īgans tādējādi piedāvā vienu no pašsaprašanas idejām par mērķu nospraušanu. Tā kā klientu pašreizējā situācija ir problemātiska, tie nāk pie konsultantiem, kuru mērķis savukārt ir palīdzēt saskatīt labākus scenārijus, kas ietver konstruktīvākus uzvedības piemērus un konsultēšanas procesam atbilstošus mērķus. Grāmatas ceturtajā izdevumā (1990) Īgans veic vairākas papildu pārmaiņas savā modelī. 1. pakāpes otrais un trešais solis tiek mainīti vietām. Jautājumu uzdošana (*In-Frage-Stellen*) (trešais solis) arī tiek ietverts konsultēšanas sarunā. Padomu meklētāji drīzāk būs spējīgi tikt galā ar savām problēmām, ja viņi sākumā izskatīs t. s. aklos punktus, piemēram, kritiski izvērtēs problēmu sagrozījumus, nepareizus vēstījumus, motivācijas deficītu, kā arī problēmas apzināšanās trūkumus. Klienta darbības kļūst aizvien nozīmīgākas, tāpat kā klienta zināšanas, mērķu nospraušanas un stratēģijas plānošana. Taču svarīgāk ir padoma meklētāju mudināt darboties. Un tas nozīmē palīdzēt viņam ne tikai veidot sev labāku nākotni un uzlikt par pienākumu īstenot darbošanās programmu, bet arī palīdzēt šim nolūkam izvēlēties labākās stratēģijas. Īgans (1990) uzsver arī praktiskās pieredzes nozīmi. Labākie konsultanti esot starpnieki, t. i., speciālisti, kuri savu praksi balsta gan uz klientu rīcības izpētes pamatiem, gan arī uz esošo zinātnisko līmeni. Konsultēšanas prakses nozīmes apzināšanās Īganu pamudināja savu modeli aprakstīt ne tik daudz kā attīstības pakāpju un soļu

secību, bet gan vairāk kā *pamatlikumu krājumu*, kurš varētu kalpot kā vadlīnijas praktiķiem. Vēlāk, sākot ar 20. gs. deviņdesmitajiem gadiem, Īgans negribēja piedāvāt pamācību grāmatu ar patentētām receptēm. Piektais „The Skilled Helper” izdevums (1994) salīdzinājumā ar ceturto, 1990. gada, izdevumu ir saīsināts par gandrīz 100 lappusēm, taču būtiskas saturiskas pārmaiņas nav veiktas. Īgans arī turpina atbalstīt problēmu pārvarēšanas un iespēju attīstīšanas teoriju. Būtiski ir saīsināts ceturta izdevuma nobeigums, kurā Īgans iztīrīja konsultēšanas laiku un konsultācijas noslēguma fāzi. Ar sesto izdevumu (1998) parādās augošā īsās terapijas ietekme un stipri reglamentētā veselības aprūpe ASV (kur veselības apdrošināšana apmaksā tikai ierobežotu konsultanta vai terapeita apmeklējumu skaitu). Šajā izdevumā Īgans vēl lielāku uzsvāru liek uz klienta neizmantojamām iespējām. Tāpat kā dažu īsās terapijas formu gadījumos, Īgans meklē stiprās puses, kuras klients varētu atklāt sarunā. Viņš piezīmē, ka, koncentrējoties uz problēmas risinājuma iespējām, klienti bieži vien paši tās spēj atrisināt (XVI). Taču tam visam vajadzētu norisināties ātri un efektīvi. Sestajā izdevumā Īgans lielu vērtību piešķir *preventīvajai komunikāciju un problēmu risināšanas spēju izmantošanai*. Spēju attīstīšana bieži vien tiek atstāta gadījuma ziņā. Ideālajā variantā daudzas rīcības formas tiek iemācītas un veidotas arī mājās, skolā un sabiedrībā. Aktualizējot šo konsultēšanas kompetences rokasgrāmatu, uzmanība tika pievērsta augošajam multikulturālismam konsultēšanā. Līdz ar Bulgārijas un Rumānijas iestāšanos 2007. gada 1. janvārī Eiropas Savienība apvieno 27 valstis, kurās kopumā dzīvo 450 miljoni cilvēku. Brošūrā „Skilled Helping Around the World” Īgans (2002) izsaka savu pozitīvo nostāju attiecībā pret multikulturālismu. Viņš pauž, ka mums „vajadzētu novērtēt dažādību un no tās mācīties, nevis uz to skatīties no augšas, vai tikai izrādīt tai „toleranci”. Tādā veidā cilvēki attīsta empātiju pret apkārtējo dzīves vidi un savu vietu tajā. Nenonivelējot paša uzskatus un vērtības, cilvēkam ir skaidrs, ka pastāv dažādi dzīvesveidi un kāds atsevišķs no tiem noteikti nav „labāks par citu”. Multikulturālisms konsultēšanā dod savu artavu vienlīdzībai un taisnīgumam visās valstīs. Konsultantam ir svarīgi atpazīt, kāda ir sakritība starp pazīmēm (piederība tautai, seksuālā orientācija, sociāli ekonomiskais statuss, nacionālā izcelsme, ķermeņa īpašības, dzimums utt.) un jautājumiem un problēmām, kādas saskata klienti. Pēc mūsu novērojumiem, pastāv divas visbiežāk pamanāmās izpausmes:

- Atceries, ka ne vienmēr cits ir tieši tāds pats kā tu. Un, ja tev atšķirības kļūst nepatīkamas, vispirms meklē aizspriedumus sevī.
- Multikulturāli orientētie konsultanti nereti pieļauj divas kļūdas: viņi vairāk fokusējas uz specifiku un klienta vienreizīgumu nekā

uz universālo. Jeb arī viņi vairāk redz vispārīgo nekā specifisko un unikalitāti.”

Visticamāk, ir vajadzīga starpniecība starp abām uztverēm. Īgans (2002, 11) šajā sakarā sniedz vairākus norādījumus:

- konsultantiem vajadzētu apzināties pašiem savu kulturālo izcelsmi, ar klienta palīdzību precizēt savu paštēlu;
- konsultantiem vajadzētu apzināties savus kulturālos aizspriedumus pret noteiktām grupām un cilvēkiem;
- konsultantiem vajadzētu pozitīvi uztvert to, kādā veidā klients ietekmē savu dinamisko tēlu;
- konsultantiem vajadzētu zināt, kādā veidā nabadzība, stereotipi, diskriminēšana, apspiešana un aizspriedumi skar noteiktas grupas un atsevišķas personas;
- konsultantiem jāņem vērā, ka uz Rietumiem orientētas teorijas un pieeja ne vienmēr der citām kultūrām;
- konsultantiem noteikti vajadzētu zināt savu klientu ģimeņu struktūru un ģimenes locekļu tradicionālās lomas;
- konsultantiem vajadzētu atpazīt atšķirības attiecībā uz komunikācijas stilu, valodu atšķirībām un neverbālo komunikāciju;
- konsultantiem vajadzētu pārvaldīt dažādu paņēmienu veidus, kuros ir nozīme kulturālai mainībai;
- konsultantiem vajadzētu spēt novērtēt savu multikulturālo kompetenci un būt motivētiem attīstīt savas zināšanas un iemaņas.

3.1.4. Teoriju ietekme

Īgana problēmu menedžmenta modelis vispirms ir praktiska teorija, taču tāpēc tā nebūt nav neteorētiska. Runa vairāk ir par *integratīvu metodi*, kura ietver elementus no citām konsultēšanas teorijām. Modelis bāzējas, pirmkārt, uz mācīšanās teoriju un principiem, kuri ir pamatā uzvedības pārmaiņām. Taču, tā kā tā ir problēmu novēršanas metode, tad modelis vairāk balstās uz problēmu risinājumu un lēmumu pieņemšanas izpēti. Ir redzama Rodžera (1965) attiecību un komunikācijas spēju teoriju ietekme.

Īganu un viņa modeli ir ietekmējuši tādi uzvedības zinātnes pārstāvji kā Bandura (*Bandura* 1969), Aizenks (*Eysenck*, 1965), Godlšteins (*Goldstein*, 1966), Krumbolcs (*Krumboltz*, 1966), Meiers (*Maier*, 1960) un

Skinner (*Skinner, 1953*). Lielākā daļa uz uzvedību orientēto konsultantu strādā kopā ar klientu. Šie konsultanti uzvedības terapijā sagaida izglītību un pieredzi. Uzvedības teoriju piekritēji galveno uzsvaru liek uz palīdzību padoma meklētājam, uzvedības analīzi, precīzu problēmas noteikšanu un mērķu izvēli. Šiem (uzvedības) konsultantiem jāmāk izmantot tehnikas, lai palīdzētu klientiem noteikt un risināt plašu problēmu klāstu. Daudzas no šīm domām Īgans ir apstrādājis sava konsultēšanas modeļa otrajā un trešajā pakāpē. Konsultanti palīdz padoma meklētājam noteikt privilīģētākos scenārijus, jo tieši caur tiem tiek definēti mērķi. Trešajā pakāpē Īgans, tāpat kā uzvedības teoriju piekritēji, palīdz klientiem attīstīt un likt lietā rīcības plānus. Īgans izmanto arī uzvedības teoriju piekritēju radītos pašlīgumu, pašpārraudzības un pašstiprināšanas konceptus. K. Rodžera darbs ir labi zināms. Taču, lai parādītu tiešu ietekmi uz Īgana modeli, galvenie Rodžera darbu aspekti tiek apkopoti šādi:

- Rodžera teorijas centrā atrodas cilvēks;
- būtiskākais ir cilvēku un viņu attiecību, uzskatu savienošana;
- Rodžers uzsver padoma meklētāja pasaules saprašanu no viņa perspektīvas (fenomenoloģiskais viedoklis). Tāpēc ir svarīgi, lai attiecības ar klientu būtu pēc iespējas tuvākas, lai rastos īsta uzticēšanās un saprašanās.

Rodžeram (1961) ir ļoti pozitīvs cilvēces redzējums. Viņš cilvēkus uzlūko galvenokārt racionāli un kā tādus, kuriem vienmēr ir iekšējs potenciāls virzībai uz priekšu. Cilvēkiem ir neatņemama tendence pozitīvi attīstīties un augt. Šīs pozitīvās realizācijas tendences konsultants, kas ir paties un kongruents, var veicināt, t. i., konsultants nav tas, kurš rīkojas, viņš vairāk tikai izmanto savu pieredzi. Īgans (1975) akceptē šo Rodžera īstuma priekšstatu un piezīmē, ka šī īstuma atspoguļošanai uzvedībā pieder:

- atbrīvošanās no ikdienas („iestudētām”) lomām;
- spontanitāte;
- neatgrūšana;
- konsistence (iekšējās savstarpējās saistības pakāpe);
- ļaušanās piedalīties.

Empātijai un cieņai (bezkompromisa pozitīvai uzlūkošanai) attiecībā pret klientu Rodžera teorijā ir liela nozīme. Empātiska sapratne nozīmē to, ka konsultants gan kognitīvā, gan arī padziļinātā afektīvā pakāpē zina, kā tas ir – būt citam un vienlaicīgi saglabāt savu autonomiju. Bezierunu pozitīva klienta uztvere ir vairāk iezīmēta kā totāls nekā nosacīts pieņēmums (*Akzeptanz*).

Īgans (1975) nosaka, ka sekmīgiem konsultantiem cieņa atspoguļo aktīvu nostāju un pret klientu izpaužas šādi:

- būt pieejamam klientam;
- atbalstīt klientu kā unikālu personību un palīdzēt viņam attīstīt savu unikalitāti;
- ticēt klienta potenciālam vadīt sevi;
- uzņemties saistības sadarboties ar klientu un pieņemt faktu, ka klients uzņemas atbildību mainīties.

Ieklausīšanās, labsirdība, sapratne, atklātība, empātija un cieņa mūsdienās ir daļa no biežākajiem konsultēšanas centieniem un konsultēšanas mācībām. Īganam un daudziem citiem ir jāpateicas Rodžeram par viņa ietekmi to teorijās. Neskatoties uz teorētiskajām ietekmēm uz viņa modeli, jāatzīst, ka Īgans ar katru nākamo izdevumu vairāk un vairāk paļaujas uz savu praktisko pieredzi. Ceturtajā „The Skilled Helper” izdevumā (1990) Īgans min, ka zinātnisko pētījumu rezultāti bieži vien ir tik nesaistoši un pretrunīgi, ka uz tiem bāzētu sakarīgu praktisku modeli ir grūti formulēt. Īgans pilnībā piekrīt Morrovam-Bredlijam un Eliotam (*Morrow-Bradley und Elliott*, 1986):

„Psihoterapijas zinātnieki gandrīz vienprātīgi uzrādīja, ka: a) psihoterapijas zinātniskajiem pētījumiem vajadzētu sniegt noderīgu informāciju praktizējošiem terapeitiem, b) šādi zinātniskie pētījumi līdz šim neesot notikuši un c) šo problēmu vajadzētu risināt.” (188. lpp.)

Īgans neiebilst pret to, ka praktiķi pārtrauc pētījumus, tomēr uzsver, ka viņiem vajadzētu vairāk uzmanības pievērst pašu uzskatiem. Ir zināmi daudzi izcili praktiķi, kuri savu konsultēšanu augstākajā līmenī notur ar darbību izpēti, un viņi ir arī gatavi savās zināšanās dalīties ar citiem. Īgans ņēma vērā šīs „balsis no prakses”. Rezultātā tapa veiksmīgs modelis problēmu novēršanai, jo padoma meklētājus patiesībā neinteresē teorija, bet gan rezultāti (1994, 14). 1994. gadā Īgans (2002, 17) prezentēja visaptverošu modeli (sk. 7. att.)



7. att. Konsultanta kompetenču jomu modelis (Egan, 2002)

3.1.5. Modeļa stiprās un vājās puses

Īgans (1994) norāda uz to, ka starp teorētiķiem/zinātniekiem vienmēr ir valdījusi zināma spriedze. Konsultantiem, palīdzot klientiem, vajadzētu plaši izmantot jebkuru stratēģiju, kura ne tikai teorētiski skaitās iedarbīga, bet arī reāli iedarbojas ļoti ātri. Zinātnieki bieži vien izvēlas garāko, piesardzīgāko ceļu, jo viņi apgalvo, ka pētījumu „nenobriedušie” rezultāti vēl nav gatavi, lai tos izmantotu praksē. Bieži vien šie zinātnieki kritizē praktiķus, ka viņi lieto vēl līdz galam neizpētītas metodes.

Ar problēmu menedžmenta modeli Īganam izdevās parādīt vēl citas – *starpnieka* – lomas nozīmi. *Starpnieki* atrodas ciešā kontaktā gan

ar atbilstošo teoriju un pētījumiem, gan – pats svarīgākais – ar praktiķu reālajām vajadzībām darbā ar klientiem. Īsi sakot, Īgans (ar panākumiem) mēģināja pārnest labāko no teorijas un zinātnes (Rodžers, 1980; Karkufs, 1969; Bandura, 1969; Krumbolcs, 1966 u. c.) uz praktiski orientētu modeli. Īgana teorētiskā nostāja par to, ka mācīšanās un problēmas risināšana ir katras konsultēšanas teorijas stūrakmens, tiek atbalstīta pasaules mērogā. Viņš sniedz (1996) skaidras un loģiskas norādes konsultantiem savas teorijas izmantošanā.

1. Problēmu risināšana ir pamatīgi izpētīta un tāpēc nebalstās uz nepierādītām teorijām.
2. Nozīmīga konsultēšanas daļa ir jaunu padoma meklētāju iespēju iekļaušana.
3. Problēmas risināšanas process ir universāls un viegli pielāgojams kulturālām atšķirībām.
4. Process ir skaidrs un praktisks, ja tiek noteikti mērķi un uzdevumi un ceļš uz mērķi tiek plānots.
5. Procesu var izveidot par viegli saprotamu padoma meklētājiem, un šajā procesā viņi kļūst par partneriem.
6. Ja klients ir apguvis šo procesu, tad to var izmantot, risinot problēmas arī citās dzīves jomās.
7. Vienkāršais trīspakāpju pamatmodelis spēj viegli adaptēt jaunas metodes un zinātnisku pētījumu rezultātus.
8. Problēmu menedžmentu var izmantot preventīvi.

Īgana teorija deva lielu ieguldījumu zināmas mistikas kļiedēšanai konsultācijas procesā. Viņa konsultācijas modeļa trīs pakāpes ir skaidras un saprotamas. Metodi var izmantot dažādām mērķa grupām īsā laika periodā. Centrā tiek nostādīta tagadne un nākotne, un klienti strādā ar ātri realizējamiem mērķiem.

Īgana modelis ir laikmetīgs, jo atsevišķi faktori (ierobežoti naudas līdzekļi konsultācijām) aizvien vairāk ietekmē konsultantu darbu. Modelis tieši koncentrējas uz to, ka klienti sarunas laikā atklāj savas stiprās puses un to, kā šīs stiprās puses izmantot, lai, koncentrējoties uz darbības iespējām, mazinātu problēmas būtiskumu. Taču modelim ir arī vājās vietas. Tāpat kā lielākā daļa konsultēšanas teorētisko mācību modeļu, arī Īgana modelis sliecas risinājumu pārnest uz klientu. Vājā vieta ir tā, ka klienti, kas nāk no depresīvas vides, pēc konsultēšanas nonāk tajā atpakaļ, vienalga, vai tā ir ģimene, kulturālais fons vai paņķņu loks. Un tad viņi domā, ka problēmu cēloņi ir viņi paši, nevis sociālā vide. Maz uzmanības Īgana modelī tiek piešķirts tādiem faktoriem kā pašatklāsmēi, „Es” spēkam, pašrealizā-

cijai un zemapziņas faktoriem. Vēl viens vājais punkts ir tas, ka uzsvars (kognitīvās uzvedības ietekme) tiek likts uz mērķu nosprašanu un rīcības plānošanu, bet, iespējams, uz afektīvu faktoru rēķina. Bagātīga konfrontācija, šaubu izteikumi, pērcjautājumi un „prāta vētra” var būt terapeitisko attiecību traucēklis un samazināt ilglaicīgus klienta panākumus.

Īgana modelis lielā mērā ignorē problēmas rašanās vēsturi un tādējādi liedz padoma meklētājam nonākt pie dziļāku problēmas cēloņu atklāšanas. Lai prakse būtu produktīva, konsultantam ir jābūt spējīgam ne tikai saprast Īgana modeli, bet arī izmantot atbilstošas tehnikas un plānot konkrētas darbības. Tātad konsultantam ir jābūt izglītotam uzvedības tehniku un mācību teoriju jomā. Tomēr Īgans nedod nepārprotamu skaidrojumu, kā mācību teorijas varētu pārvērst praksē. Ne katrs konsultants, ņemot vērā attieksmi vai pat piemērotību darbam, ir spējīgs pienācīgi izmantot uzvedības tehnikas. Šajā gadījumā ir nepieciešami treniņi, izveicība, smags darbs un prakse. Īgana modeli konsultants strādā kā kooperējošais konsultants. Taču bieži vien pārāk maz laika tiek veltīts tam, lai saprastu psiholoģiskos un sociālos faktorus, kam arī ir nozīme problēmas risināšanā. Bieži vien tiek izmantots pieņēmums, ka katram konsultantam piemīt spēja praktiski īstenot problēmas teorētisko risinājumu. Konsultanta objektivitāte ir konsultēšanas teoriju neatņemama sastāvdaļa. Taču jāņem vērā, ka konsultanta, tāpat kā jebkura indivīda uztvere, neskatoties uz objektīviem indikatoriem, dažkārt arī var būt subjektīva.

Savā ziņā Īgana teorija neaplūko personību kopumā, bet gan paskaidro tikai noteiktu uzvedību. Ar šo kritiku var savienot arī faktu, ka konsultanti, kuriem nav pieredzes, šīs tehnikas sāk izmantot pārāk ātri. Gililands, Džeimss un Bovmans (*Gilliland, James und Bowmann, 1989, 47*) kritizē Īgana un tai līdzīgas teorijas par to, ka tās klientus ieprogrammē uz minimālām vai minimāli uzturamām uzvedības pakāpēm, pastiprina konformitāti, nomāc radošumu un ignorē klienta vajadzības pēc pašrealizācijas, pašizpaušmes un pašvērtības jūtām. Lai saglabātu godīgu attieksmi pret Īganu, jāsaņem, ka viņš pats daļēji akceptēja minēto kritiku, modificējot (kā tas parādīts nākamajā nodaļā) tikai sava modeļa otro pakāpi, t. i., ļāva klientam vairāk izvērtēt to scenāriju, kuram klients dod priekšroku.

3.2. Problēmu menedžments

3.2.1. Triju pakāpju konsultēšanas modelis

Lai paskaidrotu sava modeļa paņēmienus, Īgans (2002) izklāsta, ka klientiem, lai arī ar grūtībām, tomēr kaut kad būs jāatbild uz četriem pamatjautājumiem:

1. *Pašreizējais scenārijs:* Pie kādām problēmām man būtu jāstrādā? Atbildes uz šo jautājumu sniedz pārskatu par pašreizējo stāvokli jeb pašreizējo klienta scenāriju.
2. *Scenārijs, kuram tiek dota priekšroka:* Ko man vajag vai ko es gribu tā vietā, kas man jau ir? Atbildes uz šo jautājumu attēlo scenāriju, kuram tiek dota priekšroka.
3. *Stratēģija:* Kas man jādara, lai iegūtu to, ko man vajag vai ko es gribu? Atbildes uz šo jautājumu rada darbības stratēģijas, lai sasniegtu mērķi.
4. *Rīcība:* Kā es to visu paveikšu? Atbilde uz šo jautājumu palīdzēs klientam nonākt no plānošanas režīma līdz rīcībai.

Lai parādītu Īgana trīspakāpju konsultēšanas modeli, šos jautājumus ir iespējams shematiski sakārtot šādi.

1. pakāpe:	2. pakāpe:	3. pakāpe:
<i>Pašreizējais scenārijs:</i>	<i>Scenārijs, kuram tiek dota priekšroka:</i>	<i>Rīcības stratēģijas</i>
Atainojums	Iespējas	Iespējamā rīcība
„Aklie plankumi”	Pārmaiņu uzskaitījums	Labākā piemērotība
Uzsvara likšana	Paša apņemšanās	Plāns
Uz vēlamajiem rezultātiem orientēta rīcība		

8. att. Īgana trīspakāpju konsultēšanas modelis

Lai demonstrētu, kā viņa modelis darbojas, Īgans (1998, 25) piedāvā vienkāršotu gadījumu. Ir skaidrs, ka runa šeit nav par detalizētu sarunu norisi vairākos seansos pēc kārtas, bet gan par apkopotu procesu pārskatu šī problēmu novēršanas modeļa trijās pakāpēs.

Pašreizējais scenārijs: Kādas problēmas ir Marijai? Marija, 37 gadus veca vientuļā māte. Viņai ir divi bērni pamatskolas vecumā. Kopš vīrs ir pazudis, viņa strādā divos darbos, lai pietiekami nopelnītu savu bērnu iztikai. Viņa ievēro, ka ar katru dienu aizvien vairāk nogurst un paliek nīgrāka. Reizēm dusmas un vilšanos viņa „izgāž” darbā, un biežo dusmu izvirdumu dēļ viņai draud darba zaudēšana. Viņa ir sākusi izgāzt dusmas arī uz bērniem. Kaut arī viņa pret saviem bērniem neizturas rupji, viņai bieži nepietiek laika, lai pilnībā nodotos tiem. Savā izmisumā Marija atrod konsultantu, kurš uzklaua viņas stāstu un palīdz tiešāk apskatīt dažus nozīmīgākos aspektus. Nedaudz pārjautājot, konsultants uzzina, ka Marija neko nav darījusi, lai atrastu savu pazudušo vīru, lai būtu iespējams piedzīt alimentus. Konsultants uzzina arī to, ka Marijai ir politehnikuma rasētājas diploms. Viņai ir iemaņas un talanti, kuri ir palikuši novārtā. Tas vēl vairāk pastiprina viņas dusmas, jo viņai tiek uzstādītas pārāk zemas prasības. Bez tam Marijai abu darbu, audzināšanas un mājsaimniecības rūpju dēļ nav sabiedriskās dzīves. Pēc dažām konsultācijām Marija pirmo reizi sāk saprast savu situāciju. Lai gan viņas dzīvē uzreiz nenotiek dramatiskas pārmaiņas, viņa lielākas pašizpratnes dēļ jūtas mazāk „uzvilkusies” un dūsmīga. Kaut arī līdz šim sevi uzskatījusi par „darītāju” (viņai tomēr bija divi darbi, un viņa audzināja divus bērnus), viņa pamanīja, ka bija maz darījusi, lai tiktu galā ar savām īstajām problēmām. Tā vietā viņa līdz šim bija attīstījusi *upura mentalitāti* (domāšanas veidu, dzīves uztveri, emocionālo ievirzi). Tā ir neliela skice no Marijas esošā scenārija. Konsultants no paša sākuma pieturējās pie Īgana modeļa, un tādā veidā Marija varēja aktīvi līdzdarboties konsultēšanas procesā.

1. pakāpes trīs soļi

- *Solis A – vēsture.* Konsultants palīdz Marijai pastāstīt savu stāstu pietiekami detalizēti, lai palīdzētu viņai nonākt pie konsultēšanas procesa mērķa nospraušanas pakāpes („Ko es īstenībā vēlos?”). Tā konsultants padoma meklētājam palīdz saprast savu problēmu un to, kas notiek ar viņa dzīvi. Viņam ir lielāka iespēja kaut ko darīt.
- *Solis B – „Aklie plankumi”.* Šī soļa norisē klientam tiek sniegta palīdzība saskatīt „aklos plankumus”, kuri tam neļauj reāli redzēt savu problēmsituāciju un neizmantotās iespējas un neļauj līdzdarboties konsultēšanas procesa veidošanā. Marijas konsultantam ir jāpalīdz viņai šādus „aklos plankumus” identificēt un attīstīt jaunas perspektīvas.
- *Solis C – pareizā problēmu izvēle, pie kurām būtu jāstrādā.* Marijai ir jāstrādā pie kaut kā tāda, kas rada pārmaiņas. Viņai ir vairākas problēmas, un ir svarīgi, ka gan konsultants, gan klients concen-

trējas gan uz šīm problēmām, gan neizmantotajām iespējām, kuras varētu palīdzēt radīt jūtamas pārmaiņas.

„Uzsvara uzlikšana” nozīmē pieķerties tieši tai problēmai, kura klientu pašreiz nospiež visvairāk. Ar stingru, uz jēgu un rezultātiem orientētu pieeju tiek noteikts stimuls, kurš iedarbināms nekavējoties, lai klients sāktu rīkoties. Pirmā soļa beigu daļā klients tiek pamudināts sev uzdot šādus jautājumus (Īgans 2002, 239):

- Kuru problēmu man patiešām vajadzētu risināt?
- Kāds centrālais aspekts manā dzīvē ieviestu galvenās pārmaiņas?
- Kā problēmas risinājums ietekmētu citas personas?
- Ar ko labāk sākt?
- Kuru problēmu man vajadzētu risināt, ja es gribu ātrus panākumus?

„Izsvēršanas tehnikas” mērķis ir tāds, ka klients konsultāciju atstāj ar labāko iespējamo rezultātu.

II pakāpes trīs soļi

Šajā pakāpē padoma meklētājam tiek palīdzēts atpazīt, ko viņš grib un kas viņam īsteni ir nepieciešams, t. i., attīstīt tādu scenāriju, kuram tiek dota priekšroka. Kā, piemēram, izskatītos Marijas dzīve, ja tā būtu vieglāka vai vairāk piepildīta? Daudzi konsultanti pāriet no I pakāpes „Kas nav kārtībā?” tieši uz III pakāpi „Ko es varētu pret to darīt?”. Taču II pakāpe palīdz klientam atklāt, kas viņam patiešām vajadzīgs. II pakāpei ir dziļāka ietekme uz kopējo konsultēšanas procesu.

Scenārijs, kuram tiek dota priekšroka: Šajā pakāpē konsultants iedrošina klientu raudzīties nākotnē. Kontaktā ar konsultantu Marija atklāj daudz tādu lietu, ko viņa vēlas: labāk apmaksātu darbu, kas prasītu domāšanu un lēmumu pieņemšanu, labākas attiecības ar bērniem, laiku sev, labāku dzīvokli, dažus luksusa priekšmetus, šad un tad pusdienas restorānā, kinoteātra apmeklējumu un, iespējams, pat automobili. Viņa arī izsaka vēlmi, lai viņā būtu mazāk vainas apziņas un agresijas. Viņa grib finansiālu palīdzību no vīra bērnu uzturēšanai. Marija tiek iedrošināta strukturēt savas vēlmes un noteikt prioritātes. Viņa pamana, ka, lai tiktu ārā no strupceļa, viņai vispirms jāatrod labāk apmaksāts darbs – tāds, kas ļauj arī vairāk laika pavadīt mājās. Vēl viņai vajag labākas attiecības ar bērniem un arī sabiedrisko dzīvi. Jau prioritāšu noteikšana vien viņai liek domāt par to piepildīšanu. Konsultants Marijai palīdz vēl skaidrāk izfiltrēt viņas vēlmes, piemēram, viņai tiek lūgts precīzāk aprakstīt to, kā izskatītos labākas attie-

cības ar bērniem. Konsultants runā arī par specifisku darbu, kurš atbilstu viņas vajadzībām un vēlmēm.

- *Solis A – labākas nākotnes iespējas.* Konsultants un klients izmanto savas iztēles spējas, kurās viņi, lai izveidotu labākas nākotnes skici, lieto tādas tehnikas kā *diverģento domāšanu* un *prāta vētru*. Ja klientam ir radies skaidrāks priekšstats par to, kas viņam patiešām vajadzīgs, tad viņam ir vieglāk noteikt nozīmīgākos savas dzīves problēmu punktus.
- *Solis B – pārmaiņu piedāvājums.* Konsultants klientam palīdz izvēlēties un nospraust reālus un saistošus mērķus, lai tiktu galā ar problēmām un neizmantojamām iespējām, kuras tika identificētas sākumā. Marijas sākotnējai pārmaiņu izvēlei piederēja labāks darbs, attiecību uzlabošana ar bērniem un aktīvāka sabiedriskā dzīve.
- *Solis C – pašrealizācija.* Konsultēšana ļauj klientam atrast stimulus, kuri palīdz īstenot mērķus. Lai to sasniegtu, Marijai būs vajadzīga drosmē un jāizdara daudz darba.

III pakāpes trīs soļi

III pakāpe definē to, kas ir jāizdara („rīcības stratēģijas”), lai palīdzētu klientam no prioritāšu noteikšanas nonākt līdz problēmas atrisināšanai. Klients sev jautā: „Kas man ir jādara, lai dabūtu to, ko man vajag, vai ko es gribu?”

Rīcības stratēģijas: Atsevišķas konsultācijas laikā konsultants Marijai iesaka pievienoties „Darba atradēju klubam”. Šeit Marija kopā ar citiem grupas dalībniekiem iemācās daudz par darba meklēšanu. Viņa runā par sev vēlamo darbu un uzzina, kas viņai ir jādara, lai pie tāda tiktu. Kopā būšana ar cilvēkiem, kuri ir līdzīgā situācijā, sniedz Marijai iespēju dzīvot pašai savu sabiedrisko dzīvi. Viss iepriekšminētais kopā palīdz noņemt stresu situācijās, kad viņa domā, ka nav laika pašai sev. Vienlaicīgi viņa var turpināt koncentrēties uz to, lai atrastu labāk apmaksātu darbu un pārveidotu savas attiecības ar bērniem.

- *Solis A – iespējamā rīcība.* Klientam tiek ļauts saprast, ka ir vairāki ceļi, kā sasniegt mērķi. Steidzīga un slikti organizēta rīcība bieži vien izraisa „bumbas iesišanu savos vārtos”. Mierīga padomāšana par dažādiem mērķa sasniegšanas ceļiem uzskatāma par ļoti lietderīgi pavadītu laiku.

- *Solis B – visvairāk piemērotās stratēģijas izvēle.* Abi strādā pie tā, lai izvēlētos stratēģijas, kuras vislabāk atbilst Marijas talantiem, darbības stilam, resursiem, temperamentam un laika plānam.
- *Solis C – plāna uzskicēšana.* Nobeigumā klients un konsultants strādā pie tā, lai organizētu rīcību, kas palīdz sasniegt nospraustos mērķus.

3.2.2. I pakāpes process un iemaņas

Process

Kad padoma meklētāji apmeklē konsultantu, viņiem jāļauj sajūst, ka tie ir laipni gaidīti. Klientus vajag mudināt pastāstīt, kā viņiem pašlaik klājas. Klientiem ir visu laiku jājūt, ka viņiem tiek dāvāta uzmanība, ka viņus uzklausa un ka konsultants patiesi mēģina tos izprast, iejūtoties klientu situācijā. Īsi sakot, tiek izveidotas kooperatīvas attiecības. Lai šo procesu pilnībā iekustinātu, konsultants izmanto komunikācijas pamatiemaņas. Kad Īgans topošajiem konsultantiem palīdzēja apgūt komunikācijas iemaņas, viņš pasvītvoja nepieciešamību šīs iemaņas pārvaldīt profesionāli. Mācību uzdevumu (sk. 3.3. nodaļu) veikšana un praktisko iemaņu apgūšana grupu darba laikā palīdz tikai tādā gadījumā, ja apgūtās iemaņas kļūst par ikdienas komunikācijas stilu. Studentiem tiek lūgts šīs iemaņas attīstīt, saskarsmē ar citiem cilvēkiem izmantojot empātiju, uzmanīgu klausīšanos, pārjautāšanu un apkopošanu. Īgana *konsultēšanas procesa* I pakāpe patiešām ir *novērtēšanas pakāpe*, kurā konsultants mēģina izzināt, kas nav kārtībā, kādi resursi netiek izmantoti un kādas iespējas tiek palaistas garām. Tāpēc ir jānoskaidro, kas klientu pašreiz satrauc vai nomāc. Nevar būt runa par to, ka klients tiek „ielikts noteiktā diagnostikas plauktā”, bet gan par to, ka konsultantam jābūt atvērtam attiecībā uz katru informācijas niānsi (katrs klients un katrs gadījums ir unikāls – red.). Šajā pakāpē jānoskaidro atslēgas jautājumi un jānovērtē problēmu nopietnība. Par pagātni vajadzētu runāt konstruktīvi. Kamēr klients stāsta par savu pagātni, konsultants tajā meklē potenciālus un palīdz klientam apzināties neizmantotās iespējas. Kā minēts iepriekšējā nodaļā, Īgana modelī liela vērtība tiek pievērsta komunikācijas pamatiemaņu apgūšanai, jo tās tiek izmantotas katrā modeļa pakāpē un solī. Atšķirībā no Rodžera (1965, 1980) un viņa uz personu attiecināmās teorijas komunikācija vai attiecības starp konsultantu un klientu nav konsultēšanas process, bet gan vairāk instruments labākai mijiedarbībai starp konsultantu un klientu. Šo

iemaņu izmantošana ir līdzīga agrāk prezentētajām Aivija mikrokonsultēšanas modeļa iemaņām. Īgans (1998, 60) uzsver, ka mikroiemaņu izmantošanu nepārtraukti ir jāattiecina uz klienta vajadzībām un jāintegre vispārējā trīspakāpju konsultēšanas procesā.

Komunikācijas pamatiemaņas

Uzmanība

Patiesa konsultanta uzmanība ļauj klientam just un apzināties, ka viņš saņems atbalstu. Uzmanība ļauj konsultantam rūpīgi uz klausīt klientu un ātrāk uztvert problēmu. Konsultanta uzmanīga attieksme iedrošina klientu kļūt atvērtākam, uzticēties un palīdzēt noskaidrot problēmu. Uzmanīgas klausīšanās mikroiemaņas var apkopot modelī, kuru apzīmē akronīms „SOLER”.

- S (*squarely*) – uzturēt atklātu acu kontaktu un ieņemt pieejamības pozu: „Es esmu jums blakus, es esmu šeit priekš jums.” Pozai vajadzētu paust iesaistīšanos. Tomēr ir jāņem vērā kultūru atšķirības. Ja kādas kultūras pārstāvim liekas, ka visu laiku raudzīties sejā nozīmē draudīguma paušanu, tad konsultantam sava izturēšanās atbilstoši jāmaina.
- O (*open*) – ieņemt atvērtu pozu. Sakrustotas rokas vai viena kāja pāri otrai bieži vien norāda par nepilnīgu interesi pret citu personu. Konsultantiem sarunu laikā atkal un atkal sev jāpajautā: „Vai mana pašreizējā poza un uzvedība kopumā atspoguļo atvērtību un pieejamību attiecībā pret klientu?”
- L (*leaning*) – viegla noliekšanās pret klientu parāda uzmanību. „Es esmu jums blakus, es esmu ieinteresēts par to, kas jums ir sakāms.” Kā papildu nozīme vārdam „pieliekšanās” var būt fleksibilitāte jeb gatavība darbībai – tā sekmē komunikāciju ar klientu.
- E (*eye contact*) – ir svarīgi, lai konsultantam būtu pastāvīgs acu kontakts ar klientu. Ar to nav domāta uzmācīga „blenšana”. Arī acu kontaktam ir multikulturālas un dzimumam tipiskas atšķirības. Konsultantam tās ir jāzina.
- R (*relaxed*) – konsultantam savās attiecībās ar klientu jācenšas būt atbrīvotam un dabiskam. Tas nozīmē arī izvairīties no pārāk dinamiskas ķermeņa valodas, arī nervozas mīmikas.

Svarīgi atcerēties, ka respektabla, atklāta, izpalīdzīga attieksme pret klientu zaudē savu nozīmi, ja klients šo attieksmi neatrod jeb nesaskata konsultanta uzvedībā.

Īgans (2002, 71) uzmanības galvenos aspektus apkopo šādos desmit jautājumos:

1. Kāda ir mana attieksme/nostāja pret klientu?

2. Kā es vērtētu savas uzvedības kvalitāti attiecībā pret klientu?
3. Cik lielā mērā mana uzvedība pauž gatavību strādāt ar klientu?
4. Kādu attieksmi es paužu ar savu izturēšanos (neverbālie signāli – red.)?
5. Kādu attieksmi es paužu ar savu verbālo vēstījumu?
6. Cik lielā mērā klients uztvers mani kā efektīvi klātesošu sadarbībā ar viņu?
7. Cik lielā mērā mana neverbālā izturēšanās pastiprinās manu attieksmi?
8. Kas mani traucē klientam vēltīt visu uzmanību?
9. Ko es varu darīt, lai situāciju uzlabotu?
10. Kā es konkrētam klientam varētu kļūt vēl efektīvāks sadarbības partneris?

Aktīvā klausīšanās

Tāpat kā citi autori, starp tiem Aivijs, Aivija un Simeks-Morgans (1997), Aivijs, D'Andrea, Aivija un Simeks-Morgans (2002), Rodžers (1965), Karkufs (1969), Aizenbergs un Streijers (1987), arī Īgans konsultantiem parādīja, cik svarīgi ir saprast klienta verbālos vēstījumus, pārdzīvojumus, uzvedību, un to pavadošās izpausmes. Problēmsituācijas kļūst daudz skaidrākas, ja tās tiek izrunātas kā klienta specifiska pieredze, uzvedība un jūtas attiecībā uz specifiskām situācijām. Sarunas par piedzīvoto bieži vien koncentrējas uz to, ko cilvēki dara vai nedara. Reizēm slēpti tiek parādīts, ka citus ir jāpadara atbildīgus par mūsu problēmām. „Mājās viņa neko citu nedara, tikai skatās televizoru. Darbā es bieži par to domāju, un tad es nevaru koncentrēties”. Nepārtraukta runāšana par *pārdzīvojumiem* klientam sniedz iespēju apiet paša atbildību. Parasti klienti mazāk vēlas runāt par savu *izturēšanos* vai rīcību. „Es vēl nemaz neesmu sācis meklēt darbu, jo zinu, ka šeit nav brīvu darbavietu,” vai arī: „Kad man mājās viss apnik, es nevis meklēju darbu, bet labāk paķeru līdzī pāris draugu, un mēs ejam iedzert.” Afekti norāda uz jūtām un emocijām, kas nāk līdzī klienta pārdzīvojumiem un uzvedībai, vai arī ir to pamatā. Kad klienti stāsta savus stāstus, tas ir pārdzīvojumu, uzvedības un afektu sajaukums. Konsultanta pienākums ir palīdzēt klientam papildināt savus atainojumus ar citiem, vēl neizstāstītiem pārdzīvojumiem, uzvedību un jūtām. Aktīvi klausīties klientu nav tik vienkārši, kā izliekas. Komunikācijas procesā var rasties daudzas barjeras. Konsultanti pietiekami uzmanīgi neieklausās, ja domas aizņem pašu rūpes vai problēmas. Iespējams, klausoties konsultanti cenšas (vilšus vai nevilšus) vērtēt klientu sacīto: tas ir pareizi/nepareizi, labi/slikti,

vai tas ir akceptējams/nav akceptējams. Šī vērtējošā klausīšanās pārāk bieži noved pie padomu došanas, pat pie tādu padomu, kuri klientu var aizvainot. Pārāgra novērtēšana (atcerēsimies runas un domāšanas ātruma atšķirības – red.), aizspriedumi un kulturālais fons var traucēt aktīvo klausīšanos, tāpēc konsultantam jācenšas sevi kontrolēt, lai šādu ietekmi minimizētu. Daudzi konsultanti pārlietu koncentrējas uz informāciju, kas jāiegūst no klienta, nevis uz klienta pārdzīvojumiem, uzvedības izpausmēm un jūtām. Pārāk koncentrējoties uz konkrētiem faktiem, dažreiz konsultanti klientus cenšas ātri novietot savos noteiktos „diagnostikas plauktiņos”. Īpaši klīniskajā nozarē bieži novērojama tipizācija: neirotisks, paranoīds, ekstremāla situācija utt. Tas viss var traucēt aktīvi klausīties.

Empātija

Empātija ir vēstījums, ka otrs cilvēks tiek patiesi saprasts, t. i., klientam ir jāsaņem nepārprotami signāli, ka konsultants viņu un viņa situāciju pilnībā saprot. Liekas, ka empātijas nozīme dažādiem autoriem atšķiras. Šulcs (*Schulz*, 1996) empātiju aplūko kā vienu no trim izšķirošajām attieksmēm (atklātība, cieņa un empātija) veidojot kooperatīvas attiecības starp konsultantu un klientu. Šulcam empātija ir kas vairāk par spēju atspoguļot jūtas, kuras bieži tiek izmantotas, lai parādītu kādu noteiktu empātijas aspektu. Viņš empātiju uztver visaptverošā nozīmē kā personas akceptēšanu, atbalstu un sapratni. Turpretim Īgans empātiju uztver tiešāk, vairāk kā iemaņu, nevis nostāju un/vai pat filozofiju. Uzdevumi, kurus viņš piedāvā (skatīt 3.2. nodaļu), pēc *Gazdas u. c.* (1995) un *Aivija, D'Andrea, Aivijas un Simeka-Morgana* (2002), ir līdzīgi iemaņām atspoguļot kādu no jūtām. Taču, lai mēs pret Īganu būtu godīgi, jāsaņem, ka viņš, lai arī savos darbos empātiju apraksta kā iemaņu, tomēr norāda, ka empātija ideālā gadījumā var tikt uzlūkota kā „esamības veids”. Elementāru empātiju Īgans pauž ar šādām formulām: „Jūs *jūtaties...* (atspoguļojot klienta parādītās emocijas)...*jo...*” (korekti atspoguļojot pārdzīvojumus vai uzvedību, kuru izsauca jūtas).

<i>Klients</i>	(sajūsmināts): Es metu pie malas visu piesardzību un iebildu viņam, izmantojot sarkasmu (rīcība). Un tas tiešām darbojās! Viņš ne tikai atvainojās, bet arī visu pārējo ekskursijas laiku izturējās... (pārējā ekskursijas laika atstāstījums)
<i>Konsultants:</i>	Redzat, jūs jutāties brīnišķīgi, jo izmantojāt iespēju, un tas atmaksājās.

Jūtu saprašānu ir iespējams izteikt dažādos veidos:

- Ar īsiem izteikumiem, piem.: „Jūs jutāties nomākts”; „Jūs esat sajūsmā”; „Jūs esat dusmīgs”.
- Ar izteicieniem, piem.: „Jūs esat sagrauta”; „Jūs līdināties pa mākoņiem”; „Jūs stāvat ar muguru pret sienu.”
- Ar to vēstījumu, kas tiek ietverts izteicienos par uzvedību, piem.: „Jūs labprāt padotos” (tiek ietverts izmisums);
- Ar to, kas tiek ietverts paustajos pārdzīvojumos, piem.: „Jūs jūtat, ka jums kāpj uz galvas?” (atspoguļotas jūtas: padarīts par upuri); „Jūs ticat, ka jūs drīz noķers?” (atspoguļotas jūtas: rūpes par to, ka varētu apcietināt).

Ir svarīgi, ka konsultants klausoties pievērš uzmanību gan galvenajiem izteikumiem, gan kontekstam. Konsultantiem ir obligāti jāņem vērā tas, kas klientam liekas pats svarīgākais. Tas var nozīmēt arī to, ka jākoncentrējas vairāk vai nu uz pārdzīvojumiem, vai darbībām, vai jūtām, taču ne uz visiem aspektiem vienlaicīgi. Ja empātija tiek praktizēta uzmanīgi un fleksibli, tad ar to var panākt, ka klients koncentrējas uz nozīmīgākajiem aspektiem. Konsultanti nekad nedrīkst aizmirst, ka empātija kalpo tam, lai klients sevi un savu problēmsituāciju redzētu skaidrāk un līdz ar to efektīvāk novērstu problēmu.

Zondēšana

Ne visi klienti pat empātijas izrādīšanas un uzmanīgas klausīšanās rezultātā reaģēs ar atklātību. Tāpēc ir ļoti svarīgi, ka konsultants izrāda empātiju arī tad, kad klients savu stāvokli neizklāsta pietiekami detalizēti. Dažreiz ir nepieciešams klientu vēlreiz uzmundrināt un stimulēt smalkāk izklāstīt savas rūpes.

Spēja profesionāli izvaicāt ir vēl viena nozīmīga komunikācijas iemaņa, kas sekmē konsultēšanas procesu. Tā kā izvaicāšanas mērķis ir palīdzēt klientam visaptveroši izpētīt savas problēmas, tad izvaicāšanai var būt jēga katrā konsultēšanas procesa solī un pakāpē, jo tā sekmē darbības smagumu centru un virzienu noteikšanu.

Izvaicāšana var pieņemt dažādas formas.

1. Izteikumi: „Man nav skaidrs, kuras no šīm abām iespējām jūs izvēlētos.”
2. Lūgums: „Pastāstiet man, ko jūs ar to domājat, kad sakāt: „Šefs nekad nesaprot.””

3. Jautāšana: „Kas tieši varētu traucēt realizēt jūsu plānu?”
4. Minimāli uzmundrinātāji: „Jā”, „turpiniet”, pamāšana ar galvu, „es saprotu”, „hm” vai „aha”.
5. Klusēšana: Konsultants neko nesaka, taču viegli paliecas uz priekšu un uzmanīgi gaida, kad klients turpinās runāt.

Zondēšanas jautājumus iespējams izmantot daudzās konsultēšanas situācijās, lai, piemēram, palīdzētu klientam konkrētāk formulēt nenoteiktas vai abstraktas lietas.

Klients: „Šefs pret mani izturas slikti.”
Konsultants: „Ko tieši viņš dara?”
Klients: „Viņš par mani runā aiz muguras un vienmēr dod man grūtākos uzdevumus.”

Izjautāšanu var arī izmantot, lai palīdzētu klientam veidot sabalansētāku kopskatu uz savu problēmsituāciju. Reizēm klienti grib attēlot tikai negatīvos aspektus un tādējādi palaiž garām pozitīvo lietu attēlošanu.

Klients: „Dažreiz grūtas darbdienas beigās es vairs neesmu labā formā. Es pie sevis pat lamājos.”
Konsultants: „Jūs smagi strādājat un dienas beigās esat noguris. Bet kā ir pārējā, lielākajā dienas daļā?”

Izjautāšanu var izmantot, lai palīdzētu klientam katrā šī soļa procesā, kā arī lai palīdzētu tikt uz nākamo pakāpi. Turpmākajā piemērā konsultants ar *prāta vētras* paņēmienu klientam palīdz uzskaitīt iespējas, lai satiktu cilvēkus un veidotu draudzību.

Konsultants: „Kuras no jums patīkamajām brīvā laika nodarbēm vai hobijiem varētu palīdzēt satikt citus cilvēkus?”
Klients: „Nu jā, es labprāt spēlēju tenisu un skatos kino. Man patīk arī grāmatu klubi, es labprāt diskutēju par grāmatām.”

Nākamajā piemērā konsultants izmanto izjautāšanu, lai palīdzētu klientam nonākt citā konsultēšanas procesa pakāpē:

Klients: „Es negribu iet pensijā un spēlēt tikai iepakošanas palīga lomu lielveikalā.”
Konsultants: „Jūs skaidri izstāstījāt, ko darāt pašlaik, bet tagad es vēlos jautāt, vai jūs varētu pastāstīt, ko jums patiešām vajag, ko jūs patiešām gribat?”

Kopsavilkums

Tāpat kā zondēšanas jautājumi, arī kopsavilkums var tikt izmantots, lai vadītu sarunu vajadzīgajā virzienā un uz to liktu uzsvāru. Kopsavilkums ir ļoti noderīgs arī kā ievads, uzsākot jaunu konsultēšanas sarunu, jo tas pierāda klientam, ka konsultants iepriekšējo sarunu ir klausījies uzmanīgi. Lai virzītos uz priekšu, pēc kopsavilkuma iniciatīvu vajadzētu ļaut pārņemt klientam.

Kopsavilkumu var arī lietot, lai definētu galvenos pieturas punktus sarunā, kura veidojas neproduktīva. Līdzīgi ir ar sarunu, kuras laikā liekas, ka klients par noteiktu tēmu visu jau ir pateicis un izskatās iestrēdzis. Protams, katras konsultēšanas pakāpes vai sarunas beigās kopsavilkums ir obligāti nepieciešamas, lai gan konsultants, gan klients pārliecinātos, ka viens otru ir pareizi sapratuši.

Progresējošā komunikācija

Progresējošās komunikācijas iemaņas ir šādas: pakļaušana šaubām, progresējoša empātija, informācijas apmaiņa, pašatklāsmē, īstums un fokusēšana.

Īgana modelī tās tiek lietotas visās pakāpēs, taču sevišķi noderīgas tās var būt 1. solī, kur notiek:

- atslēgvārdu/problēmu noskaidrošana;
- konstruktīva saruna par pagātni;
- resursu meklēšana;
- neizmantoju iespēju atklāšana;
- „aklo plankumu” noskaidrošana;
- klienta vadmotīvu identificēšana atainojumos;
- vēlāk noderīgu attiecību iesaistīšana.

Īgans nepiekrīt, ka ar K. Rodžera personcentrēto teoriju (kurā uzsvārs likts uz atklātību, cieņu un empātiju) pietiek, jo dažkārt klienti ir *jāizaicina*.

Īgana (1998) pieeja attiecībā uz šādiem gadījumiem ir vienkārša:

„Klientam tiek lūgts apšaubīt pašam sevi, izmainīt to domāšanu un rīcību, kura viņu velk problēmsituāciju purvā, un neļauj identificēt un izmantot iespējas. Ja klienti šo lūgumu nepilda, tad viņi tiek aicināti izmainīties tieši.”

Progresējošā empātija

Produktīvā empātija izpaužas tādējādi, ka tiek atsegtas jomas, par kurām klients līdz šim nav zinājis. Tātad konsultants nojauš zemtekstu: „Ko klients pasaka tikai daļēji? Uz ko tas norāda? Ko viņš pasaka pirmā brīdī neizskaidrojamā veidā? Kāds slēptais vēstījums ir zem skaļi paustajiem vārdiem?” (Egan, 2002, 200).

Elementārākajai progresīvās empātijas formai vajadzētu palīdzēt klientam skaidrāk izteikt to, ko viņš patiešām domā.

- Klients* (vilcinoties): „Es domāju, ka varētu pagaidīt, kamēr personāla nodaļa atbildēs. Taču es nedomāju, ka būtu nepareizi piezvanīt un pajautāt par lēmumu.”
- Konsultants:* „Jūs apdomājat, vai jums vajadzētu zvanīt, bet, ja nemaldos, jūs to faktiski nevēlaties.”

Progresējošo empātiju var lietot, lai palīdzētu klientam izveidot saikni starp pārdzīvojumiem, uzvedības veidiem un jūtām. Strādājošs students, kas gatavojas nobeiguma eksāmenam un pēc eksāmena grib apprecēties, runā par savām bailēm, ka viņš varētu neatbilst citu cerībām, kā arī par savu nepārtraukto nogurumu darbā.

- Konsultants:* „Jūsu bailēm un nogurumam varētu būt vienkāršāks izskaidrojums. Pirmkārt, jūs patiešām smagi strādājat. Otrkārt, cenšanās iegūt labāko novērtējumu eksāmenā var izraisīt stresu. Un, treškārt, gatavošanās kāzām papildus noslogo emocionāli. Pat „supermenam” šajā gadījumā būtu problēmas.”
- Klients:* „Es saprotu, ka, iespējams, es vienlaicīgi gribu darīt pārāk daudz lietu. Taču mani vecāki vienmēr man ir mācījuši, ka visas lietas, kas nāk klāt, ir jādara uzreiz.”

Gadījumos, kad konsultants aicina aplūkot visus faktoros, viņš klientam palīdz izveidot saites starp dažādiem faktiskajiem stāvokļiem. Klientam pamazām kļūst skaidrs, ka viņa bailes un stresu izraisa ģimenes gaidas. Produktīva empātija tiek skaidrota kā elementāra empātija plus nojauta vai pieņēmums. Klients savas rūpes spēs skaidrāk saskatīt tad, kad konsultants viņam ļaus dzīvot līdzīgi savos pārdomātajos minējumos, koncentrēties uz konkrētiem mērķiem un rīkoties. Pieņēmumi klientam var palīdzēt identificēt vadmotīvus, uzņemties vairāk atbildības par tikai daļēji piedzīvotajiem pārdzīvojumiem un jūtām un no sava sacītā izdarīt loģiskus secinājumus.

Informācijas procesu izveide

Īgana modelis ir ļoti noderīgs audzināšanā un nodarbinātības konsultēšanā, ja padoma meklētāji, bieži vien informācijas trūkuma dēļ, neprogresē apmierinoši. Informācija klientam var palīdzēt visās trijās modeļa pakāpēs. Informācijas procesu pārvaldīšanas prasmes veidojas kā sekas tam, kad par kaut ko šaubāties un vēlamies noskaidrot, pārliecināties. Minētās prasmes palīdz klientam attīstīt jaunas perspektīvas attiecībā uz problēmām un parāda, kā rīkojas citi. Klientus nevajadzētu „apbērt ar informāciju”, bet gan iedvesmot. Konsultantam vajadzētu ievērot un īpašas pūles pielikt tam, lai informācija ir gan skaidra, gan atbilstoša konkrētai situācijai. Pats par sevi saprotams, ka informācijai jābūt neitrālai un to nedrīkst izmantot, lai labumu gūtu konsultants. Nākamās nodaļas 7. uzdevums lasītājam piedāvā vairākus piemērus, kuros informācijas procesu izveides metode var būt noderīga.

Pašatklāšme

Visām pirmajā pakāpē aprakstītajām iemaņām vajadzētu klientam palīdzēt izstāstīt savu stāstu. Dažreiz klients ir gatavs vairāk pateikt par saviem pārdzīvojumiem, ja konsultants viņam ļauj dalīties savos pārdzīvojumos, uzvedības manierēs un jūtās, jo konsultanta pašatklāšme ir modeļa mācīšanās forma. Īgans (2002, 207) paskaidro, ka konsultanta pašatklāšme ir zināms izaicinājums, jo atspoguļo personiskumu, intimitāti. Otrkārt, konsultanta pašatklāšme parasti vēlas klientam pateikt: „Jūs arī to varat.” Lai pašatklāšme sniegtu pēc iespējas vairāk, konsultanta izteikumiem ir jābūt selektīviem, mērķtiecīgiem un piemērotiem. Vienlaicīgi uzmanības centrā paliek klienta rūpes.

Tiešums

Īgana uz mērķi orientētajā un uz rīcību vērstajā modeli tiešā saruna vai tiešums kļūst par nozīmīgu, izaicinošu iemaņu.

Tiešums var palīdzēt vairākās situācijās:

- 1) ja starp konsultantu un klientu rodas domstarpības vai saspīlējums, ir svarīgi koncentrēties uz šo saspīlējumu;
- 2) ja rodas domas, ka klients konsultēšanas procesam un/vai konsultantam pilnībā neuzticas, tad konsultantam ir jāmeklē šīs neuzticēšanās cēloņi;

- 3) ja liekas, ka sarunas kļūst bezmērķīgas, tad konsultantam ir tās jākonkretizē, aktīvi vadot sarunu;
- 4) ja liekas, ka kulturālās atšķirības ir iemesls pārāk lielai distancei starp konsultantu un klientu, tad konsultantam noteikti ir vairāk jārunā tieši par šo tēmu.

Bieži vien konsultantam vieglāk liekas neizmeklēt saspilējumus, uzticības nepietiekamību, bezmērķīgas sarunas vai sociālo distanci. Taču vajadzētu atcerēties, ka tiešums ir instruments, lai aktivizētu klientu un virzītu sarunas uz priekšu.

Fokusēšana

Īgana konsultēšanas procesa pirmajai pakāpei pieder arī tas, ka klientam tiek sniegta palīdzība izvērtēt savas problēmas un iespējas, pievērst uzmanību pareizajām lietām un konsultēšanas procesa laikā paturēt prātā mērķi. Mērķtiecīga pieeja nozīmē to, ka klientam tiek palīdzēts iespējami ātri gūt pozitīvus rezultātus. Tāpēc konsultantam vajadzētu koncentrēties uz tām problēmām, kuras klientam rada vislielākās raizes. Ja tas vispār ir iespējams, tad konsultantam vajadzētu sākt ar problēmsituācijas mazāko problēmu. Īgans bieži vien izmanto Arnolda Lācarusa (*Lazarus*, 1981) ieviesto fokusēšanas tehniku. Šajā gadījumā klientam tiek palūgts savas problēmas aprakstīt vienā vārdā. Pēc tam klientam tiek lūgts vārdu, kurš aprakstītu problēmu, ievietot vienkāršā teikumā. Tad konsultants no šī teikuma pāriet uz detalizētāku problēmas aprakstu. Šī ir vienkārša metode, kā sarunai piešķirt skaidru mērķi, un to var izmantot katrā Īgana konsultēšanas procesa pakāpē.

3.2.3. II pakāpes process un iemaņas

Process

II pakāpē konsultants klientam palīdz atbildēt uz diviem izšķirošiem jautājumiem:

- Ko jūs vēlaties? (Scenārijs, kuram tiek dota priekšroka.)
- Kas jums jādara, lai iegūtu to, ko jūs vēlaties?

Precīzāk aplūkojot, šī pakāpe ietver trīs soļus:

1. *solis*: Palīdzēt klientam identificēt iespējas labākai nākotnei. Tas nozīmē – noteikt dažas no klienta iespējām.

2. *solis*: Pieņemsim, ka klientam ir vairākas iespējas. Kuras viņš izvēlētos?

3. *solis*: Palīdzēt klientam apņemties mainīties.

Šis Īgana modelis ir attīstījies vairāku gadu garumā. Atjaunotajā 1998. gada modelī Īgans vēl stiprāk akcentē rīcības stratēģijas. Fonā nostājas problēmu izcelsmes sapratne un apziņa par pārmaiņu iespējamību. Nozīmīgs II pakāpes aspekts ir mērķu nospraušana. Mērķi ir vajadzīgi, lai klients rīkotos. Tie klientam parāda ceļu. Loke un Latams (*Locke und Latham*, 1984) apraksta mērķu spēku šādi:

- mērķi koncentrē klienta uzmanību un rīcību;
- mērķi mobilizē klienta enerģiju un spēku;
- mērķi motivē klientu meklēt stratēģijas, lai tos sasniegtu;
- precīzi formulēti mērķi pastiprina motivāciju un klienta izturību.

II pakāpes saturs ir pareizā maršruta attīstīšana un labākas nākotnes iespēju izzināšana. Lielus panākumus dod rezultātu parādīšana garīgajam skatienam. Taču tikpat bistami ir formulēt rīcības stratēģijas, pirms klients ir ieguvis skaidru priekšstatu par vēlamajiem rezultātiem. Tātad, kuras ir noderīgās tehnikas vai iemaņas, ko izmanto Īgans, lai identificētu labākas nākotnes (scenāriju, kam tiek dota priekšroka) iespējas?

II pakāpes iemaņas

Diverģentā domāšana

Diverģento domāšanu lieto, lai klientam palīdzētu atbildēt uz šādu jautājumu: „Ko es gribu?” Diverģentā jeb vispusīgā domāšana palīdz saskatīt to, ka pastāv vairāk nekā viens problēmas risināšanas ceļš. De Bono (*De Bono* 1987, 1992) aprakstīja tehnikas, par kurām ir vērts padomāt, lai klientam palīdzētu sākt izmantot diverģento domāšanu. Lai klientu pamudinātu, viņam pat drīkst palūgt uzvilkt dažādu krāsu cepures. Tiek izmantotas tikai kreatīvās, resp., krāsainās cepures, jo šajā konsultēšanas pakāpē neitrālai (balta cepure) vai pesimistiskai (melna cepure) attieksmei nav būtiskas nozīmes. Ja tiek izmantota sarkanā cepure, tad fakti tiek parādīti kā nenožīmīgi, bet tiek akcentētas emocijas, nojausmas, jūtas un iespāidi. Lēmums tiek pieņemts, „vadoties pēc jūtām”. Dzeltenā cepure ir pati pozitīvākā. Klienti tiek uzmundrināti meklēt jaunumus, priekšrocības un uzlabošanas priekšlikumus. De Bono zaļā cepure simbolizē kreatīvu domāšanu. Klientiem tiek lūgts būt radošiem, apskatīt lietas citādāk, meklēt alternatīvas, pārsniegt acīmredzamā robežas un meklēt interesantus risinājumus. Īsi sakot, konsultantam ir jāpalīdz klientam nonākt līdz

tādai stadijai, kurā viņš spētu pārvarēt bailes, ieradumus un atkarību no citiem. Pagriezies pozitīvā virzienā nozīmē noskaņot klientu būt elastīgam, izturīgam, optimistiskam un gatavam uzņemties risku.

Prāta vētra

Prāta vētra ir populāra metode, kas tiek izmantota, lai attīstītu nevērtējošu, diverģentu domāšanu. Šīs vienkāršās, ideju rosinošās tehnikas noteikumi ir šādi:

- atteikties no jebkāda vērtējuma,
- producēt pēc iespējas vairāk ideju, lai izmantotu citas idejas,
- nekritizēt.

Metodes ietvaros parasti tiek ņemta viena konkrēta problēma un definēti (noteikti uzrakstīti) visi tās risināšanas ceļi, kas tik vien ienāk prātā. Visefektīvāk metode darbosies, ja viena un tā pati jeb ļoti līdzīga problēma ir diviem vai vairākiem klientiem. Tad metode būs vēl efektīvāka, jo ideju ģenerēšanā palīdzēs sacensības gars. Nākamās nodaļas 11. uzdevums parāda, kā radīt nevērtējošus priekšlikumus.

Mērķa formulēšana

Nozīmīga iemaņa ir palīdzēt klientiem formulēt mērķus. Tas gan konsultantam vispirms ir jāiemācās pašam!

Labi formulētiem mērķiem parasti ir šādas pazīmes:

- tie vairāk tiek formulēti kā rezultāti, nevis kā darbība;
- tie ir konkrēti, reālistiski un motivējoši;
- tie ir elastīgi;
- tie ir īstenojami konkrētā laika periodā.

Konsultanti, nosakot mērķus, var panākt vēl efektīvāku sadarbību, ja turpina izmantot prāta vētras metodi, kā arī Īģana konsultēšanas procesā iepazītās komunikācijas iemaņas. Īģans (1998) konsultantiem, kuri kopīgi ar klientiem nosaka mērķus, ir uzdevis šādus jautājumus:

1. Vai jūsu mērķis izriet no sarunas rezultātiem?
2. Vai mērķis ir konkrēts? Kā varēs zināt, ka mērķis ir sasniegts?
3. Vai mērķis vispār ir sasniedzams?
4. Vai ilgākā laika posmā ir iespējams pieturēties pie mērķa realizēšanas?
5. Vai mērķis ir saskaņā ar jūsu vērtību priekšstatiem?
6. Vai jūs esat noteicis reālu laiku mērķa sasniegšanai?

Pienākuma apziņas panākšana pret sevi

Kaut arī klienta pienākuma apziņas panākšana nav tik specifiska iemaņa kā pārfrāzēšana, atklātu jautājumu uzdošana vai jūtu atspoguļošana, tā tomēr ir nozīmīga Īģana konsultēšanas modeļa II pakāpes pēdējā soļa daļa. Pastāv liela atšķirība starp klientu, kura pienākums ir piekrist mērķim, un klientu, kurš ar saviem darbiem neatkāpjas no mērķa sasniegšanas. Ko konsultants var izdarīt, lai panāktu nepārtrauktu klientu līdzdalību?

Konsultants klientam var palīdzēt:

- 1) ar atraktīvāku mērķu atainojumu;
- 2) ar lielāku klienta līdzdalību problēmas identificēšanā;
- 3) liekot apzināties un izmantot dažādas rīcības programmas.

Konsultanti var palīdzēt klientiem padarīt mērķus pievilcīgākus tādējādi, ka tie norāda uz individuālu mērķu priekšrocībām un konsekvencēm, kuras rodas iztēlojoties, ja nenotiek attiecīgā rīcība. Ja, piemēram, klients turpina rīkoties kā līdz šim, tad viņam arī turpmāk būs tikai vidēji atalgots darbs. Turpretī, ja klients strādās pie sava mērķa un turpinās izglītoties, tad viņa izredzes uz lielāku algu un lielāku apmierinātību pret darbu palielināsies. Klientam ir pilnībā jāapzinās mērķis, lai pastāvētu ilglaicīgas saistības. Ja šis mērķis vairāk būs nevis klienta, bet konsultanta mērķis, tad neveiksmes gadījumā klients vainos konsultantu. Līgums pašam ar sevi ir piemērots, lai sasniegtu iecerēto. Klienti savā dzīvē bieži sastapsies ar citiem svarīgiem uzdevumiem, kuri varbūt būs pretrunā ar izvirzīto mērķi, piemēram, atbildība par ģimeni, pašreizējais darbs, brīvā laika intereses un sabiedriskā dzīve. Konsultanti var palīdzēt klientiem veidot apziņu, ka vienmēr radīsies citi uzdevumi, bet vienmēr ir nepieciešams atrast līdzsvaru, nezaudējot no redzesloka izvirzīto mērķu sasniegšanu.

3.2.4. III pakāpes process un iemaņas

Process

III pakāpē runa ir par nepieciešamajām darbībām, lai nonāktu pie iepriekšējā pakāpē plānotajiem rezultātiem. III pakāpē konsultants mēģina pārvarēt bezdibeni starp resursiem un vajadzībām, respektīvi, klienta vēlmēm. Klientam ar prāta vētras palīdzību vajadzētu piegādāt daudzas stratēģijas, kuras, iespējams, viņam palīdzētu sasniegt mērķus. Ja klients šajā gadījumā piedzīvo grūtības, tad konsultants procesu var aktivizēt ar saviem priekšlikumiem. Tomēr galvenā atbildība par pieeju un rīcības novērtēšanu un izvēli paliek klienta ziņā.

- Klients:* „Vēl vienu lietu es varētu pamēģināt, bet tā tad arī būtu pēdējā.”
- Konsultants:* „Es jums izstāstīšu pāris piemērus, ko pamēģināja citi, kuriem arī bija līdzīga problēma. Ko jūs par to domājat?”

Nozīmīga III pakāpes daļa ir palīdzība klientiem resursu meklēšanā. Piemēram, tādu resursu atrašana, kuri piemīt citiem, priekšzīmīgām personām vai lietām un kuri atrodami vietējā sabiedrībā, organizācijās vai paša personā. Citi cilvēki, piemēram, kaimiņi, draugi vai radnieki, var palīdzēt kādam atrast darbu. Iespējams, viņi var sniegt norādes uz darbavietu, kā arī darba meklēšanas laikā var sniegt uzmundrinājumus un motivāciju. Nozīmīgs resurss ir kāds indivīds, kurš rāda priekšzīmi tam, ko vēlas darīt klients, vai arī kāds, kurš varētu palīdzēt klientam. Klientiem, iespējams, var palīdzēt kādas organizācijas. Piemēram, anonīmo alkoholiķu biedrība vai bezdarbnieku iniciatīvas grupas. Iespējams, pastāv arī citas programmas, kursi vai semināri, kas sniegtu vērā ņemamu atbalstu. Lielākajās pilsētās tiek piedāvātas programmas cilvēkiem, kas vēlas iegūt pašpārliecinātību, vai arī pārvarēt vilšanos, zaudējumu vai bēdas. Ir svarīgi domāt par to, ka klientam ir jātiek galā pašam. Šis fakts prasa palīdzēt klientam pēc iespējas ātrāk sazināties ar atbilstošām iestādēm. Konsultantam ir jāpiedāvā zināšanas par komunālajiem un reģionālajiem tīkliem.

Pēc šī III pakāpes sākuma soļa klientam ir jāizlemj, kuras no stratēģijām un resursiem ir labākās viņa situācijai, lai pēc tam varētu sastādīt soļos sadalītu pārmaiņu plānu. Izvēlētajai metodikai vajadzētu būt pietiekami specifiskai un reālistiskai, lai klientam ļautu nonākt līdz problēmas atrisinājumam. Lielākā daļa klientu uzskata, ka vieglāk ir izvēlēties stratēģiju, ja viņi pirms tam ir izmēģinājuši pāris iespējas. Piemēram, abiturients, kuram ir jāizvēlas starp vairākiem studiju priekšmetiem, var apmeklēt konsultācijas universitātē vai arī par savām interesēm izjautāt praktizējošus cilvēkus. Vēl viens ceļš, kā noteikt labāko stratēģiju, ir bilances-matricas metode (*Bilanz-Matrix-Methode*).

Nobeigumā klienti tiek mudināti izveidot savus plānus. Labs plāns apzīmē mērķa vai apakšmērķa sasniegšanai nepieciešamās aktivitātes vai darbības, sakārto aktivitātes loģiskā secībā un nosaka laika posmu katras rīcības soļa sekmīgam noslēgumam. Labs konsultants savu klientu sagatavos arī tam laika posmam, kad klients kļūs patstāvīgs. Tam pieder alternatīvi rīcības plāni fāzēm, kad klientam neiet labi. Šī sagatavošanās klientam palīdz attīstīt lielāku atbildību situācijās, kurās plāni nedarbojas, bet ir

jāpieņem lēmums. Konsultēšanas plāniem nevajadzētu būt komplicētiem, un tos iespējams sagatavot ar konsultanta jautājumu:

„Ja tas nestrādās, ko tad jūs darīsiet?”

III pakāpes trīs soļu apkopojums:

- 1) palīdzēt klientam attīstīt iespējamās stratēģijas mērķu sasniegšanai (kas klientam ir jādara, lai dabūtu to, ko viņš vēlas);
- 2) palīdzēt klientam izvēlēties stratēģijas, kuras atbilst viņa prioritātēm un resursiem;
- 3) palīdzēt klientam attīstīt pakāpienveida rīcības plānu.

III pakāpes iemaņas

Personisko iemaņu novērtēšana

Daudziem klientiem nepietiek dzīves pieredzes vai iemaņu, lai tiktu galā ar savām problēmu situācijām. Tad noderīga kļūst Īgana konsultēšanas modeļa iemaņu iemācīšanās. Citi klienti neapzinās savu potenciālu, un viņiem ir nepieciešama palīdzība, lai novērtētu savas personiskās iemaņas. Kā jau parādīts šīs pakāpes aprakstā, konsultants klientam palīdz izmantot arī pozitīvus piemērus, kā arī to cilvēku pieredzi, kam ir līdzīgas problēmas.

Metodika

Lai palīdzētu izvēlēties stratēģijas, Īgans klientam uzdod vairākus jautājumus. Lai pārbaudītu noteiktu metodiku, tipiskākie jautājumi ir šādi:

1. Vai jums ir skaidrs, kas jums būs jādara, izmantojot šo stratēģiju?
2. Vai jūs iekļausieties plānotajā laika posmā?
3. Vai jums personīgi šī stratēģija patīk?
4. Vai šī stratēģija jūs aizvedīs tur, kur jūs vēlaties?

Bilances-matricas metode

Ja klientiem ir jāpieņem lēmums, noderīgs var būt bilances matricas veids. Šeit ir runa par apsvēršanu, vai pieņemams ir gan labums, gan izmaksas. Nedaudz labāk strukturēta ir stratēģiju uzbūves novērtēšana ar jautājumiem, piemēram, šādiem:

- Kādu labumu šī stratēģija dod man un citiem?
- Kādas ir šīs stratēģijas izmaksas man un citiem?

Atbalstošu spēku izmantošana

Pirms klients pamet konsultantu ar domu izmantot konkrētu rīcības plānu, konsultants klienta motivāciju var pastiprināt, ļaujot klientam domāt par palīdzību. Katram klientam ir potenciāli, kuriem konsultantam vajadzētu pievērst uzmanību, piemēram:

- lepnums;
- solījums sev;
- kaut kā jauna izmēģināšana;
- uzmundrinājums no ģimenes;
- uzmundrinājums no draugiem;
- laba sajūta, kas tiek iegūta, kaut ko sasniedzot;
- ietaupīta nauda.

Šajā izdevumā ir iekļauts 18. un 19. uzdevums, lai tie, kas studē konsultēšanu, varētu pārbaudīt multikulturālismu savā dzīvē, ģimenē un pasaules uzskatos. Atbilstošas uztveres integrācijai Īgans (2002, 52) savā konsultēšanas metodikā min dažus kodolīgus ieteikumus:

- noliec klienta vēlmes priekšā visiem pārējiem apsvērumiem;
- identificē klienta uztveri un koncentrējies uz to;
- pavērs konsultācijas metodes pret klienta priekšstatiem, nevis pret politisko nozīmi;
- nodrošini, ka tava paša vērtību sistēma negatīvi neietekmē klienta intereses;
- izvairies no kulturāliem stereotipiem, jo atsevišķas grupas bieži vien uzrāda lielākas atšķirības grupas iekšpusē, nekā starp grupām;
- nemēģini veidot attiecības ar kulturālo daudzveidību, izmantojot pārāk šauras definīcijas;
- nodrošini profesionālas tolerances atmosfēru.

Īgans (1976, 1977, 1985a, 1994a, 1998, 1998a, 2002) iemaņu iegūšanā izmanto noteiktu secību. Pirmais solis ir *kognitīvā saprašana*. Konsultanti mācību laikā tiek uzmundrināti attīstīt kognitīvu noteiktu iemaņu sapratni. Lielākajā daļā gadījumu tas tiek panākts ar lekcijām un referātiem. *Izskaidrošana* notiek ar vadītu diskusiju par to, ko ir lasījuši vai dzirdējuši studenti. Trešais solis šajā procesā ir *mācīšanās pēc modeļa*. Pasniedzēji ar pieredzi piedāvā modeli noteiktas iemaņas izmantošanai. Tas var notikt tiešā saskarsmē, vai arī ar filmu un videomateriāliem. Kā nākamie

tiek piedāvāti *rakstiskie uzdevumi* (kā šajā nodaļā). Rakstisko uzdevumu mērķis ir ļaut studējošajiem gūt atziņu, ka viņi šo noteikto iemaņu ir izpratuši un ir gatavi to izmantot praksē. Kā piektais solis seko *prakse*. Īgans ļauj strādāt mazās grupās, tādējādi iemaņas iespējams apgūt kopā ar citiem studentiem. *Atgriezeniskajā saitē* pasniedzēji un studenti sniedz vērtējošus komentārus, lai apstiprinātu to, kas tiek darīts pareizi un koriģētu to, kas ir bijis nepareizi. Septītajā solī tiek *izvērtēta mācību pieredze*. Tiek izmantots ilgāks laiks, lai pārdomātu visu mācību norisi. 1. līdz 6. solis aptver nepieciešamo iemaņu iegūšanu, bet 7. solis tiek veltīts darbam grupās. Kad dalībnieks šo posmu ir beidzis, viņš iegūst iespēju *praktizēties ar īstiem klientiem un uzraudzību*. Šeit vēlreiz īss modeļa un iemaņu pārskats:

I. pakāpe: Pašreizējā situācija un problēmas

Galveno problēmu noskaidrošana, kurām ir nepieciešamas pārmaiņas.

1. Palīdziet klientiem izstāstīt savu „stāstu”.
2. Palīdziet klientiem tikt galā ar „aklajiem plankumiem” un iegūt jaunas perspektīvas.
3. Palīdziet klientiem koncentrēties uz jomām, kurās nepieciešamas pārmaiņas (smaguma centra noteikšana).

Dažas I pakāpes iemaņas:

- uzmanīga klausīšanās,
- pamatempātija,
- izjautāšana/zondēšana,
- apkopošana,
- izaicinājums un progresējoša empātija,
- informācijas apmaiņa, pašatklāsme un tiešums.

II pakāpe: Scenārijs, kuram tiek dota priekšroka

Palīdzēt klientiem noteikt to, ko viņi grib un ko viņiem vajag.

1. Palīdziet klientam saskatīt vairākas iespējas labākai nākotnei.
2. Palīdziet klientam scenārijus, kuriem tiek dota priekšroka, pārvērst mērķos.
3. Palīdziet klientam justies atbildīgam par mērķiem, kurus viņš izvēlas.

Dažas II pakāpes iemaņas:

- diverģenta domāšana,
- prāta vētra,
- mērķa formulēšana,
- apņemšanās sasniegšana.

III pakāpe: Rīcības stratēģijas

Palīdzēt klientam atklāt, kā viņš panāks to, ko grib un kas viņam ir vajadzīgs.

1. Ar prāta vētras palīdzību palīdziet klientiem uzskicēt vairākas stratēģijas mērķu realizēšanai.

2. Palīdziet klientiem izvēlēties rīcības stratēģijas, kuras vislabāk atbilst viņu vajadzībām un resursiem.
3. Palīdziet klientiem uzskicēt rīcības plānu.

Dažas III pakāpes iemaņas:

- personisko iemaņu novērtēšana,
- stratēģijas noteikšana,
- bilances-matricas metode,
- atbalsta atklāšana.

Turpmākajiem uzdevumiem vajadzētu veidot vienojošo posmu starp iemaņu saprašanu un praksi. Šādi uzdevumi ir saīsināti Īgana (1998) konsultēšanas iemaņu uzdevumu formulējumi.

I pakāpes iemaņu uzdevumi

I pakāpe ietver kooperatīvu attiecību veidošanu starp konsultantu un klientu un palīdzību klientam koncentrēties uz mezglu punktiem. Komunikācijas iemaņas un ierosināšana ir svarīgas visā sarunas laikā.

1. uzdevums

Uzmanīgas izturēšanās atgriezeniskā saite

1. Studentiem vajadzētu atcerēties par akronīmu „SOLER”.
 - S – Uzlūkojiet klientu tieši (*squarely*), lai parādītu, ka jūs vēlaties strādāt ar viņu kopā.
 - O – Ieņemiet atvērtu (*open*) ķermeņa pozīciju.
 - L – Pieliecieties (*lean*) nedaudz uz klienta pusi, lai pasvītrotu jūsu uzmanību.
 - E – Uzturiet labu acu kontaktu (*eye*).
 - R – Jūties atbrīvots (*relaxed*) tik ilgi, kamēr jūs konsultējat klientu.
2. Nodarbību laikā sniedziet sev un citiem studentiem atgriezenisko saiti par klausīšanās uzmanības kvalitāti. Izmantojiet šādus pārbaudes jautājumus:
 - a) Cik efektīvi konsultants izmanto savu ķermeņa stāju, lai parādītu gatavību sadarboties ar klientiem?
 - b) Kādā veidā konsultants novērš klientu uzmanību?

- c) Kā „SOLER” palīdz konsultantam efektīvi strādāt ar klientiem?
- d) Cik dabiski konsultants izturas konsultēšanas procesā?
- e) Kas konsultantam ir jādara attiecībā uz uzmanību, lai atstātu vēl labāku iespaidu?

2. uzdevums

Aktīvā klausīšanās

1. Klausieties uzmanīgi, ko saka klients.
2. Identificējiet klienta pamatpārdzīvojumus.
3. Identificējiet klienta pamatuzvedību – ko viņš dara, nedara vai par ko viņš ir norūpējies.
4. Identificējiet pamatemocijas, kurām ir sakars ar šiem pārdzīvojumiem un uzvedību.

1. piemērs

38 gadus vecam vīrietim paziņoja, ka kritiena dēļ būvlaukumā viņš vairs nekad nevarēs staigāt. Viņš jums saka: „Kāpēc tas notika tieši ar mani? Es taču vēl esmu jauns. Es tiešām biju uzmanīgs strādājot, taču mani apgāza pēkšņa vēja brāzma brīdī, kad es cēlu augšā finiera plāksni. Ko man tagad darīt? Es vairs nekad nespēšu staigāt.” (Viņš sāk šņukstēt.)

Klienta pamatpārdzīvojumi: _____

Klienta pamatizturēšanās: _____

Ko klients domā par šo pārdzīvojumu un uzvedību? _____

2. piemērs

Vientuļā māte ar trim bērniem runā ar karjeras konsultantu, kā viņai atrast darbavietu, lai atbrīvotos no sociālās palīdzības: „Es vienkārši nevaru izvilkt, nedēļas beigās es vienmēr esmu tukšā. Es saviem bērniem nevaru nopirkt normālu apģērbu. Viņi uzskata, ka tas ir briesmīgi, ka savus draugus nevar uzaiņināt ciemos uz mūsu nolaisto īrēto māju. Kā lai es atrodu darbu, kas mani atbrīvos no šīs nožēlojamās dzīves?”

Klienta pamatpārdzīvojumi: _____

Klienta pamatizturēšanās: _____

Ko klients domā par šiem pārdzīvojumiem un uzvedību? _____

3. piemērs

Jauns vīrietis trešajā gadu desmitā, kurš kādu laiku ir pavadījis cietumā, tika atsūtīts uz konsultācijām, lai viņam sniegtu palīdzību darba meklējumos. Viņam liekas nepatīkami apmeklēt konsultantu un viņš domā: „Es nezinu, ko es šeit daru. Neviena konsultants man nekad nav palīdzējis. Kādēļ jūs man nedodat savu vieglo darbu, tad es arī kādu laiku varētu garlaikot klientus. Es nevēlos ar jums runāt. Šodien pavisam noteikti jūs vairs neko no manis nedzirdēsiet.”

Klienta pamatpārdzīvojumi: _____

Klienta pamatizturēšanās: _____

Ko klients domā par šo pārdzīvojumu un uzvedību? _____

3. uzdevums

Empātijas izrādīšana

1. Identificējiet pats sev pamatpārdzīvojumus, uzvedību un klienta jūtas.
2. Formulējiet empātisku atbildi, lietojot šādas formulas: „Jūs jūtaties... (identificējiet emocijas), jo... (aprakstiet pamatpārdzīvojumus un/vai uzvedību, kas izraisa šīs emocijas).
3. Izmantojiet empātiskus izteicienus (bez formulējumu lietošanas).

1. piemērs

60. gadus vecs vīrietis, tikko aizgājis pensijā, saka konsultantam: „Tagad, kad es esmu pensijā, es vairāk laika pavadu, vienkārši staigājot pa māju, kura ir pārāk liela man... (viņš apstājas un bezmērķīgi skatās pa logu ārā). Kad es vēl strādāju, tad dzīve piedāvāja vairāk. Es zināju, kas man ir jādara... Tas bija citādi. Tagad, kad es esmu pensijā, kaut kas vairs nav... es nezinu.”

Pamatpārdzīvojums(i): _____

Pamatizturēšanās: _____

Pamatjūtas/emocijas: _____

Empātiski izteikumi (formulas): _____

Jūsu pašu empātiskais izteikums: _____

2. piemērs

Vidēja vecuma vīrietis sūdzas par savu veco māti: „Viņa izmanto savu lielo vecumu un artrītu, lai mani komandētu. Visu mūžu viņa mani ir komandējusi. Ja es viņai runāju pretī, tad viņa raud un sūdzas par savām sāpēm un cik viņai ir žēl (viņš saknēbj lūpas). Es varu derēt, ka viņa man liks justies vainīgam pat pie viņas nāves.”

Pamatpārdzīvojums(i): _____

Pamatizturēšanās: _____

Pamatjūtas/emocijas: _____

Empātiski izteikumi (formulas): _____

Jūsu pašu empātiskais izteikums: _____

3. piemērs

1. semestra studente runā par grūtībām pierast pie lielpilsētas dzīves un pie tā, ka viņai jāiet uz universitāti kopā ar simtiem citu studentu. Viņa ir no attālas mazpilsētas: „Ir grūti apzināties, ko vajag darīt. Mani ielūdz uz viesībām, taču es vēl joprojām jūtos kā izstumtā. Es nenēsāju pareizo apģērbu. Taču, protams, universitāte man ļoti patīk (sapikusi skatās) un, iespējams, drīz es tajā jūtīšos kā mājās.”

Pamatpārdzīvojums(i): _____

Pamatizturēšanās: _____

Pamatjūtas/emocijas: _____

Empātiski izteikumi (formulas): _____

Jūsu pašu empātiskais izteikums: _____

4. uzdevums

Izjautāšana/zondēšana

1. Iesākumā reaģējiet ar empātiju.
2. Formulējiet vēlāk apkopoto jautājumu, kurš klientam varētu palīdzēt identificēt vai izpētīt problēmu.
3. Īsumā nosauciet iemeslus zondēšanas jautājumu lietošanai.

1. piemērs

Darbinieks, kam ir strīds ar kolēģiem, personāla nodaļas vadītājam saka: „Es nepanesu kritiku. Ja manā virzienā tiek raidītas kritiskas piezīmes vai arī man tiek sniegta negatīva atgriezeniskā saite, es smaidu un raustu plecus. Taču iekšēji es zinu, ka es šiem cilvēkiem, kuri mani kritizē, gribētu atmaksāt. Es to tikai gaidu, kad viens no viņiem izdarīs kādu kļūdu.”

Empātiska reakcija: _____

Zondēšanas jautājums, kas klientiem varētu palīdzēt atrast smaguma punktus: _____

Izjautāšanas iemesls: _____

2. piemērs

Jauns vīrietis ar konsultantu runā par attiecībām ar savu māti: „Es bieži jūtos vainīgs un nomākts, jo mana māte bieži man zvana un stāsta, cik viņa ir vientuļa. Tad es arī kļūstu dusmīgs pats uz sevi, jo es tik viegli padodos vainas apziņai. Visa mana diena pēc tam ir sabojāta, un darbā es esmu nervozs un viegli aizkaitināms. Taču es vienmēr padodos.”

Empātiska reakcija: _____

Zondēšanas jautājums, kurš klientiem varētu palīdzēt atrast smaguma punktus: _____

Izjautāšanas iemesls: _____

3. piemērs

Jurisprudences students sarunājas ar konsultantu: „Vakar es uzzināju, ka izkritu juridiskajā eksāmenā. Otrās iespējas man nebūs. Tādi mēsli! Tas bija mans pirmais gads lielpilsētā un es nevarēju tik galā ar visām lietām, kas novērsa manu uzmanību. Es nezinu, kā lai to paskaidro vecākiem. Viņi mani uzturēja, un man tagad viņiem jāpasaka, ka viss bija veltīgi.”

Empātiska reakcija: _____

Zondēšanas jautājums, kurš klientiem varētu palīdzēt atrast smaguma punktus: _____

Izjautāšanas iemesls: _____

5. uzdevums

Kopsavilkums

Lai palīdzētu studentiem iemācīties veidot kopsavilkumu, Īgans (1998) uzdevumu rokasgrāmatā ierosina šādus uzdevumus.

1. Studentus sadala grupās pa trim.
2. Katrā no šīm grupām ir trīs lomas: konsultants, klients un vērotājs.
3. Konsultants sarunai ar klientu izmanto aptuveni 7–8 minūtes.
4. Pēc četrām minūtēm konsultants apkopo sarunas galvenos punktus. Aptuveni pēc astoņām minūtēm konsultantam vajadzētu veikt otru kopsavilkumu.
5. Pēc katra kopsavilkuma konsultantam vajadzētu palūgt klientam izdarīt secinājumu, kas atkal novedīs pie nākamā soļa.
6. Tad novērotājs konsultantam sniedz atgriezenisko saiti, cik lielā mērā kopsavilkums bija akurāts un sniedza palīdzību. Kopsavilkums sniedz palīdzību tad, ja tas klientu ved pie problēmas apzināšanās, mērķa nospraušanas un rīcības.
7. Process tiek atkārtots tik ilgi, kamēr katrai grupai ir bijusi iespēja izspēlēt visas trīs lomas.

6. uzdevums

Apšaubīšana un ierosināšana atbildēt

Vispārējie noteikumi

Mērķtiecīgi tiek apšaubīta neproduktīva morālā nostāja un rīcība.

1. Izlasiet piemērus un nosakiet, kur klients varētu gūt labumu no apšaubīšanas.
2. Īsumā aprakstiet, kuras jaunās perspektīvas varētu būt noderīgas.

3. Apmainieties ar novērojumiem ar vienu no blakus esošajiem studentiem. Atcerieties līdzības un dažādības attiecībā uz jūsu priekšlikumiem.
4. Diskutējiet, kā jūs rīkotos, lai palīdzētu klientam apšaubīt pašam sevi.

1. piemērs

Daniels vada projektu, taču viņš ļoti kavē. Sarunā ar savu priekšnieku viņš saka: „Šī ir pirmā reize, kad es esmu projekta vadītājs. Citi nav pieraduši ar mani strādāt kopā. Svarīgākie cilvēki no plānošanas un ražošanas nodaļas visu iekavē. Viņi visu laiku saka, ka ir vēl citi projekti, pie kuriem viņiem ir jāstrādā. Es zinu, ka mūsu klients grib piegādi līdz mēneša beigām, taču tas ir viņa mērķis, un tas noteikti nav reāls. Viņš tik ļoti steidzina. Tagad jau kļūst neērti atbildēt uz viņa zvaniem.”

Kādas morālās nostājas un atbilstošu izturēšanos varētu apšaubīt šajā gadījumā? _____

Kādas varētu izskatīties noderīgas jaunas perspektīvas? _____

Pie kādas rīcības varētu novest šādas perspektīvas? _____

2. piemērs

Jauna konsultante, kura strādā slimnīcā, domā, ka ārstiem nav nekāda respekta pret konsultantiem. Viņa jūtas neērti, jo ir jauniņa, sieviete un konsultante. Kad viena no kolēģēm viņai ieteic konfrontēt ar šiem ārstiem, viņa atbild: „Tas situāciju tikai pasliktinātu. Es domāju, ka svarīgāk ir aizstāvēt savu profesiju tādā veidā, ka es esmu tāda, kāda esmu, es palīdzu klientiem, cik vien iespējams. Es zinu, ka ārsti ir ļauni, taču tā ir spēle, kuru viņi spēlē katrā slimnīcā. Tā tas vienmēr ir bijis. Īstenībā tas nav nekas liels.”

Kādas morālās nostājas un atbilstošu izturēšanos varētu apšaubīt šajā gadījumā? _____

Kādas varētu izskatīties noderīgas jaunas perspektīvas? _____

Pie kādas rīcības varētu novest šāda perspektīva? _____

Produktīvā empātija

Produktīvā empātija nozīmē to, ka klientam tiek ļauts piedalīties pamanītajos pieņēmumos par saviem pārdzīvojumiem, uzvedību un jūtām. Šis iemaņas tiek izmantotas tikai tad, ja pirms tam ir izveidotas labas darba attiecības.

1. Lietojiet pret klientu elementāru empātiju.
2. Formulējiet vienu vai divus pieņēmumus par klienta pārdzīvojumiem, uzvedību un jūtām.
3. Reagējiet ar produktīvu empātiju.

1. piemērs

Mašīnbūves programmas pirmā kursa students, kurš studē tehniskajā augstskolā ar labu slavu, runā par to, ka viņš ir vīlies sevī un savā sniegunībā. Viņa tēvs, panākumiem bagāts inženieris, neizdarīja spiedienu uz savu dēlu, lai tas studētu mašīnbūvē. Students stāsta: „Man trūkst iedvesmas. Ar atzīmēm viss ir kārtībā, tās varbūt nav tik labas, taču es zinu, ka es varu mācīties labāk. Es nezinu, kāpēc mana vilšanās par augstskolu un profesoriem mani tā nomāc. Tāds es parasti nemaz neesmu. Jau tad, kad biju mazs, es gribēju kļūt par inženieri. Man vajadzētu priecāties, ka man ir iespēja studēt tik labā tehniskajā augstskolā, taču es neesmu priecīgs.”

Elementāra empātija: _____

Jūsu pieņēmumi un pamatojums: _____

Produktīva empātija: _____

2. piemērs

Abiturients sarunājas ar konsultantu par saviem studiju plāniem. Viņš piemin vilšanos par to, ka netika izvēlēts par runas teicēju izlaiduma svētkos: „Es labprāt būtu bijis atvadu runas teicējs, taču zinu, ka uz kaut ko tādu nevarēju cerēt. Viņi izvēlējās Nikolu. Viņa to labi paveiks. Viņa ir laba runātāja un ļoti populāra. Nevienam citam nav tiesību būt par atvadu runas teicēju. Es pats sev melotu, ja par šo lietu domātu citādi. Skolā es biju labāks par Nikolu, taču es neesmu tik populārs, un ar mani nav tik viegli kontaktēties.”

Elementāra empātija: _____

Jūsu pieņēmumi un pamatojums: _____

Produktīva empātija: _____

7. uzdevums

Informācijas sniegšana

Runa ir par iemaņām apgādāt klientu ar informāciju, kura viņiem palīdzētu skaidrāk atpazīt problēmsituāciju.

1. Šādos piemēros parādiet iespējamus klienta „aklos plankumus”.
2. Norādiet, kura informācija varētu palīdzēt klientam iegūt jaunas perspektīvas un pāriet uz rīcību.

1. piemērs

Vīrietis vecumā starp divdesmit un trīsdesmit apzinās, ka viņš par daudz dzer. Pagājušajā nedēļas nogalē pēc pārmērīgas alkohola lietošanas viņam bija „pārtrūkusi filma”. Līdz šim viņš vienmēr bija slēpis savu kaitīgo ieradumu. Viņš strādā viens. Viņam uzņēmumā ir vairāk noslimoto dienu, nekā vidēji kopumā. Pārmērīga alkohola lietošana notiek galvenokārt nedēļas nogalēs. Nevienam no viņa ģimenes vai draugiem nekad nav bijis alkoholiķis.

Kādi varētu būt šī klienta „aklie plankumi”? _____

Kāda informācija klientam varētu palīdzēt attīstīt jaunas perspektīvas? _____

2. piemērs

Abituriente, kuras vecākās māsas ir ārstes, ar konsultantu pārrunā savas karjeras plānus. Viņas novērtējums skolā ir zem vidējā, īpaši vājš vērtējums ir dabaszinātņu priekšmetos. Viņa ir ļoti mākslinieciski talantīga, taču viņa grib sekot savām māsām un uzsākt medicīnas studijas.

Kādi varētu būt šī klienta „aklie plankumi”? _____

Kāda informācija šim klientam varētu palīdzēt attīstīt jaunas perspektīvas? _____

3. piemērs

Markus nevar izlemt, kādu karjeras ceļu izvēlēties pēc vidusskolas. Skolā viņam bija labas sekmes, un, iespējams, viņš spētu labas sekmes uzrādīt visās trijās nozarēs, kurās viņš vēlētos darboties (informāciju tehnoloģijas, bankas, ķīmijas tehnoloģijas). Viņš nepārtraukti domā par to, lai tikai nepieņemtu nepareizo lēmumu.

Kādi varētu būt šī klienta „aklie plankumi”? _____

Kāda informācija šim klientam varētu palīdzēt attīstīt jaunas perspektīvas?

8. uzdevums

Pašatklāšme

Pašatklāšmei klientam vajadzētu palīdzēt skaidrāk uztvert problēmsituāciju. Izvēlieties divas jomas, kurās, pēc jūsu domām, jums būtu kaut kas sakāms un kuras palīdzētu klientiem ar līdzīgām problēmām kā jums.

1. joma: _____

Ko no šīs jomas jūs varētu pastāstīt par sevi? _____

2. joma: _____

Ko no šīs jomas jūs varētu pastāstīt par sevi? _____

9. uzdevums

Tiešums

Ar tiešumu ir domāta konsultanta spēja tieši un piemēroti rīkoties ar notikumiem un uzvedību, kura ietekmē konsultanta attiecības.

1. Piedāvāriet tiešu reakciju attiecībā uz noteiktu situāciju, reakciju, kura palīdzētu klientam apšaubīt nelietojamās perspektīvas un rīcību.
2. Apmainieties ar citu studentu ar jūsu reakcijām un sniedziet savstarpēju atgriezenisko saiti. Abi kopā sniedziet efektīvāku tiešu reakciju.

1. situācija

Vīrietim, kas pēdējos desmit gados laiku pa laikam ir strādājis celtniecības jomā, ir problēmas atrast darbu. Tagad viņš ir uzmeklējis karjeras konsultantu. Pirmajā sarunas daļā viņš ir kooperatīvs, taču pārējās fāzēs viņš negrib sadarboties un sāk pat apšaubīt jūsu konsultanta kompetenci.

Tieša reakcija: _____

2. situācija

Aptuveni 45 gadus veca konsultante palīdz jaunam cilvēkam pārdomāt savas karjeras iespējas. Iesākumā jaunais vīrietis ar konsultanti labi sastrādājas. Konsultante un klients pietuvojas mērķim, jo dažas jaunā vīrieša amata vēlmes, kā arī intereses un spējas tiek skaidri noteiktas. Kad konsultante apkopo dažas no jaunā klienta stiprajām pusēm, pēkšņi viņš saka: „Jūs esat tieši tāda pati kā mana māte, kura man vienmēr stāsta, ka es esmu spējīgs kaut ko sasniegt.”

Tieša reakcija: _____

Uzdevumi attiecībā uz II pakāpes iemaņām

II pakāpe apskata labāku nākotni, klienta darbības scenāriju, kuram tiek dota priekšroka. Šīs pakāpes nozīmīgas klienta vēlmes ir mērķa nospraušana un apņemšanās.

10. uzdevums

Diverģentā domāšana

Diverģento domāšanu lieto, lai palīdzētu klientam attīstīt labākas nākotnes vīziju. Ko es gribu?

1. Lapas vidū uzrakstiet savu vārdu. Uzzīmējiet no vārda izejošas taisnas līnijas uz jūsu dzīves sociālajām attiecībām (skola, ģimene, draugi utt.)
2. Izvēlieties vairākas sociālas attiecības, kurās jums pašlaik ir problēmas, vai kurās jūs nojaušat neizmantotas iespējas.
3. Uzrakstiet problēmas un rūpes attiecībā pret katrām identificētajām sociālajām attiecībām.
4. Nobeigumā uzskaitiet labākas nākotnes iespējas šajās jomās. Izmantojiet, piemēram, šādus verbālus instrumentus:
 - To man vajag...
 - To es gribu...
 - Tie ir pāris punkti manā vēlmju sarakstā...
 - Kad es pabeigšu, tad es...
 - Tad...
 - Tā vietā es...
 - Tad es tikai...
 - Tad vairāk tiks...
 - Tad mazāk tiks...

Pirmais sociālo attiecību lauks: _____

Problēmu punkti, prasības, konflikti, iespējas, rūpes
sakarā ar šo sociālo attiecību lauku: _____

Labākas nākotnes iespējas šajā jomā: _____

Otrais sociālo attiecību lauks: _____

Problēmu punkti, prasības, konflikti, iespējas, rūpes sakarā ar šo attiecību
lauku: _____

Labākas nākotnes iespējas šajā jomā: _____

11. uzdevums

Prāta vētra

Nevērtējoši priekšlikumi, kā varētu izskatīties, ja viss būtu labāk. Tas nozīmē: ko jūs vēlētos tā vietā, kas jums ir pašlaik?

1. Izlasiet situācijas piemēru un iedomājieties, ka jūs būtu šī persona (tikai nedot padomus).
2. Parādiet „aklo plankumu”, kas varētu atturēt šo personu efektīvi pārvarēt problēmu situāciju.
3. Ar prāta vētras palīdzību (pāros vai grupās pa trim) definējiet vairākas iespējas labākai nākotnei.
4. Izmantojiet verbālo instrumentu sarakstu no iepriekšējā uzdevuma („Divērgentā domāšana”), lai palīdzētu attīstīt scenāriju, kam tiek dota priekšroka.

Piemērs

Darbinieks, kam ir strīds ar kolēģiem, personāla nodaļas vadītājam saka: „Es nepanesu kritiku. Ja manā virzienā tiek raidītas negatīvas piezīmes, vai man tiek sniegta negatīva atgriezeniskā saite, es smaidu un raustu plecus. Taču iekšēji es zinu, ka es šiem cilvēkiem, kuri mani kritizē, gribētu atmaksāt. Es to tikai gaidu, kad kāds no viņiem pieļaus kļūdu, tad es viņam varēšu visu atmaksāt.”

„Aklais plankums” pārņemts uz nākotni orientētā un jaunā perspektīvā:

Vairākas iespējas labākai nākotnei: _____

12. uzdevums

Mērķa formulēšana

Mērķus vajadzētu formulēt kā paredzamos rezultātus. Mērķiem vajadzētu būt reāliem, konkrētiem, elastīgiem un iekļaujamiem piemērotos laika ietvaros.

1. Pēc situācijas piemēra izlasīšanas nosakiet, kādi varētu būt labi klienta nodomi (piem.: Man vajadzētu būt enerģiskākam, ja es gribu būt labs priekšnieks šajā darba grupā).
2. Parādiet vienkāršu (ļoti vispārēju) klienta mērķi (piem.: Es vēlētos ciešāk tikt iekļauts šajā grupā).
3. Uzrakstiet šim klientam konkrētu mērķi, kas ir reālistisks un tiek formulēts kā rezultāts (piem.: Es šajā grupā vismaz vienu reizi stundā gribu pateikt savas domas tur, kur tas nepieciešams).

1. piemērs

Franks izsakās par stresu, kādam viņš ir pakļauts savā darbā. Jau piecus gadus viņš strādā lielas firmas grāmatvedībā. Viņš pelna pienācīgi, taču kļūst aizvien neapmierinātāks ar sava darba veidu. Viņš šo darbu uzskata par pārāk maznozīmīgu un nedomā, ka šajā firmā viņam būtu karjeras attīstības iespējas. Daudzi viņa kolēģi ir prasīgāki par viņu.

Pozitīva nolūka noteikšana: _____

Vienkāršs mērķis: _____

Konkrēts mērķis: _____

2. piemērs

Klaudija uzskata, ka viņa, īpaši savā darbā, nav pietiekami pašpārliecināta. Viņa uzskata, ka pārāk bieži atļauj sev novērst uzmanību, darbojoties pie kāda projekta. Viņa kļūst dusmīga pati uz sevi, ja savu darbu pastumj sāņus, lai palīdzētu tiem, kas viņas darbu ir pārtraukuši. Tāpēc viņa dažreiz nokavē termiņus un uzskata, ka citi viņu uzskata par „mīksto”.

Pozitīva nolūka noteikšana: _____

Vienkāršs mērķis: _____

Konkrēts mērķis: _____

13. uzdevums

Pienākuma apziņas pret sevi panākšana

Ja klienti panāk pienākuma apziņu pret sevi, tad pastāv liela iespēja, ka viņi sasniegs mērķus.

1. Nosauciet nozīmīgāko mērķi, kuru jūs paši sev esat nosprauduši mācoties, vai arī mērķi, kādu sev būtu nospraudis klients.
2. Pārrunājiet (lietojot zemāk esošos jautājumus, ja tie ir atbilstoši) šo mērķi ar partneri, lai noteiktu pienākuma apziņas koeficientu.
 - a) Cik lielā mērā pašlaik jūs esat gatavs mainīties šajā jomā?
 - b) Cik lielā mērā jūs šo mērķi brīvi izvēlaties?
 - c) Cik lielā mērā jūs šo mērķi izvēlaties no vairākām iespējām?
 - d) Cik augstu jūs vērtējat jūsu mērķa pievilcību?
 - e) Nosauciet visu, kas padara šo mērķi jums nepievilcīgu!
 - f) Kas jūs piespieda izvēlēties šo mērķi?
 - g) Ja šis mērķis jebkādā veidā jums tika uzspiests, ko jūs darāt, lai tas kļūtu par jūsu paša mērķi?
 - h) Ar kādām grūtībām jūs saskaraties, veltot šim mērķim savu apņemšanos?
 - i) Cik liela iespēja pastāv, ka jūsu apņemšanās nav īsta?
 - j) Ko jūs varat darīt, lai pārvarētu šķēršļus?
 - k) Ko jūs varat darīt, lai palielinātu savu līdzdalību?
 - l) Kādā veidā iespējams no jauna formulēt mērķi, lai to padarītu pievilcīgāku?
 - m) Cik lielā mērā laika plāns mērķa sasniegšanai ir nepietiekams?
(Egan, 1998, 137.)

Uzdevumi III pakāpes iemaņām

III pakāpē ir runa par to, ko klientam vajadzētu darīt, lai risinātu savas problēmas. Šajā pakāpē konsultants var izmantot diverģentas domāšanas (10. uzdevums) un prāta vētras (11. uzdevums) iemaņas, lai palīdzētu klientam atpazīt dažādus mērķu sasniegšanas ceļus.

14. uzdevums

Personisko iemaņu novērtēšana

Dažreiz problēmas rodas, ja klienti noteiktas dzīvē nepieciešamās iemaņas neprot izmantot.

1. Novērtējiet katru no jūsu iemaņām attiecībā uz izpaušmi un nozīmīgumu.
2. Uzrādiet tās iemaņas, kuras pie uzlabojumiem jums palīdzēs tikt galā ar rūpēm un problēmām.
3. Parādiet, kāpēc šāda iemaņa ir jums nozīmīga un ko jūs varētu darīt, lai to attīstītu.

Pārbaudes lapa

<i>Izpausme</i>	<i>Nozīmīgums</i>
5 – ļoti izteikta izpausme	5 – ļoti nozīmīga
4 – izteikta izpausme	4 – nozīmīga
3 – vidēja izpausme	3 – vidēji nozīmīga
2 – neliels šīs izpausmes deficīts	2 – vairāk maznozīmīga
1 – ievērojams izpausmes deficīts	1 – pilnīgi nenozīmīga

Iemācīties, kā gūt iemaņas

	<i>Izpausme</i>	<i>Nozīmīgums</i>
Zināt, kā pareizi lasīt	—	—
Zināt, kā saprotami rakstīt	—	—
Matemātikas pamatzināšanas	—	—
Zināt, kā efektīvi mācīties un studēt	—	—
Saprast kaut ko no datoriem	—	—
Zināt, kā lietot bibliotēku	—	—
Zināt, kā atrast informāciju	—	—
Citas šīs nozares iemaņas _____		

Pašmēdžmenta iemaņas

	<i>Izpausme</i>	<i>Nozīmīgums</i>
Zināt, kā tiek plānoti un nosprausti reāli mērķi	—	—
Lēmumu pieņemšanas iemaņas	—	—
Problēmu risināšanas iemaņas	—	—
Zināt, kā izmantot atalgojumus un sodus savā labā	—	—
Zināt, kā savaldīt savas emocijas	—	—
Nepiepildītu vēlmju apmierināšanas savaldīšana	—	—
Pašpārliecība: zināt, ka iespējams apmierināt savas vajadzības, respektējot citu vajadzības	—	—
Pašmēdžmenta iemaņas: _____		

Komunikāciju iemaņas

	<i>Izpausme</i>	<i>Nozīmīgums</i>
Prasme aktīvi klausīties	—	—
Spēja saprast	—	—
Empātija: spēja izrādīt sapratni	—	—
Prasme apdomāti izjautāt	—	—
Spēja sniegt noderīgu informāciju	—	—
Spēja runāt grupas priekšā	—	—
Citas komunikācijas iemaņas: _____		
Nosauciet nozīmīgākās iemaņas. Kā jūs tās varētu attīstīt: _____		

15. uzdevums

Stratēģiju noteikšana

1. Uz dodiet šādus jautājumus, ja klientam ir grūtības izvēlēties starp iespējamām stratēģijām.

Skaidrība: Vai stratēģija ir skaidra?

Atbilstīgums: Vai tā ir atbilstoša manai situācijai un mērķim?

Reālisms: Vai tā ir reāla? Vai es to varu izdarīt?

Stimuls: Vai tā mani stimulē?

Vērtību priekšstats: Vai tā ir savienojama ar maniem vērtību priekšstatiem?

Efektivitāte: Vai tā ir pietiekami efektīva? Vai tā mani aizvedīs līdz mērķim?

2. Dalieties savos novērojumus ar citiem studentiem. Ko jūs varat mācīties no atšķirībām?

Situācijas piemērs

Jaunietis, kas mācās pēdējā klasē, nevar izlemt, kādu karjeras ceļu izvēlēties. Viņam ir labas atzīmes. Viņš dod priekšroku uz praksi orientētām mācībām un tāpēc labāk iestātos profesionālajā augstskolā, nevis universitātē. No otras puses, viņš domā, ka labāk būtu, ja viņš iestātos universitātē. Izmantojiet minētos kritērijus, lai izvērtētu šādu jaunā vīrieša stratēģiju: „Es iesākumā vienu gadu studēšu universitātē un tad, ja man nepatiks, iestāšos profesionālajā augstskolā.”

16. uzdevums

Bilances-matricas metode

Bilances-matricas metodi iespējams izmantot, lai klientam palīdzētu izvēlēties gan mērķus, gan stratēģijas. Bilanci-matricu nevajadzētu izmantot kopumā, bet gan tikai tās daļas, kuras klientam var konkrēti palīdzēt.

1. Ar partneri izvēlieties personīgu mērķi un ar prāta vētras palīdzību izveidojiet vairākas stratēģijas.
2. Izvēlieties galveno stratēģiju jeb rīcības secību, kuru vajadzētu apskatīt tuvāk.
3. Identificējiet citu nozīmīgu personu un sociālās attiecības, kuras ietekmēs jūsu izvēle.
4. Noskaidrojiet iespējamo rīcības norisi, kurā jūs pēc iespējas vairāk izmantosiet bilanci-matricu, lai spētu pieņemt skaidru lēmumu.

Lēmuma pieņemšanas matrica

<u>Pats</u>	Pieņemams man, jo	Nav pieņemams man, jo
Paša ieguvumi _____		
Paša zaudējumi _____		

<u>Citas nozīmīgas personas</u>	Pieņemams man, jo	Nav pieņemams man, jo
Citu ieguvumi _____		
Citu zaudējumi _____		

<u>Sociālā vide</u>	Pieņemams man, jo	Nav pieņemams man, jo
Sociālās vides ieguvumi _____		
Sociālās vides zaudējumi _____		

(Egan, 1998, 344)

17. uzdevums***Atbalstošu spēku izmantošana***

Šajā uzdevumā jūs identificēsiet spēkus, kuri varētu palīdzēt klientam realizēt savas stratēģijas un plānus.

1. Ar citiem partneriem pārrunājiēt mērķi un realizācijas plānu. Iedomājieties, ka jūs patiešām (istajā dzīvē) mēģinātu realizēt plāna soļus.
2. Nosakiet dažus spēkus, kuri jums varētu palīdzēt sasniegt mērķi. Daži piemēri:
 - a) lepnums,
 - b) turēt solījumus sev,
 - c) izmēģināt kaut ko jaunu,
 - d) uzmundrinājums no ģimenes,
 - e) uzmundrinājums no draugiem,
 - f) patīkama sajūta,
 - g) naudas taupīšana,
 - h) momentānu izpriecu atlikšana.

Jūsu piemēri _____

Kādi sarakstā minētie atbalstošie spēki visvairāk palīdzēja? _____

18. uzdevums

Mana ģimene un es

Saistībai ar savas ģimenes vēsturi lielākajā daļā kultūru ir liela nozīme. Mazās grupās vajadzētu diskutēt par šādiem jautājumiem:

- Kādi nozīmīgi dzīves pārdzīvojumi ir skāruši jūsu paša ģimeni? Izstāstiet savas ģimenes vēsturi.
- Pastāstiet par izšķirošāko jūsu dzīves pārdzīvojumu un to, kā tas ietekmēja jūs un jūsu konsultanta profesiju. Vai pastāvēja jebkāda multikulturāla ietekme?
- Kā ģimene ir ietekmējusi jūsu tagadējo stāvokli?
- Literatūrā kā galvenās dzīves jomas tiek definētas mīlestība, mācīšanās, darbs un brīvais laiks. Kā šīs jomas atšķiras dažādās etniskajās grupās?
- Komentējiet jūsu kultūrspecifisko attīstību un to, kādā veidā attīstījās iespējamā iedomība attiecībā uz paša un citu uztveri.

19. uzdevums

Paša multikulturālais pasaules skatījums

Netiek apstrīdēts, ka Ziemeļamerikā baltādainie vīrieši, heteroseksuāļi un vidējās klases pārstāvji, izbauda varu un privilēģijas, kaut gan paši to nemaz neapzinās.

1. daļa

Diskutējiet par šādiem izteikumiem un izlemiet, vai jūs tos akceptējat kā „normālus”.

- a) Ja es pārvācos, tad es esmu pilnīgi drošs, ka es varētu irēt vai nopirkt dzīvokli vai māju tādā rajonā, kādā es gribētu.
- b) Ja maniem bērniem ir grūtības skolā, skolotāji vienmēr mani ir gatavi uz klausīt.
- c) Mani nekad neviens nav lūdzis runāt visu manas kulturālās grupas cilvēku vārdā.

- d) Maksājot ar kredītkarti, mana finansiālā uzticamība nekad netika apšaubīta manas ādas krāsas dēļ.
- e) Es varu atļauties to, ko es vēlos, un nevis vienīgi to, kas man ir nepieciešams tikai dzīvošanai.

2. daļa

Pašlaik tiek pieņemts, ka multikulturāli tendēti konsultanti paši sevi uztver kā kulturāli ietekmētus, ka viņiem ir zināšanas par etniskajām grupām un ka viņiem piemīt iemaņas darboties ar dažādu kultūru klientiem. Mazās grupās diskutējiet par šādiem jautājumiem:

- a) Vai jums ir aizspriedumi pret etniskajām minoritātēm? Vai jūs gaidāt, ka dažas kulturālās grupas uzrādīs zemāku izglītības līmeni?
- b) Vai jums ir vienāda nostāja pret homoseksuāļiem, sievietēm, minoritātēm, invalīdiem?
- c) Vai jūs savā konsultēšanas praksē esat sagatavojies kulturālajai dažādībai?
- d) Kādas zināšanas jums ir par etniskajām grupām jūsu zemē?
- e) Kādas konsultēšanas metodes ir vispiemērotākās konkrētām minoritāšu grupām?

4. Uz risinājumu orientētā konsultēšana

4.1. Modeļa veidošanās un esošais stāvoklis

Konsultēšanas attīstību ir ietekmējušas dažādas speciālās disciplīnas, vispirms jau psiholoģija, medicīna un filozofija. Vēlāk papildus attīstījās darba konsultācijas, testu lietošana un garīgās veselības aprūpe, kā rezultātā no šī apvienojuma izveidojās konsultēšana mūsdienu izpratnē. Kopš tā laika daudz darba ieguldīts cilvēka dabas skaidrošanā, diagnostikā un izprašanā, taču maz uzmanības pievērsts problēmu risināšanai. Daudzi klienti ir atzinuši, ka viņu problēmu plaša izskaidrošana vēl nebūt nenozīmē viņu stāvokļa ievērojamu uzlabošanos.

20. gadsimta 80. un 90. gados īsā konsultēšana, īpaši uz risinājumu orientētā īsā konsultēšana, apšaubīja daudzus agrāko teoriju un modeļu pieņēmumus. Tie akcentēja uzskatu, ka reālas izmaiņas ir iespējamās tikai tad, ja klients ir pilnībā izpratis savas problēmas patieso būtību. Ar iepriekš minēto cieši ir saistīts pieņēmums, ka simptomi norāda uz problēmu un katrai problēmai ir nopietns, draudīgs, neapzināts cēlonis. Šo pieņēmumu, iespējams, var izmantot medicīnā, taču ne konsultēšanā.

V. O'Hanlons un M. Veiners-Deiviss (*O'Hanlon & Weiner-Davis*, 1989, 26) pretstata uz risinājumu orientētos uzskatus un uz problēmu orientēto atziņu centrālos pieņēmumus.

1. Simptomi vienmēr ir dziļāk aplēpti cēloņi.
2. Izpratne ir priekšnoteikums izmaiņām vai simptomu novēršanai.
3. Simptomu vienkārša novēršana labākajā gadījumā nenes nekādu labumu vai arī tā ir virspusēja, bet sliktākajā gadījumā tā ir bīstama vai pat kaitīga.
4. Simptomiem ir būtiska funkcija.
5. Daudzi klienti pret izmaiņām izturas ambivalenti un maz ietekmējas no konsultēšanas.
6. Reālām izmaiņām ir nepieciešams laiks – īsā konsultēšana ir virspusēja, ar īslaicīgu iedarbību.
7. Galvenais uzdevums ir problēmu un trūkumu identificēšana un koriģēšana.

Uz risinājumu orientētā konsultēšana piedāvā jaunus garīgus impulsus konsultēšanā, jo šis modelis fokusējas drīzāk uz klientu potenciālu, nevis vājajām pusēm un ierobežojumiem. Lai uzskatāmāk paskaidrotu konsultatīvo pieeju, piedāvājam īsu piemēru. 1984. gadā Čikāgas beisbola

komandas „Cubs” menedžeris Dž. Frejs redzēja, kā komandā spēlējošā beisbola zvaigzne skatās video par viņa dalību spēlē. Spēlētājs tobrīd bija sliktā sportiskā kondīcijā, pēdējās trijās nedēļās notikušajās spēlēs viņš bumbu bija sitis tikai autā un tagad vēlējās izanalizēt savas kļūdas. Tad Frejs atlasīja vairākus veiksmīgāko spēļu videoierakstus un aicināja spēlētāju savu sitienu uzlabot, orientējoties pēc viņa agrākajiem panākumiem.

4.1.1. Ietekmes un attīstība

Vēlāk par ģimenes terapeitu kļuvušais Miltons Eriksons (*Milton Erickson*) tiek uzskatīts par vienu no pionieriem teorijai, kas orientēta uz risinājumu. Viņa darbs konsultēšanā deva neskaitāmus impulsus uz risinājumu orientētajai konsultēšanai.

Viens no Eriksona atziņas stūrakmeņiem bija klientu tipisko uzvedības modeļu un pieredzes ievērošana. Viņš ne tikai akceptēja to, kā viņi sevi reprezentēja, bet arī aktīvi tos iesaistīja savā terapijas programmā. Respektīvi, viņš caur klientu valodu, interesēm, nostāju, uzvedību, simptomiem un pretestībām integrēja viņus problēmu risināšanā (O’Hanlons, 1987, 24).

Daži raksturīgi piemēri uz risinājumu orientētās konsultēšanas atainošanai:

1. piemērs:

Klienta interešu un motivāciju konsultatīvā iesaistīšana

Kādam veselības iemeslu dēļ priekšlaicīgi pensijā aizgājušam policistam vairs nebija vēlēšanās iziet no mājām. Viņš ēda maz, dzēra un smēķēja. Eriksons viņam ieteica vienmēr iegādāties tikai vienu paciņu cigarešu, turklāt to darīt, dodoties uz pilsētas otru galu. Bez tam pārtikas produktus viņš drīkstēja pirkt tikai veikalos, kuri atradās vismaz kilometra attālumā no mājām, un vienmēr – tikai vienai ēdienreizei. Tas pats attiecās arī uz alkohola lietošanu; viss bija atļauts, ja vien klients katru reizi izvēlējās restorānu vismaz kilometra attālumā no mājām. Tādējādi izdevās savienot klienta uzvedības modeļus, sasaistot viņa intereses ar mērķi atkal iziet cilvēkos (*Rosen, 1982, 149*).

2. piemērs:

Uzvedības modeļu izmaiņšana

Kāds vīrietis gados, kura sieva bija mirusi, sirga ar patoloģisku bezmiegu. Kaut arī viņš gulēja gultā 14 līdz 15 stundas, dziļā miegā viņš pavadīja vidēji tikai divas stundas, pārējo laiku grozoties no vieniem sāniem uz otriem. Eriksons noskaidroja, ka vīrietim ļoti nepatīk koka grīdas

ievaskošanu savā mājā, jo tas jādara ar rokām, turklāt viņš nevar izturēt vaska smaku. Eriksons vienojās ar klientu, ka naktīs, kad viņš nevar aizmigt, viņš ķersies pie ievaskošanas. Rezultātā klienta stāvoklis uzlabojās jau pēc divām naktīm (*Haley, 1985, 1. sēj., 54*).

Uz risinājumu orientētie konsultanti, tāpat kā savulaik Eriksons, ir pārliecināti, ka upi daudz vienkāršāk ir novadīt pa citu ceļu, nekā pilnībā aizdambēt. Tādējādi viņi savas intervences koncentrē uz klientu uzvedības modeļiem, kā arī uz viņu uzvedības un pieredzes „novadīšanu” jaunā gultnē.

Taču uz risinājumu orientēto īso konsultēšanu ir ietekmējuši arī citi. Te minami Bandlera un Grindera (*Bandler & Grinder, 1979*) darbi par neirolingvālo programmēšanu un precīzu mērķu izstrādi, izmantojot uz rezultātu orientētas tehnikas (sal. *Bandler, Grinders, 1997, 12. izd.*). Heilija darbi (1976) izcēla „problēmas apspriešanas” ar klientu nozīmi.

Moderno uz risinājumu orientēto īso konsultēšanu papildus ietekmēja arī sociālais konstruktīvisms, kura uzmanības centrā ir jēgas piešķiršana cilvēka pieredzei. Tā kā šo jēgas piešķiršanu katrs indivīds attīsta saiknē ar citiem cilvēkiem, uz risinājumu orientētā konsultanta uzdevums ir ne tik daudz nodarboties ar problēmu definēšanu, bet gan daudz svarīgāk ir veidot šo korporatīvo procesu, iesaistot klienta potenciālus un atbildību (*Cade, O'Hanlon, 1993; de Jong, Berg, 1998; de Shazer, 1992, 1994, 1997, 6. izd.*).

Jāpiemin, ka arī naratīvās terapijas koncepts, kurš pēc M. Vaita (*White*) un R. Epstona (*Epston*) (1990) neatkarīgi izstrādāts Austrālijā un Jaunzēlandē, uzmanības centrā izvirza risinājuma patstāvīgas meklēšanas veicināšanu, koncentrējoties uz klienta resursiem. Naratīvajā terapijā konsultants klientam palīdz stāstījuma veidā atspoguļot uz problēmām attiecinātu savas dzīves apcerējumu un pēc tam izveidot alternatīvus stāstījumus. Naratīvā konsultēšana ir ietekmējusi dažādus uz risinājumu orientētos konsultantus, piemēram, M. Durantu (*Durant, 1995*), B. Hārtu (*Hart, 1995*), L. Metkalfu (*Metcalf, 1995*) un Dž. Mērfiju (*Murphy, 1997*).

Taču uz risinājumu orientēto konsultēšanu visnozīmīgāk ir ietekmējis ASV Psihiskās pētniecības institūts (*Mental Research Institute*, turpmāk tekstā – MRI), kuru 1958. gadā dibināja Dons Džeksons (*Don Jackson*). 1966. gadā šis institūts sāka projektu par īso konsultēšanu. Projekta vadītājs Ričards Fišs (*Richard Fisch*) mēģināja risināt klientu problēmas, sašaurinot terapijas fokusu un palīdzot izmainīt ar problēmām saistīto specifisko uzvedību (*Fisch, Weakland, Segal, 1982*). Turklāt uzsvars tika likts

uz konstatētās problēmas terapiju, mazāk attīstot klienta ieskatīšanos sevī. Problēmas pēc to būtības tika uzskatītas kā interakcionālas, kā tādas, kuras nosaka starppersonu attiecību sarežģījumi, mazāk to izcelsmi saistot ar cilvēka iekšējo pasauli.

MRI konsultantu darbība bija vērsta uz šādu trīs mērķu sasniegšanu (Segals, 1991):

1. Līdzekļu un metožu izstrādāšana ātrai un efektīvai klienta sūdzību remdēšanai.
2. Konsultēšanas pārveidošana no smalkas meistarības par tālāk nododamu arodu.
3. Cilvēka sistēmu izmaiņu izpēte.

MRI konsultanti un terapeiti izvirzīja hipotēzi, ka problēmas ir rezultāts nepareizai pieejai ikdienas notikumiem un tās saglabājas dažādo to risināšanas mēģinājumu dēļ. Konsultanta uzdevums galvenokārt būtu pārdomātu darbību veikšana to klienta uzvedības modeļu izmainīšanai, kuri ir neefektīvi mijiedarbībā ar citiem.

E. Ametea (*Ametea*, 1989) un L. Segals (*Segal*, 1991) konsultēšanas procesu MRI ataino ar šādiem jautājumiem:

1. Kādas ir sūdzības?
2. Ko klients līdz šim ir darījis, lai tās novērstu?
3. Kāds ir klienta mērķis?
4. Kāda ir klienta attieksme pret savām sūdzībām un terapiju?

Kad šie jautājumi ir atbildēti, konsultantam jāpārtrauc līdzšinējie problēmu risināšanas mēģinājumi un jāsniedz klientam jaunas perspektīvas.

Konsultantam jāsniedz konkrētas atbildes uz šādiem jautājumiem:

1. Kāds būs jaunais problēmu risināšanas mēģinājums?
2. Kas, izmantojot šo problēmu risināšanas mēģinājumu, notiks diametrāli pretēja pavērsiena gadījumā?
3. Kādas specifiskas rīcības rezultātā rodas izmaiņas?
4. Kā konsultantam klientu iepazīstināt šo jauno rīcību?
5. Kā pēc klienta uzvedības noteikt, ka intervence ir bijusi sekmīga?

Izmantojot MRI metodi, konsultants vispirms izpēta problēmas būtību un pēc tam konstatē, kādā veidā klients jau ir mēģinājis problēmu risināt. MRI konsultanti domā, ka veids, kādā klienti definē savas problēmas un kā to gadījumā rikojas, bieži vien veicina to papildu pāldzināšanu. Tāpēc konsultatīvie centieni tiek vērsti uz inovatīviem problēmu risināšanas

mēģinājumiem, izmantojot pārdomātas norādes klientam, lai viņš savu problēmu aplūkotu no dažādām pusēm.

Stīvs de Šeizers un Insu Kima Berga (*Insoo Kim Berg*) septiņdesmito gadu beigās Milvokos, Viskonsinā, ASV kopīgi nodibināja Īslaicīgās terapijas ģimenes centru (*Brief Family Therapy Center*, turpmāk tekstā – BFTC). De Šeizers (1985) pārtrauca darbu MRI, kur pētniecības galvenais uzsvars tika likts uz problēmu turpināšanās iemesliem. Tādējādi viņš varēja pievērsties klientu pozitīvas tālākās attīstības veicināšanai un risinājumu meklējumiem. Savas perspektīvas maiņas raksturošanai viņš reiz izmantoja salīdzinājumu ar mūķizeri: „Konsultantam nav jāzina daudz par problēmu, bet daudz vairāk jāzina par risinājumu ceļiem. Galvenā nozīme ir atslēgai durvju atvēršanai, mazāk svarīga ir izpratne par to, kā darbojas slēdzene. Vislabāk var palīdzēt tas konsultants, kuram ir mūķizeris maksimāli daudzām dažādām durvīm.”

Uz risinājumu orientētie konsultanti bieži vien pirmajās konsultēšanas sarunās sekmīgi izmanto šādu uzdevumu:

Klients laikā starp pirmo un otro vizīti tiek lūgts atcerēties kādu piedzivojumu, kuru viņš vēlētos piedzīvot vēlreiz. Šim uzdevumam klients ir jānoskaņo uz pozitīvām lietām viņa eksistencē un jāmodina gaidas uz atbilstošām izmaiņām šajā virzienā. Pozitīvu nākotnes izmaiņu vīzija ir uz risinājumu orientētās konsultēšanas centrālais aspekts. Tieši ilgstoši bez darba palikušiem cilvēkiem vai nesekmīgiem skolēniem bieži vien pietrūkst pozitīvu nākotnes cerību ar rīcības iespējām.

1990. gadā kongresā par psihoterapijas attīstību galvenais referents Viktors Frankls (*Frankl*) 7000 klausītājiem nolasīja referātu par pārdzīvoto nacistu koncentrācijas nometnē Polijā. Viņš vairākas reizes bija jutis nāves tuvumu, piemēram, tad, kad Polijā kādā ziemas dienā viņam bija jāmaršē kopā ar citiem ieslodzītajiem. Viņi bija ģērbusies tikai plānā apģērbā, bez zeķēm un cauriem apaviem kājās. Frankls nepietiekamā uztura un mocību rezultātā bija pavisam novārdzis, un viņu pārņēma tāda klepus lēkme, ka viņš saļīma. Pat sargu sitieni nespēja viņu piecelt, kaut arī viņš apzinājās, ka tas var nozīmēt nāvi. Guļot uz zemes, viņš pēkšņi vairs nejūtās, ka atrastos Polijā sniegotā laukā. Tā vietā viņš iztēlojās sevi pēckara Vīnē divsimt studentu priekšā, kuri uzmanīgi klausās viņu lasām lekciju par tēmu „Nāves nometnes psiholoģija”. Šo lekciju viņš bija izstrādājis sava ieslodzījuma laikā, tajā bija runa par dehumanizācijas psiholoģiskajiem faktoriem. Viņš skaidroja, kāpēc, pēc viņa domām, daži cilvēki ar šo pieredzi fiziski un emocionāli tika galā labāk nekā citi. Kad Frankls savai imaginārajai auditorijai pēc tam stāstīja, ka viņam vairs nav bijis

spēka piecelties un iet tālāk, patiesībā viņš tomēr bija piecēlies un turpinājis maršēt. Viņa ķermenis iztaisnojās, sargs pārstāja sist, un viņš varēja turpināt iet, sākumā gan lēnām, bet tad arvien ātrāk. Frankls turpināja savu imagināro lekciju visu darba laiku, soļojot atpakaļ uz koncentrācijas noietni. Tikai barakā viņš sabruka uz lāvas, vēl joprojām gara acīm redzot izcilo lekciju un neapsīkstošās ovācijas pēc tās. Gandrīz piecdesmit gadus vēlāk un tūkstošiem kilometru tālu no šīs vietas, Kalifornijā, Frankls par savu referātu saņēma 7000 klausītāju vētrainus aplausus. Tā Frankls atbrīvojās no savas „problēmas”, veidojot nākotnes vīziju.

Uz risinājumu orientētie konsultanti apzinās, ka viņi pārveido klientu problēmas par kaut ko, kas vieglāk pakļaujas terapijai (O'Hanlons un Veiners-Deiviss, 1989). Psihoanalītiskās konsultācijās klientiem, piemēram, pēc pirmās sarunas kā problēmas centrālais aspekts var palikt neatrisināti bērnības jautājumi. Biheivioristiski orientētā konsultācijā klienti saņem uzvedības problēmas definīciju un uzdevumu mainīt noteiktu uzvedību.

Klients un konsultants problēmas definē kopīgi, un tās atkarībā no konsultēšanas teorijas atklājas ļoti dažādi. Tāpēc uz risinājumu orientētie konsultanti uzskata, ka kaut kas tāds kā „problēma” konsultēšanā neeksistē, bet runa ir vairāk par lielu skaitu klienta situācijas traktēšanas veidu.

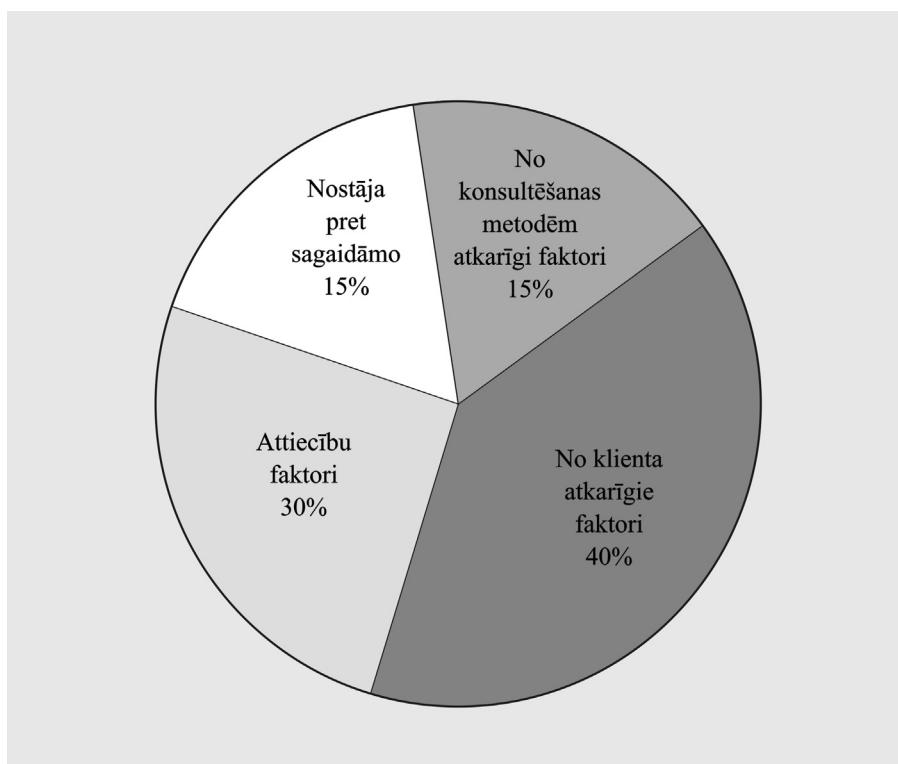
Kāds klients sūdzējās par pastāvīgu depresiju. Pēc sīkākas izjautāšanas atklājās, ka šāds noskaņojums viņam ir tikai nedēļas nogalēs. Pēc atbildēm uz specifiskiem jautājumiem atklājās, ka lielākās sūdzības gandrīz vienmēr radās tikai svētdienas pēcpusdienās, bet, strādājot vai esot kopā ar draugiem, tām gandrīz neatlika laika. Pateicoties šim jaunajam secinājumam par problēmas smagumu un ilgumu, kļūst skaidrāks un sasniedzamāks mērķis – alternatīvu rīcības plānu izveidošana svētdienas pēcpusdienām.

20. gadsimta 60. gadu sākumā Abrahams Maslovs (*Maslow*) nonāca pie secinājuma, ka psiholoģija un konsultēšana attīstās nepareizajā virzienā. Lielākā daļa psiholoģisko pētījumu kalpoja tam, lai saprastu emocionālās, psihiskās un uz uzvedību attiecināmās klīniskās ainas. Tā vietā, pēc Maslova domām, galvenais uzsvars bija jāliek uz labāko un veselāko cilvēku studijām, lai vairāk uzzinātu par šo cilvēka dzīvi. Šis uz risinājumiem un stiprajām pusēm mainītais traktēšanas veids jau ir daudz mainījis konsultēšanas praktiskajā darbā.

4.1.2. Pētījumu rezultāti

Pētījumu rezultāti apstiprina uz rīcību orientēto konsultēšanu ar tās orientāciju uz risinājumu un klientu potenciālu pilnīgu iesaistīšanu kā

pareizu. Zemāk redzamā M. Lamberta (*Lambert*) (1992) izstrādātā diagramma apkopo trīs gadu desmitu laikā veiktos pētījumus par to, kas cilvēkiem konsultēšanā palīdz (9. att.).



9. att. Konsultēšanas panākumu faktori

No klienta atkarīgie faktori

Konsultēšanas panākumus visvairāk ietekmē (40 %) klienta spējas, stiprās puses, nostāja un pozitīvais sociālais fons.

Attiecību faktori

Kā norādījis Karls Rodžers un citi „attiecību teorētiķi”, empātijai, emocionālajam siltumam, konsultanta uzmanībai un akceptējošai nostājai ir liela nozīme, lai konsultēšanai būtu panākumi.

Nostāja pret sagaidāmo

Kā liecina Lamberta pētījumu rezultāti, cerības un gaidas attiecībā uz pozitīvām izmaiņām veido 15 % no konsultēšanas panākumiem.

No metodēm atkarīgi faktori

Arī konsultanta teorētiskā orientācija un konsultēšanas tehnikas veido aptuveni 15 % no konsultēšanas panākumiem.

Lai arī konsultēšanas teoriju, modeļu un metožu skaits pēdējo trīsdesmit gadu laikā ir ievērojami pieaudzis, efektivitātes pētījumi neliecina, ka kāda no atziņām vai tehniku kombinācijām būtu vispārīgi labāka par citām. Rādās, ka klientiem daudz vairāk izmaiņu rada līdzīgi modeļi, kamēr metodes specifika to spēj tikai par 15 %.

Uz risinājumu orientēto konsultēšanu ievērojami ietekmē fakts, ka lielākā nozīme pie izmaiņām ir klienta potenciālam un attiecību līmenim konsultēšanā (*Lambert, 1992; Garfield, 1994*). Tāpēc uz risinājumu orientētie konsultanti problēmu risināšanā veicina klienta paša iemaņu, motivācijas un nostājas izmantošanu. Pētījumi (*Howard, Kopta, Krause, Orlinsky, 1996; Lawson, 1994*) par pozitīvām izmaiņām pirms intervences parāda, ka vēlamais klienta progress notiek pirms pašas konsultēšanas. Tas konsultantiem būtu jāuztver kā pamudinājums klientus uzskatīt par pilnībā spējīgiem tikt pašiem galā ar savām problemātiskajām situācijām un stimulēt viņus uz lielāku pašaktivitāti.

Par attiecību līmeņa faktoriem K. Patersons (*Patterson, 1984*) konstatēja, ka pastāv pārlicinoši pierādījumi tam, cik svarīga konsultēšanas panākumiem ir uzmanība, sirsnība un patiesums uzvedībā. Šie faktori veicina lielāku klienta atdevi konsultēšanā. D. Orlinskis, K. Greivs (*Grawe*) un B. Parkss (*Parks*) (1994) izvērtēja vairāk nekā 1000 pētījumu un secināja, ka klienta iesaistīšanās pakāpe (kvalitāte) konsultēšanas procesā ievērojami ietekmē rezultātus. Uz risinājumu orientētie konsultanti rīkojas atbilstoši šiem rezultātiem.

Arī gaidas neapšaubāmi ietekmē konsultēšanas panākumus. Šie faktori ietver gan klientu cerības attiecībā uz konsultēšanu, gan arī konsultanta ticamības uztveri. Cerību un gaidu spēks ir pierādīts daudzos pētījumos: K. Snaiders (*Snyder*), L. Irvings (*Irving*), Dž. Andersons (*Anderson*), 1991; Dž. Franks (*Frank*), 1991). Tieši arodkonsultanti un izglītības konsultanti var pastiprināt savu klientu cerības, vērsot skatienu nākotnē uz reālām uzlabošanās iespējām, turklāt akcentējot ticību klientu potenciālam.

Arī L. Boitlers (*Beutler, 1994*), izvērtējot pētījumus, nonāca pie līdzīgiem rezultātiem kā M. Lamberts (1992). Saskaņā ar tiem 75 % progresa bija konsultēšanas kontekstuālo mainīgo lielumu (vide, apstākļu sagādīšanās, biežums, ilgums), konsultanta sniegtā atbalsta apjoma, kā arī klienta iekšējo un ārējo resursu rezultāts. Konsultēšanas modeļu vai tehniku nopelns veido tikai 10 % izmaiņu.

Pētījumu rezultāti atbalsta arī citus uz risinājumu orientētās konsultēšanas svarīgākos elementus. Kulturālie aspekti ir svarīgi visur, bet īpaši – darba konsultācijās. Uz risinājumu orientētās konsultēšanas kooperatīvā būtība (pretstatā drīzāk nosakošajām atziņām) stiprina patstāvības un līdztiesības sajūtu, konsultējot klientus no etnisko minoritāšu vidus. Ridlijs (*Ridley*, 1995, 82) uzsver, ka klienti jāsaprot, balstoties uz viņu kulturālās references robežām, un ka viņi ir uzskatāmi par ekspertiem pašiem sev, kuri var izvirzīt sev piemērotus mērķus.

Nākamais svarīgais konsultēšanas faktors ir konsultēšanas ilgums. Pētījumi liecina, ka īstermiņa konsultēšana (kā uz risinājumu orientētā konsultēšana) ir tikpat iedarbīga kā ilgtermiņa konsultēšana (*Orlinsky, Howard*, 1986; *Budman, Gurman*, 1988; *Koss, Shiang*, 1994). Saskaņā ar Talmona (*Talmon*, 1990) secinājumiem, 88 % klientu pēc vienreizējas konsultācijas sekojošajās pārbaudēs pēc trim un divpadsmit mēnešiem ziņoja par uzlabošanas attiecībā uz savām problēmām.

Mācību un darba konsultēšanas praksei ir nepieciešamas metodes, kuras būtu vienkārši ieviešamas un lietojamas un kurām atvēlētais laiks tiktu izmantots efektīvi. Uz risinājumu orientētā konsultēšana atbilst šīm prasībām, vēl jo vairāk, ja balstās uz optimistisko priekšstatu, ka arī ļoti īsu konsultēšanas sarunu rezultāts var būt būtiska uzlabošanās.

4.1.3. Modeļa stiprās un vājās puses

Pētījumi liecina par labu uz rīcību orientētajai konsultēšanai un klienta potenciālu plašai izmantošanai. No iepriekš atainotā var secināt, ka īstermiņa konsultēšana ir tikpat efektīva kā ilgtermiņa konsultēšana. Turklāt laika ierobežojums klientam var arī signalizēt, ka viņam uzticas, ļaujot lietu līdz zināmai pakāpei risināt viņam pašam.

Šajā modelī konsultants rīkojas ļoti aktīvi un uzdod daudz jautājumu. Šī aktivitāte parāda gan interesi, gan iesaistīšanos. Ja kāds saka: „Es nezinu, ko iesākt ar savu dzīvi, es jūtos pilnīgi izsmelts,” konsultantam ir dažādi rīcības varianti. Viens no tiem ir klusēt un dot klientam iespēju vairāk runāt par savu acīmredzami bezcerīgo situāciju. Taču var arī uzdot jautājumus, piemēram:

- „Es labprāt gribētu uzzināt par to kaut ko vairāk. Kādi ir simptomi, un cik ilgi jums jau ir šī sajūta?” (Apstiprinājums, ka runa ir par nopietnu problēmu.)
- „Kas jums liek domāt, ka jūs vairs neko nevarat iesākt ar savu dzīvi?” (Zināmas nenoteiktības ieviešana problemātiskajā situācijā.)

- „Kas ir citādāk nekā tajās dienās, kad jūs ar savu dzīvi esat apmierināts?” (Mājiens, ka ir periodi, kuros šīs problēmas nav.)

Cits iemesls uz risinājumu orientētās konsultēšanas pieaugošajai popularitātei, iespējams, ir meklējams laika garā. Ziemeļamerikā īstermiņa konsultēšana ātri vien kļuva par izvēlēto metodi visā privātās konsultēšanas prakses nozarē. Darba devēji piedāvā saviem darbiniekiem konsultēšanas pakalpojumus, bet ir gatavi maksāt tikai par ierobežotu sarunu skaitu. Taču arī klienti vēlas īstermiņa konsultēšanu un sagaida strukturētu, koncentrētu un problēmas atrisinošu pieeju. No arodkonsultantiem, karjeras konsultantiem un mācību konsultantiem tiek sagaidīts, ka katru dienu viņi apkalpos ievērojamu skaitu klientu. Arī tas ir iemesls lietot modeļus ar laika ierobežojumu, ko piedāvā uz risinājumu orientētā konsultēšana.

Uz risinājumu orientētie konsultanti bieži lieto *refreiminga* (robežu izmaiņš) vai jaunas realitātes atainošanas tehnikas (sal. Bandlers, Grinders, 1997, 167). Elliss (1996) refrimingu apraksta kā kritisku sarunu par iracionāliem pieņēmumiem, kurus mēs izveidojam par mūs uztraucošiem notikumiem. Bet, ļaujot realitātei parādīties citā gaismā, mēs mainām subjektīvo uztveri un uzvedību. Par piemēru refriminga spējai var kalpot klasiskais stāsts par Tomu Sojeru. Katru sestdienu, kad Toma Sojera draugi driktēja laukā rotaļāties, viņam par sodu bija jākrāso žogs. Toms saviem draugiem šo sodu pasniedza kā iespēju, kura nebija dota katram zēnam. Viņš par maksu nodeva tālāk privilēģiju, kas ļāva krāsot žogu.

Uz risinājumu orientētie konsultanti ir devuši arī nozīmīgu ieguldījumu jautājumā par klientu pretestībām. BFTC ir pārliecināti, ka nav tādu klientu pretestību, ka viņi ir atvērti izmaiņām. Klienti konsultantiem piedāvā dažādus kooperācijas ceļus, un konsultantam no tā ir jānācās un jāizvēlas piemērots sadarbības veids.

Uz risinājumu orientētā konsultēšana ir paplašinājusi konsultantu rīcības iespējas, piedāvājot vairākas noderīgas intervences tehnikas. Pie tām pieder bieži lietotās metodes: „Brīnuma jautājums”, „Eksperta uzvarēšana”, „Paradoksālā recepte” un „Nejaušais uzdevums”, kuras tiks aprakstītas abās nākamajās nodaļās.

Uz risinājumu orientētajiem konsultantiem, iespējams, ir taisnība, ka ilgtermiņa konsultēšanā pārāk daudz laika tiek tērēts paplašinātajai sajūtu refleksijai un problēmu uzklaušīšanai. Tā vietā uz risinājumu orientētā konsultēšana māca koncentrēties uz urdošo jautājumu atrisināšanu, lai panāktu klienta lielāku iesaistīšanos un plašāku kreatīvo tehniku lietošanu.

Taču kritiķi ir arī norādījuši uz vairākiem iespējamiem trūkumiem. Tā, piemēram, nav nekādas saiknes (vai tā ir ļoti neliela) ar kādu teoriju vai vismaz uzskatu par vispārīgi atzītām cilvēka vajadzībām. Simptomi pārāk bieži tiek uzskatīti par kaut ko no klienta nodalītu. Kā vēsta kāds ne pārāk glaimojošs izteiciens, vienīgais īsais īsajā konsultēšanā esot konsultanta kvalificēšanās laiks. Taču lielākā daļa konsultantu ir tradicionāli studējuši ilgtermiņa metodes – tikai šāds fons ļauj praksē atbilstoši lietot īstermiņa konsultēšanu.

„Konsultants zina vislabāk,” tāds ir slēptais vēstījums, kad uz risinājumu orientētais konsultants nosaka vadlīnijas. Lai arī konsultanti vairākkārt ir uzsvēruši klienta potenciālu iesaistīšanas nozīmi, attiecību līmenī nav līdzsvara, kas var novest pie tā, ka klients neiegulda pietiekami daudz savu novērtējumu un spēju. Šādos gadījumos konsultantiem būtu jāatceras šis īsais stāsts.

Reiz dzīvoja vīrs, kurš vecākiem pasniedza mācību par to, kā būt labiem vecākiem. Viņš to sauca par ”Desmit baušļiem vecākiem”. Mātes un tēvi, kas nebija pārliecināti par savām audzināšanas spējām, nāca pie viņa no malu malām. Vīram pašam tajā laikā nebija savas ģimenes. Taču tad kādu dienu viņš apprecējās, un viņiem piedzima bērns. Pēc neilga laika viņš pārdēvēja savu mācību par ”Pieciem priekšlikumiem vecākiem”. Kad viņam jau bija divi bērni, viņš vēlreiz mainīja mācības nosaukumu – šoreiz uz ”Trim pagaidu norādēm vecākiem”. Bet pēc sava trešā bērna nākšanas pasaulē viņš pārtrauca vecāku skološanu (O’Hanlons un Veiners-Deiviss, 1989, 9).

Šis stāsts atgādina, ka nevienam nav galīgu atbilžu vai risinājumu visām cilvēka problēmām.

Elliss (1996, 129) norāda uz plašākām robežām uz risinājumu orientētajā konsultēšanā.

1. Daudzi klienti nevar precīzi pateikt, kā viņi savas problēmas ir atrisinājuši iepriekš.
2. Aktuālās depresijas, bailes vai agresijas klientus bieži vien kavē pārnest agrākos (pozitīvos) risinājumus, arī pat tad, ja viņi tos atceras.
3. Agrākie risinājumi ir labāki nekā nekas, bet esošajai situācijai tie ne vienmēr var būt pilnībā piemēroti.
4. Agrākie risinājumi funkcionē attiecībā uz laiku, bet tiem ne vienmēr ir ilgtermiņa iedarbība.
5. Ātri, uz risinājumu attiecināmi pasākumi klientus var kavēt rast labākus ilgtermiņa risinājumus. Piemēram, kāds, kuram ir liftu fo-

bija, tādēļ vienmēr irē dzīvokli tikai 1. stāvā, bet nemēģina no savas fobijas atbrīvoties.

Daudzās nozarēs pastāv vajadzība pēc vairāk nekā ātras terapijas un problēmu izraisošo spēku saskatīšanas. Uz risinājumu orientētā atziņa var būt ļoti tehniski orientēta, īpaši tad, ja konsultanti konsultēšanu uztver kā remontdarbu veikšanu. Šādā gadījumā cilvēks tiek uztverts kā mašīna, kurai visu var veikt objektīvi un redzami. Tē pietrūkst cilvēka unikalitātes atzīšanas un novērtēšanas. Ja konsultants nepietiekami novērtē katra klienta individualitāti, konsultēšanā zūd daļa cilvēcīguma.

Vēl kāds šī modeļa ierobežojums īpaši attiecas uz mācību un darba konsultēšanu. Uz risinājumu orientētā īsā konsultēšana, iespējams, var pastiprināt starp jauniem cilvēkiem izplatītu fenomenu, kuru var dēvēt par „priekšlaicīgu noslēgšanos”. Ja spiediens izdarīt aroda izvēli kļūst pārāk liels, pastāv risks, ka neizlēmība pārvēršas sasteigtā un priekšlaicīgā izvēlē, kuras rezultātā jaunieši noslēdzas pret iespējamo turpmāko informāciju.

Uz risinājumu orientētā konsultēšana pārāk maz attiecas uz procesu orientēto darba izvēles lēmumu raksturu, kā arī uz diferencētas informācijas ieguves un novērtēšanas nozīmi. Daži konsultanti klienta neizlēmības gadījumā pat kļūdainu vai nepareizu reakciju uzskata par labāku nekā, ja klients atbildētu: „Es vēl neesmu pārliecināts par to, ko man darīt, man vēl sīkāk jāpārbauda dažas alternatīvas,” vai „Es vēl nevēlos izdarīt galīgo izvēli.”

Uz risinājumu orientētās (īsās) konsultēšanas aktualitāti uzsver arī divas vāciski izdotās publikācijas: U. Volters, „Uz risinājumu orientētā īsā konsultēšana” (*Wolter, Lösungsorientierte Kurzberatung*, 2006, 3. Aufl.) un G. G. Bambergers, „Uz risinājumu orientētā konsultēšana” (*Bamberger, Lösungsorientierte Beratung*, 2005, 3. Aufl.). Abos darbos ietverti tipisku gadījumu piemēri un uzdevumi, veidojot labu papildinājumu mūsu izteikumiem un paverot jaunus prakses laukus.

4.2. Uz risinājumu orientētās konsultēšanas modelis

Kad es koncentrējos uz problēmu, tā kļūst lielāka; kad es koncentrējos uz risinājumu, tas kļūst iedarbīgāks.
(Anonīmie alkoholiķi)

Uz risinājumu orientētā konsultēšana ir nākotnes metodika. Tā piedāvā tiešu atbalstu un ātru konsultatīvo stāvokļa noteikšanu. Un tieši laikā, kad arvien vairāk pieaug pieprasījums pēc konsultēšanas un ilgāku laiku patērējošiem modeļiem ir ierobežotas iespējas, tiek prasītas saīsinātas, koncentrētas palīdzības metodes: Karlsons un Sperijs (*Carlson & Sperry*, 2000); Tompsons un Rudolfs (*Thompson & Rudolph*, 2000, 137). Tagad uz risinājumu orientētā domāšana parādās arī citās nozarēs, piemēram, medicīnā (sal. Bambergers, 2005, 30).

Par konsultēšanu, kas orientēta uz risinājumu, reiz tika teikts, ka tā esot „uz personu centrēts sautējums, kurš drošības dēļ bagātināts ar šķipsniņu kognitīvā biheiviorisma” (*James & Gilliland*, 2003, 309). Taču tā pieskaitāma nedaudzajām teorijām, kuras vairāk raugās nākotnē nekā pagātnē vai tagadnē. Konsultēšanas galvenais uzdevums ir padarīt klientu spējīgu uztvert savu problēmu jaunā veidā, balstoties uz esošajām iespējām.

Darba, karjeras un izglītības konsultēšanas praksē konsultantam parasti nav pietiekami daudz laika ilgstošai, pamatīgai konsultēšanai, izmantojot atbilstošus palīglīdzekļus. Uz risinājumu orientētā konsultēšana kā unikāla metode klientiem piedāvā iespēju atrisināt problēmas relatīvi īsā laikā. Izmantojot to, skolēni, studenti, darbu meklējošie, ar savu darbu nepmierinātie cilvēki un citas mērķa grupas tiek iedrošināti izmantot savas stiprās puses un potenciālus. Šī fokusēšanās uz stiprajām pusēm un paša iespēju izmantošanu ir uz risinājumu orientētās konsultēšanas atslēga.

Konsultantam ir jāizstāro pārliecība, ka klients to var paveikt labāk. Jau kopš R. Rozentāla (*Rosenthal*, 1966) darbiem par to, kā eksperimenta vadītāja nostāja pret sagaidāmo ietekmē eksperimenta iznākumu, ir zināms, ka konsultanta pozitīvās vai negatīvās noslieces ietekmē konsultēšanas rezultātus. Tāpēc uz risinājumu orientētie konsultanti koncentrē savas pozitīvās gaidas uz klientu stiprajām pusēm un rīcības iespējām.

Taču šai konsultēšanas formai vēl ir arī vairāki citi priekšnoteikumi (sal. *Ertelt, Schulz*, 1997, 182).

4.2.1. Galvenie pieņēmumi

1. *Izmaiņas bez padziļinātas ieskatīšanās sevī*

Bieži vien pārāk daudz laika tiek patērēts, lai veicinātu ieskatīšanos sevī, un nepietiekami daudz laika – mācībām, kā veikt svarīgas izmaiņas. Zināšanas par noteiktiem simptomiem var izmantot kā attaisnojumu „ne-rīcībai”. Tātad uzlabošanās var notikt arī bez padziļinātas ieskatīšanās sevī.

2. *Uz klientu orientētu mērķu izvirzīšana motivē labāk*

Konsultantiem, izvirzot mērķus un uzņemoties ekspertu lomu, jāreķinās ar smagu nastu. Viņi tikpat kā nevar paļauties uz to, ka varēs piedāvāt drošus risinājumus visām situācijām, kurām klients jūtas pakļauts. Taču, ja klienti paši izvirza mērķus, piemēram, attiecībā uz jautājumu „kam būtu jābūt citādi”, un laiks tiek izmantots, lai pārrunātu iespējamās ceļus, klienti drīzāk apzinās savas pašaktivitātes spējas.

3. *Problēmas analīzes ierobežošana*

Par problēmu nav nepieciešams zināt visu, lai varētu palīdzēt. Dažiem klientiem ir vieglāk vērsties pie konsultanta, ja viņi zina, ka savas problēmas nebūs jāizklāsta pārāk detalizēti. Ja konsultēšanā tiek runāts par problēmu, šis aspekts paplašinās; ja vairāk tiek runāts par risinājumiem, tie kļūst iespējamāki.

4. *Problēmas ir kaut kas pats par sevi saprotams*

Ja konsultanti apskata problēmu izņēmumus, problēmas atklājas kā drīzāk normālas un vieglāk atrisināmas. Piemēram, ja pie konsultanta tiek aizsūtīts skolēns ar diagnozi „hiperaktīvs”, šis fenomens šķiet mazāk neparasts, ja tiek teikts, ka skolēnam ir pārāk daudz enerģijas. Tādā gadījumā konsultēšanas sarunu var koncentrēt uz periodiem, kuros skolēns ir uzvedies kontrolēti.

Ja, piemēram, kāds jauniešs atsevišķos gadījumos tikpat kā nevar savaldīt savas dusmas pret skolotāju, konsultantam jāatrod līdzīgas situācijas, kurās jauniešs ir palicis mierīgs, kaut arī būtu bijis jārāisās dusmām. Konsultants varētu viņam likt to pārdomāt, uzdodot jautājumu: „Kā jums izdevās sevi savaldīt tajā situācijā?” Tā nolūks ir panākt, lai jauniešs aizdomājas par dažiem pozitīviem dusmu pievarēšanas mehānismiem, kurus viņš vēl nav apzinājis.

5. *Sarežģītām problēmām ne vienmēr nepieciešami sarežģīti risinājumi*

Kāda dienas laikraksta pirmajā lappusē parādījās virsraksts "Mirusi vijolišu karaliene – simtiem cilvēku sēro". Tā pamatā bija šādi notikumi:

Pirms vairākiem gadiem pie kāda uz risinājumu orientēta konsultanta vērsās ļoti depresīva, paveca sieviete, kura vairs nekur un nevienā nerada prieku. Viņa bija ļoti aktīva baznīcas apmeklētāja un sevi veltīja ziediem, īpaši Āfrikas vijolītēm (sanpaulijām). Konsultants lūdza sievieti nākamā baznīcas apmeklējuma laikā kādam uzdāvināt Āfrikas vijolīti. Pavisam drīz viņa šīs vijolītes dāvināja katrā dzimšanas dienā, katrās kāzās un katrās bērēs. Tā sieviete ātri integrējās un atbrīvojās no savas depresijas, viņa bija kļuvusi par "Vijolišu karalieni". Ļoti vienkāršs risinājums sarežģītai situācijai!

Šim noteikumam jārosina mēģinājumi veikt mazas pozitīvas izmaiņas un negaidīt uz „lieliem risinājumiem”. Bieži vien tieši mazam progresam ir ievērojams efekts, Piemēram, kāds jauniešs pastāstīja, ka darbdienās viņam ar arodmācībām neesot nekādu problēmu, bet nedēļas nogalēs viņš vienmēr ar tām ir ļoti neapmierināts un domā par to pārtraukšanu. Uz risinājumu orientētais konsultants nekavējoties vērstu savu darbu uz „vienkāršajiem risinājumiem”, kurus šis skolēns izmanto darbdienās, lai būtu motivēts.

6. *Pašmotivācijas stiprināšana*

Bieži vien klienti nemaz nav tik motivēti veikt savā dzīvē pozitīvas pārmaiņas, jo viņi precīzi nezina, ko patiesībā vēlas. Tāpēc uz risinājumu orientētajam konsultantam jau laikus jāuzdod klientam jautājums: "Vai jūs esat gatavs darīt visu iespējamo, lai uzlabotu savu situāciju?" Ja klients nav pilnībā pārliecināts par to, kas būtu jāuzlabo, viņa motivāciju var veicināt šāds uzdevums. „Nākamnedēļ pievērsiet uzmanību brīžiem, kuros jūs savu mācību laikā jūtaties īpaši labi. Šādos brīžos fiksējiet, kas ar jums ir kopā un ko viņi dara. Nākamajā tikšanās reizē jūs man pastāstīsiet, kurus no šiem brīžiem jūs vēlētos piedzīvot vēlreiz.”

7. *Apzināties, ka problēmas risināšanai retrospekcija nav obligāti nepieciešama*

Par problēmu nav obligāti jāzina viss, lai varētu palīdzēt. Kāda saprotoša skolotāja pastāstīja par skolēnu, kurš vērsās pie viņas vienmēr, kad jutās depresīvs vai noskumis. Taču viņš nekad nevēlējās runāt par iemesliem, un skolotāja arī necentās piespiest viņu atklāt savas problēmas. Gluži pretēji, viņa katrā no daudzkārtējiem apmeklējumiem pievērsa pilnīgu, situācijai atbilstošu uzmanību un ar drīzāk pasīvo izturēšanos varēja palī-

dzēt skolēnam vieglāk pārvarēt depresīvās fāzes. Bieži vien klienta privātās sfēras ievērošana samazina pretestību un uzlabo nosacījumus palīdzību sniedošai sarunai.

8. *Pat mazas izmaiņas var panākt ilgstošu iedarbību*

„Viļņu efekts” parādās, kad klients veic pirmās mazās darbības, kuras pēc tam izraisa lielākas izmaiņas. Tā vietā, lai konsultējot uzreiz ķertos pie „smagās artilērijas”, konsultantiem drīzāk būtu jānovirza klienti uz maziem, pārskatāmiem soļiem atbilstoši moto: „Arī tāls ceļojums sākas ar pirmo soli.” (Konfūcijs.)

9. *Ja notiek virzība uz priekšu, neapstājies; pretējā gadījumā pievērsies kam citam!*

Daudzi klienti atkal un atkal izmanto kādu vienu un to pašu neefektīvu stratēģiju. „Nē” uz jautājumu: „Vai šis rīcības variants jums līdz šim ir kaut ko devis?” rosina izmantot citas stratēģijas. „Kādi rīcības varianti jums līdz šim ir palīdzējuši?” ir nākamais svarīgais jautājums, kas mudina atcerēties pagātnē izmantotos veiksmīgos ceļus, kuri tagad būtu jāiet. Tieši šādiem padoma meklētājiem, kam skolā un darbā līdz šim ir bijis daudz problēmu, ir svarīgi, lai konsultants ātri pavērstu viņu skatienus uz „iespēju zemi” nākotnē. Līdz šim piedzīvotajā „problēmu zonā” konsultanta un klienta degpunktā ir bažas, kļūmes un antipātijas; tā vietā tagad ir jārunā par problēmu atrisināšanu un sasniegtajiem panākumiem, lai nākotnē tos stiprinātu. Spriešana par jautājumu: „Kas notiks, kad problēma būs atrisināta?” palīdz izvirzīt mērķus. Novirzot klientu no problēmas pat uz neilgu laiku, viņam jau var palīdzēt apzināties pozitīvos rīcības variantus un uztvert tos kā mērķus izmaiņai dzīvei.

10. *Izņēmumu meklēšana*

„Es vienmēr esmu tik nomākts!” vai „Neviens nekad neko manā labā nedara!” Šādas vispārīgas sūdzības ir tipiskas klientiem, kuri savu stāvokli uzskata par bezcerīgu un neredz izeju no tā. Taču neviens nav depresīvs simtprocentīgi visu laiku. Paskaidrojot šādam klientam, ka katrai problēmai ir savi izņēmumi, viņam tiek dota iespēja saprast, ka viņš situāciju var kontrolēt labāk, nekā līdz šim to ir apzinājies.

Konsultants jautā kādam vīrietim, kurš vērsās pie viņa pēc padoma un sūdzas par ilgstošu depresiju: „Kad jūs jūtaties mazāk nomākts?” Viņš atbild, ka tad, kad no pirmdienas līdz piektdienai strādā. Arī nedēļas nogalēs, īpaši sestdienās, kad viņš ir kopā ar saviem boulinga draugiem, viņam ejot vēl

labi. Bet svētdienu pēcpusdienās viņš kļūstot grūtsirdīgs un arvien vairāk depresīvs. Konsultants: „Tātad no nedēļā esošajām 168 stundām jūs sešas stundas svētdienas pēcpusdienā jūtaties nomākts. Es domāju, ka jums vairāk būtu jāparaugās uz nedēļas 162 stundām, kurās jūs to nemanāt.”

Kā redzams, uz risinājumu orientētās konsultēšanas mērķi ir vērsti uz klienta problēmas skatījuma nomainīšanu situācijas uzlabošanas virzienā. Tādējādi ir maz labuma no fokusēšanās uz problēmu. Daudz vairāk jēgas un nozīmes ir klienta un konsultanta kooperācijai risinājumu iespēju meklēšanā un attīstīšanā. Tālāk atainotais pētījums ilustrē uz risinājumu orientētās konsultēšanas pieeju.

Izteikti nemotivētajam skolēnam Robertam ir ļoti vājas sekmes. Viņš nav apmierināts ar lielāko daļu savu skolotāju un ar vecākiem sāk asus strīdus, kad tie viņam jautā par nepietiekamo vēlēšanos piepūlēties un sliktajām atzīmēm. Roberts tiek aizsūtīts pie konsultanta, kas orientēts uz risinājumu. Tur viņš saīdzis atgāžas krēslā un skatās sienā.

Konsultants: Ko tu vēlētos skolā piedzīvot?

Skolēns: Es vēlos pabeigt mācības, lai pēc iespējas ātrāk tiktu prom no skolas.

Konsultants: Ar kādu vidējo atzīmi tu būtu apmierināts?

Skolēns: Šobrīd man ir maz izredžu sekmīgi tikt ar visu galā. Mani pat apmierinātu „pietiekami” vai „apmierinoši”; man nevajag labas vai ļoti labas atzīmes!

Konsultants: Vai tev pēdējā laikā kaut kur ir bijušas vismaz vidējas sekmes?

Skolēns: Ir, bet tas bija pirms vairākiem mēnešiem.

Konsultants: Labi, kas toreiz bija citādāk salīdzinājumā ar tagadējo situāciju?

Skolēns: Tad es varēju savā klases stūrī netraucēti strādāt, bet tagad stundās visi cits caur citu runā un slaistās apkārt. Tāpēc man arī vairs nav nekāda prieka censties.

Konsultants: Ko tu esi izmēģinājis, lai vismaz šad un tad iegūtu apmierinošas atzīmes?

Skolēns: Jā, es esmu mēģinājis atkal intensīvi mācīties un vienu vai divas dienas sēdēt citā solā.

Konsultants: Un ko vēl?

Skolēns: Es reiz skolotājam pārjautāju to, kas man bija neskaidrs, un viņš man visu izskaidroja tā, ka es labi sapratu.

Šajā nelielajā dialogā ir redzams, kā konsultants cenšas atrast rīcības veidus, kuri skolēnu ir virzījuši uz priekšu. Sarunas gaitā Roberts izturas arvien mazāk noraidoši, jo konsultants izmanto Roberta paša problēmu risināšanas mēģinājumus. Skolēns iesaistījās arvien konstruktīvāk un nākamajās konsultēšanas sarunās tika mudināts izmantot stratēģijas, kuras viņam jau agrāk bija palīdzējušas sasniegt labākas sekmes.

Mērifijs (1997, 9) uzsver, ka panākumu stratēģiju, uzskatu un rīcības veidu, kas jau ir klienta pārziņā, izmantošana ir pierādījusi sevi kā efektīvāku un lietojamāku par centieniem klientam piedāvāt jaunus rīcības variantus vai mainīt viņa nostāju.

4.2.2. Uz risinājumu orientētās konsultēšanas process

Lai arī ne visi uz risinājumu orientētie konsultanti rīkojas vienādi, kopumā var izšķirt piecus šīs konsultēšanas metodes soļus (Miller, 1993).

1. solis: cenšanās pēc iespējas kopīgi izveidot labu darba atmosfēru konsultēšanā.
2. solis: skaidru konsultēšanas mērķu izstrāde.
3. solis: klienta orientēšana uz risinājumiem.
4. solis: uz risinājumu attiecinātu intervencu attīstīšana.
5. solis: pieturēšanās pie mērķa – kā klientam palīdzēt izmaiņas padarīt ilgstošas?

1. solis: labas darba atmosfēras izveidošana

„Pasaki man kaut ko – es to aizmirsīšu. Iesaisti mani tajā – es to sapratīšu.”
(Ķīniešu sakāmvārds)

Tāpat kā daudzas citas konsultēšanas metodes, arī uz risinājumu orientētajā modelī kooperatīvās attiecības starp konsultantu un klientu ir ļoti svarīgas. Konsultantiem saviem klientiem jāizrāda atvērtība un uzmanība un jābūt gataviem pacietīgi uz klausīt un iejusties viņu situācijās.

Uz risinājumu orientētie konsultanti konsultatīvajai kooperācijai par noderīgiem uzskata trīs klienta un konsultanta attiecību tipus:

- klients;
- apmeklētājs;
- sūdzību tips.

Kad cilvēks, kas meklē darbu, pie konsultanta vēršas ar klienta nostāju, viņš vēlas, lai pret viņu arī izturas kā pret klientu:

„Iesakiet man kaut ko, es gribu to darīt!” vai „Es ceru, jums ir jaunas idejas, kā es varētu atrast darbu!” vai „Es nezinu, ko darīt. Ko jūs man varat ieteikt, lai es atkal atrastu darbu?”

Šādi klienti izrāda gatavību nekavējoties sākt strādāt ar konsultantu. Viņi vēlas maksimāli ātri iztīrīt konkrētas rīcības alternatīvas un tikt iesaistīti strauji uz priekšu esošajā konsultēšanas procesā.

Apmeklētāja tipa klienti ir cilvēki, kurus vērsties pie konsultanta ir mudinājuši citi. Bieži vien viņiem nav īpašas motivācijas un atdeves. Šī tipa klienti konsultanta izteiktajos rīcības priekšlikumos parasti neieklājas. Konsultants viņiem var palīdzēt vairāk, apzinoties, ka šie klienti ir tikai „apmeklētāji”. Klienta nostāja (lai arī negatīva) ir jāakceptē. („Es redzu, cik jums ir nepatīkami nākt pie manis, lai turpinātu saņemt sociālo palīdzību.”)

Lai arī „apmeklētājiem” ir negatīvs skatījums uz konsultēšanu, konsultants jau no sākuma veicina izmaiņas klienta uzvedībā ar šādiem izteikumiem: „Kā mēs, pēc jūsu domām, varētu panākt to, ka jums vairs nav jānāk pie manis uz konsultēšanu?”

Šādiem klientiem nepieciešams daudz pozitīva atbalsta: „Lai arī jūsu situācija nav laba, jūs tomēr šodien esat atnācis!” „Man gribas jūs uzslavēt par to, cik skaidri atainojāt savu grūto situāciju!”

Šiem klientiem nedrīkst teikt, kas viņiem jā dara. Daudz svarīgāk ir mēģināt no jauna apspriest konsultēšanas mērķus un padarīt tos atraktīvākus. „Vai jūs būtu ieinteresēts viena vai divu ceļu izstrādē, lai padarītu jūsu darbu meklēšanu efektīvāku?”

Sūdzību tipa klienti atzīst, ka viņiem ir problēma, un viņi ir arī gatavi jebkurā laikā par to runāt, taču viņi pretojas problēmas atrisināšanas pasākumiem. Šie klienti domā, ka atbildība par izmaiņām jāuzņemas kādam citam.

Uz risinājumu orientētie konsultanti ir atklājuši, ka darbā ar sūdzību tipa klientiem labi funkcionē klausīšanās, atbalsts un klienta viedokļa uzklaušana. Piedāvājot šādiem klientiem jaunus ieskatus un interpretācijas, viņi tiek virzīti uz pirmo rīcības soļu speršanu. Bieži vien šādiem klientiem ir noderīgi lūgt, lai viņi par kaut padomā, kaut ko novēro vai kaut ko prognozē attiecībā uz problēmu. Daži piemēri, lai to atainotu skaidrāk:

„Tā kā jūs daudz zināt par bezdarbu pilsētā, man palīdzētu, ja jūs padomātu, kas jūsuprāt varētu situāciju uzlabot.”

„Lai es jums varētu efektīvāk palīdzēt, būtu labi, ja jūs aplūkotu citu darbu meklējošo cilvēku pieeju.”

„Lūdzu, pamēģiniet katru rītu prognozēt, vai jums būs laba vai slikta diena darba meklēšanā. Es ar nepacietību gaidīšu jūsu prognozes!”

Šādas vai līdzīgas intervences klientu aktīvi iesaista un virza uz lielāku gatavību akceptēt uz rīcību orientētus priekšlikumus.

Mērfijs (1997, 54) ir šādi apkopojis konsultanta – klienta trīs attiecību tipus:

<i>Tips</i>	<i>Raksturojums</i>	<i>Kooperatīvās stratēģijas</i>
„Apmeklētājs”	Nesaskata problēmu vai uzskata, ka tā attiecas uz kādu citu. Konsultēšanu apmeklē ārējas ietekmes iespaidā. Neiesaistās problēmas risināšanā.	<ul style="list-style-type: none"> – Klientam nepiedāvāt uz darbību orientētus priekšlikumus. – Akceptēt klienta viedokli. – Uzslavēt par viņa reprezentācijas vai viedokļa pozitīvajiem aspektiem. – No jauna definēt problēmas un mērķus, lai klientam tie liktos ataktīvāki un svarīgāki. – Iesaistīt arī ārpuskolas vai ārpusdarba intereses un hobijus.
„Sūdzībnieks”	Apzinās problēmu un tās nozīmi, taču tikpat kā nav gatavs dot būtisku ieguldījumu tās risināšanā. Pats sevi uzskata par ”skatītāju no malas”, kurš ir relatīvi bezpalīdzīgs problēmu mainīt. Uzskata, ka atbildība par problēmas risināšanu jāuzņemas citiem.	<ul style="list-style-type: none"> – Nepiedāvāt uz darbību orientētus priekšlikumus. – Uzklaut un uzslavēt. – Piedāvāt jaunus jautājumu formulējumus un perspektīvas („reframe”). – Iegūt klientu par problēmas risinātāju un veikt ar viņu „prāta vētru” (<i>brainstorming</i>) iespējamo risinājumu meklēšanai. – Uzdot novērošanas, pārdomāšanas un prognozēšanas uzdevumus.
„Klients”	Apzinās problēmu un tās nozīmi; ir gatavs aktīvi dot savu ieguldījumu problēmas risināšanā un vēlas iesaistīties.	<ul style="list-style-type: none"> – Piedāvāt uz rīcību orientētus uzdevumus. – Apspriest klienta idejas un izmantot tās problēmas risināšanai. – Regulāri komunicēt ar klientu par progresu problēmas risināšanā un veikt papildu pasākumus, lai aktīvi piedalītos problēmas risināšanas procesā.

1. un 2. uzdevums nākamajā nodaļā palīdzēs izprast šo uz risinājumu orientētās konsultēšanas pirmo soli.

2. solis: atbilstošu rīcības mērķu izvirzīšana un definēšana

„Beginning with the end in mind” (Sākums ar beigām prātā)
(Millers, 1993.)

Uzvedības zinātne, galvenokārt kognitīvi biheivioristiskais virziens, ir devusi lielu ieguldījumu mērķu izvirzīšanai konsultēšanā. Specifisku mērķu agra (agrīna?) formulēšana konsultēšanas sarunās gan konsultantam, gan klientam palīdz rīkoties atbilstoši mērķiem un piedāvā kritērijus katras intervences efektivitātes novērtēšanai.

Uz risinājumu orientētie konsultanti izvirza mērķus sadarbībā ar saviem klientiem. Turklāt konsultanti vada klientu jauno realitāšu kopējās izstrādes procesu. Valodai šajā procesā ir centrālā nozīme. Izmantotie jautājumi attiecas uz klientu stiprajām pusēm, potenciāliem un spējām.

1. piemērs: Tipisks dialogs

Klients: Mans priekšnieks vienmēr kliez uz mani un uzdod man sliktākos darbus. Viņš izturas pret mani tik negodīgi; pilnīgs idiots!

Konsultants: Jūs par viņu spriežat diezgan skarbi. Varbūt viņš tikai cenšas no saviem darbiniekiem panākt vairāk ražīguma.

Klients: Ko jūs ar to domājat?

Konsultants: Iespējams starp jums abiem ir personiskas dabas konflikts.

Klients: Ja jūs tā domājat...!

2. piemērs: Uz risinājumu attiecināts dialogs

Klients: Mans priekšnieks vienmēr kliez uz mani un uzdod man sliktākos darbus. Viņš izturas pret mani tik negodīgi; pilnīgs idiots!

Konsultants: Ko viņš tieši dara, kas jūs kaitina?

Klients: Viņš citu klātbūtnē runā par mani sliktu un nonievā mani. Es to ienīstu!

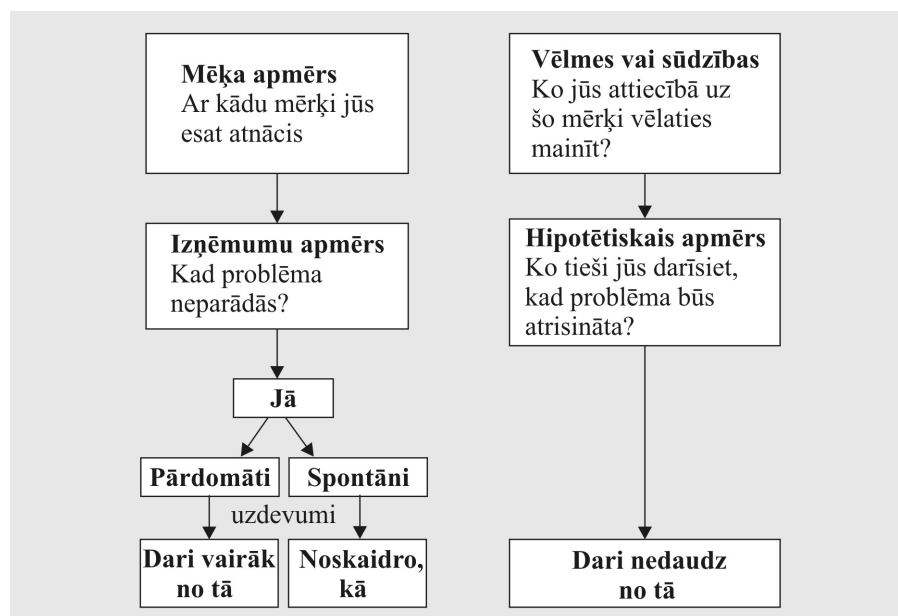
Konsultants: Kad viņš pēdējo reizi lika jūs mierā un kad nokaitināja? Ko tieši jūs tobrīd darījāt?

Uz risinājumu orientētie konsultanti bieži vien izmanto „hipotētisku valodu”, lai, jautājot un komentējot, uz kaut ko norādītu, tieši par to nerunājot. Tā mērķu izvirzīšanas fāzē kalpo klienta pamudināšanai izsmelt savas iespējas un palielināt viņa cerības attiecībā uz mērķu sasniegšanu. „Kas jūsu dzīvē mainītos, ja jūs katru dienu pieliktu pūles attiecībā uz darbu?” „Pēc kā jūs pamanītu, ka jūsu attiecības ar jūsu priekšnieku nedaudz uzlabojas?”

Mērķu iezīmes uz risinājumu orientētās konsultēšanā var apkopot ar akronīma MOPS palīdzību.

- M (*meaningful*) jēgpilns – ar nozīmi klientam:
 „Kas ir jāpanāk laikā, kuru mēs tagad pavadām kopā?”
 „Kas jums ir svarīgākais, ar ko vajadzētu strādāt vispirms?”
- O (*observable*) pamanāms – viegli saprotamu, skaidru un specifisku mērķu izvirzīšana:
 „Kas būs citādāk, kad jūs savu bezdarbu uztversiet mazāk depresīvi?”
 „Ko jūs darīsiet citādāk, kad jums būs vairāk pašcieņas?”
- P (*positive statement*) pozitīvs izteikums – pozitīvi izteikumi par kaut ko vēlamu:
 „Ko citu jūs katru dienu varētu darīt televizora ieslēgšanas vietā?”
 „Ko jūs darītu, ja katru rītu vairs negulētu tik ilgi?”
- S (*small goals*) mazi mērķi – mazi, reālistiski, sasniedzami mērķi:
 „Kas būtu pirmā zīme, kas norādītu, ka jūsu attiecības ar kolēģiem ir uzlabojušās?”
 „Jūs sakāt, ka pēc 10 pakāpju skalas jūs jūtaties 3. pakāpē. Kāda būtu 4. vai 5. pakāpe?”

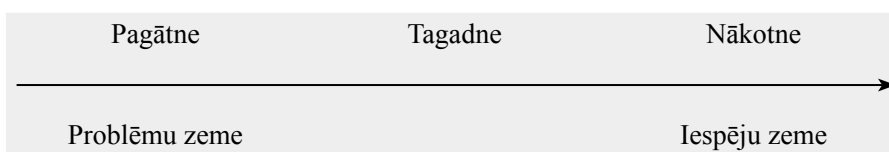
Pellers (*Peller*) un Valters (*Walter*) (1992, 125) ir izstrādājuši noderīgu shēmu mērķu attīstīšanai (shēma attiecas arī uz citiem uz risinājumu orientētā konsultēšanas procesa aspektiem).



10. att.: Mērķu attīstīšana uz risinājumu orientētajā konsultēšanā

3. solis: klienta orientēšana uz risinājumu

„Uzsvars būtu jāliek vairāk uz to, ko pacients konkrētajā brīdī dara un ko vēlētos darīt nākotnē, nekā tikai uz izpratni, kādēļ kāds sen bijis notikums ir noticis.” (Miltons Eriksons)



11. att. Uz iespēju zemi

Uz risinājumu orientētie konsultanti vēlas, lai viņu klienti koncentrējas uz tagadni un nākotni, kur pastāv izmaiņu iespējas, un nekavējas pagātnē, lai varbūt labāk saprastu savu problēmu (ieskats var izraisīt akulumu). Konsultēšanas prakse meklēt un diagnosticēt padoma meklētāju trūkumus drīzāk noved pie tā, kas nav iespējams, – uzskaitīšanas – nekā pie koncentrēšanās uz klienta stiprajām pusēm un jauniem problēmu risināšanas mēģinājumiem.

Problēmas bieži vien netiek skaidri izceltas („Es jūtos nomākts”; „Es neesmu motivēts”; „Nav nevienas darbavietas”). Noderīgus un konkrētus aprakstus uz risinājumu orientētais konsultants var iegūt, klientu problēmas izklāstā novirzot uz „kad”, „kas”, „kur” un „kurš”.

Kad – „Kad parādās grūtības – drīzāk no rīta, dienas vidusdaļā vai vakarā?”

Kas – „Kas parasti notiek tieši pirms problēmas parādīšanās?”

Kur – „Vai problēmu jūs parasti pamanāt darbā vai mājās, vakaros vai nedēļas nogalē?”

Kurš – „Kurš parasti ir klāt, kad problēma rodas?”

Mērījs (1997, 69) problēmas noskaidrošanai un klienta ievirzīšanai uz risinājumu orientētā domāšanā iesaka šādas stratēģijas un jautājumus:

<i>Stratēģija</i>	<i>Apraksts</i>	<i>Noderīgi jautājumi</i>
Problēmas definēšana	Iegūsti precīzu, uz uzvedību attiecināmu problēmas aprakstu	<ul style="list-style-type: none"> – Ja es problēmu nofilmētu, ko es redzētu un dzirdētu, skatoties uzņemto video? – Kas no tā, ko klients dara, ir „beztatbildīgi”?
Problēmas vides apstākļu noskaidrošana	Iegūsti problēmas struktūras un konteksta skaidru aprakstu	<ul style="list-style-type: none"> – Kad tipiskā gadījumā problēma parādās? – Kurš parasti tajā ir iesaistīts? – Kas notiek īsi pirms problēmas? – Kas notiek tieši pēc tam?
Problēmas risināšanasmēģinājumu noskaidrošana	Iegūsti problēmas risināšanas mēģinājumu un to relatīvās efektivitātes skaidru aprakstu	<ul style="list-style-type: none"> – Ko jūs līdz šim esat darījis problēmas atrisināšanai? – Kādi tam ir bijuši rezultāti? – Ko jums ir ieteikuši citi? – Kuriem jūsu problēmas risināšanas mēģinājumiem ir bijuši labākie rezultāti?
Klienta pozīcijas noskaidrošana	Novērtē klienta viedokli par problēmu un tās risinājumu	<ul style="list-style-type: none"> – Kas, pēc jūsu domām, problēmu ir izraisījis? – Kas, pēc jūsu domām, situāciju varētu uzlabot? – Cik spēcīgi jūs izjūtat šo problēmu, lūdzu, novērtējiet to atbilstoši 10 pakāpju skalai (1 = zemākā, 10 = maksimālā pakāpe)! – Cik liela ir jūsu atdeve, lai šo problēmu atrisinātu?

Klientu orientēšana risinājumu virzienā sākas, tiklīdz sākas konsultēšana. Konsultanti, cenšoties izveidot kooperatīvas attiecības ar klientiem, parāda lielu, bet ne vērtējošu interesi par visu, kas klientiem ir sakāms, – sākot no viņu sportiskajām interesēm, laika apstākļiem vai mākslas priekšmetiem, līdz tam, kas viņus ir mudinājis vērsties pie konsultanta. Arī valoda, kuru uz risinājumu orientētie konsultanti izmanto, tiek virzīta produktīvās sliedēs. Tātad, ja klienti savas situācijas aprakstīšanai izmanto negatīvu etiķeti, šie apraksti tiek pārvērsti darbībās. Piemēram, skolēnam, kurš saka, ka viņam ir „skolas fobija”, konsultants varētu atbildēt: „Tātad tu nesen neesi bijis skolā.” Vai, ja klients saka, ka viņš ir depresīvs,

konsultants varētu atbildēt: „Vai tad, kad nebijāt depresīvs, kāds to arī piefiksēja?”

Lielākā daļa sarunu uz risinājumu orientētajā konsultēšanā sākas ar jautājumu: „Kāpēc jūs šeit esat ieradies?”

Pēc tam, kad klientam ir bijusi iespēja runāt par savām problēmām, konsultants uzdod vairākus jautājumus, lai atrastu problēmas izņēmumus. Daži piemēri:

1. *„Kā mainās jūsu dienas ritējums, kad jūs nepaliekat mājās un jūsu bezdarbs nerada depresīvu noskaņojumu?”*
Pēc šī jautājuma, klientam jāsaprot sakarība starp periodiem, kad viņš dara kaut ko citu, un periodiem, kad viņš dara to pašu, ko parasti. Šis jautājums klientam palīdz apzināties izņēmumu pozitīvos aspektus viņa dzīvē.
2. *„Kā jūs to panākat?”*
Konsultanta mērķis, uzdodot šāda veida jautājumu, ir noskaidrot, kas no tā, ko klients pagātnē ir darījis situācijas uzlabošanai, ir attaisnojis pūles. Šis jautājums stiprina klientu un liek viņam saprast, ka katrs solis pareizajā virzienā ir uzskatāms par paša nopelni, pat ja panākumi ir tikai nelieli vai arī mēdz izpalikt.
3. *„Vai ir bijuši periodi, kad jūs ar saviem kolēģiem esat labi satikuši?”*
Uz risinājumu orientētais konsultants vēlas, lai viņu klients koncentrējas uz problēmu atrisināšanu un nevis uz strīdiem ar kolēģiem. Ja klients saka, ka viņš nekad nav labi sapraties ar kolēģiem, konsultants cenšas atrast labākos no sliktajiem periodiem. („Kad strīdi ar kolēģiem ir bijuši mazāk asi?”)
4. *„Kā tas atšķiras no veida, kā jūs parasti runājat ar savu priekšnieku?”*
Daudzi klienti nesaskata nekādu progresu tajā, ko ir paveikuši; šis jautājums palīdz saprast, ka ir notikusi virzīšanās tuvāk mērķim. Atbilde uz jautājumu konsultantam bieži vien dod iespēju pastiprināt pozitīvo.
5. *„Pieņemsim, ka mūsu kopējais darbs ir sekmīgs. Kas jūsu dzīvē būs citādi, kas jums vēstīs, ka konsultēšanai ir bijuši panākumi?”*
6. *„Kurā no 10 pakāpju skalas pakāpēm (kur 1 nozīmē, ka jūsu situācija ir vissliktākā, un 10 – vislabākā) jūs atrodaties šodien?”*
5. un 6. jautājums bieži tiek izmantoti, lai izvirzītu reālus, sasniedzamus mērķus. Tos var izmantot arī par starta līniju, pēc kuras mērīt progresu nākotnē. Jautājumus, kuros tiek izmantotas skalas, piemē-

ram, pēdējo jautājumu, var arī izmantot, lai novērtētu klienta gatavību virzīties uz nospraustajiem mērķiem.

7. „*Vai šī problēma jums jau ir bijusi agrāk? (Ja jā) Kā jūs to toreiz atrisinājāt? Kas jums būtu jādara, lai vēlreiz to paveiktu?*”

Konsultants vēlas, lai klients izmanto viņa paša resursus. Tas klientam palīdz, jo viņš apzinās, ka reiz jau ir ticis galā ar līdzīgu problēmu. Šis jautājums konsultantam un klientam ļauj arī kopīgi izstrādāt to, kas ir jādara, lai atkal veiksmīgi izmantotu problēmas iepriekšējos risinājumus. Mērfijs (1997) izņēmumu meklēšanai izmanto „5 E metodi”:

Entlocken (izvilināt) – atpazīt izņēmumus un jautāt pēc tiem;

Erarbeiten (izstrādāt) – atrast izņēmumu nosacījumus un ar tiem saistītos apstākļus;

Erweitern (paplašināt) – mudināt klientu pieļaut vairāk izņēmumu;

Evaluieren (novērtēt) – palīdzēt klientam progresa novērtēšanā;

Erstarken lassen (palīdzēt kļūt drošākam) – atbalstīt klientu ar mērķtiecīgu sadarbību, lai viņš arī turpmāk veiktu vēlamās izmaiņas.

6.–10. uzdevums nākamajā nodaļā ir īpaši paredzēts tam, lai konsultants varētu vairāk uzzināt par jautāšanu, kas orientēta uz risinājumu, un īpaši par jautājumiem izņēmumu konstatēšanai.

4. solis: uz risinājumu orientētu intervenču izstrāde

„Konsultēšanā runa bieži vien ir par pirmā domino kauliņa apgāšanu.”
(Miltons Eriksons)

„Ja kādam vienīgais instruments ir āmurs, visi izskatās pēc naglām.”
(Abrahams Maslovs)

4. solī runa galvenokārt ir par intervenču izstrādi, kuras rosina klientu uz izmaiņām. 11.–15. uzdevums nākamajā nodaļā palīdzēs izprast šo procesu. Daudzi uz risinājumu orientētie konsultanti, lai izceltu sarunu galvenos aspektus, izteiktu uzslavu, atainotu jaunas saistību sistēmas, izteiktu norādījumu vai uzdotu uzdevumu, pirms atgriešanās pie klienta ietur īsu 5–10 minūšu pauzi. Sākotnēji pauze tika izmantota, lai konsultantu komanda varētu apspriesties par klientu. Tagad pauze tiek izmantota kā „pārdomu pauze”; tās laikā arī klienti noskaņojas „sprieduma” uzklaušīšanai. Klienti konsultanta ziņojumu pēc pauzes uztver kā svarīgu un saistošu.

Ziņojuma vai norādījuma uzbūve un uzdevuma veids klientam ir atkarīgs no klienta un konsultanta attiecībām. Kamēr klients turpina justies

kā apmeklētājs bez reālas problēmas, galvenais mērķis ir viņu rosināt piedalīties sarunās.

Tāpēc ziņojumā šiem klientiem jāietver uzslava par kaut ko, ko viņi dara un kas viņiem nāk par labu, un tam ir jāmudina konsultēšanu turpināt. Daži piemēri:

- „Izklausās, ka jūs ļoti labi kontrolējat situāciju ar jūsu priekšnieku.”
- „Es tiešām esmu patīkami pārsteigts par visiem jūsu centieniem atrast darbu, neskatoties uz to, ka šobrīd nav daudz brīvu darbvietu.”
- „Tava apņemšanās nākamnedēļ nenokavēt skolu ir tiešām laba. Tas parāda, ka tu tā vai citādi centies uzlabot savas attiecības ar skolotājiem.”

Kādai vientuļajai māmiņai, kurai ir trīs bērni pusaudžu vecumā, bija lielas problēmas iztikt ar viņas zemo algu, un viņai bija maz izredžu izklūt no strupceļa, kas saistīts ar darbu. Bērni nemaz nepalīdzēja mājas darbos un pavadīja brīvo laiku kopā ar draugiem. Māte daudz gaudās un vaimanāja, bet patiesībā necerēja uz izmaiņām vai risinājumu. 4. tipa „apmeklētāja” sarunu beigās konsultants viņu uzslavēja par lielajām rūpēm par bērniem un spēju tik labi aprakstīt savu smago likteni. Konsultants viņu uzslavēja arī par gatavību meklēt palīdzību no malas.

Svarīgi, lai konsultanta uzslava būtu patiesa un balstītos uz sarunās iegūto informāciju. Uzslava klientiem dod spēku, atklājot un novērtējot to, ko viņi jau ir paveikuši savu problēmu risināšanā. Uzslava sagatavo klientus nākamajiem soļiem; klienti atkal iegūst cerību.

„Sūdzību tipa” klienti labi prot aprakstīt mērķus, tāpēc būtu jāuzslavē par to, ka viņi var aprakstīt to, ko vēlas. Taču viņi vēl nav izlēmuši spert soļus problēmas risināšanai, tāpēc konsultanti šiem klientiem bieži dod uzdevumus, kuros viņiem tiek prasīts novērot kaut ko pozitīvu. Daži piemēri:

- „Kā jūs zināsiet, kad mums vairs nebūs nepieciešams tikties? Kas tad notiks?”
- „Pieņemsim, ka šonakt, kamēr jūs guļat, notiktu brīnums un jūsu problēma būtu atrisināta. Pēc kādiem notikumiem jūs varētu pateikt, ka ir noticis brīnums? Ko jūs tad darītu citādāk? Kuri būtu pirmie sīkumi, kurus jūs pamanītu?”
- „Kā būs, kad jums vairs nebūs šīs problēmas? Ko jūs tad darīsiet?”

- „Kā mainīsies jūsu dzīve? Kurš būs pirmais, kas to pamanīs? Ko viņš vai viņa tad teiks? Kā jūs atbildēsiet?”

Klientam, kuram ir bailes no darba intervijas:

- „Kā būs, kad būsiet veiksmīgi izturējis pirmo darba interviju? Kā jūs tad jutīsieties? Kurš (bez jums) pamanīs pašpaļāvību, ko jutīsiet? Kā reaģēs jūsu draugi vai ģimene, kad viņiem pastāstīsiet par veiksmīgo darba interviju?”

Bieži vien konsultanti sarunās ar „sūdzībnieku” cenšas uzmanīgi izmainīt sūdzību modeli. Piemēram, klients saka, ka viņa mērķis ir nebūt depresīvam, taču tā labā neko daudz nedara. Viņš tiek lūgts uz noteiktu laiku tā vietā, lai gaidītu depresijas nejaušu rašanos, katru vakaru to ieplānot.

Ja sarunas ir ar „klienta” tipu, kurš ir gatavs un vēlas nekavējoties rīkoties, konsultanti uzdod izteikti uz rīcību orientētus uzdevumus. Tas parasti notiek kombinācijā ar novērošanas uzdevumu, klientiem lūdzot savu uzdevumu izpildes laikā sekot līdz izmaiņām. Daži tipiski piemēri:

Izņēmumu izmantošana

Kādam skolēnam, kura sekmes nebija labas un kurš arī nesatika ar citiem skolēniem, uz risinājumu orientēts konsultants uzdeva no visa tā, ko skolēns nākamajā nedēļā darītu, izveidot sarakstu ar lietām, kuras viņš vēlētos darīt arī turpmāk. Šis uzdevums skolēnam lika padomāt par izņēmumiem attiecībā uz vispārīgajiem uzskatiem, kuri viņam bija par savu depresīvo dzīvi. Kad skolēns pēc nedēļas atkal atnāca uz sarunām, viņa izveidotajā sarakstā bija virkne izņēmumu attiecībā uz priekšstatu, ka viņa dzīvē nekas nav pareizi. Pozitīvo izņēmumu detaļas tika precīzi izpētītas, un skolēns tika iedrošināts turpināt meklēt un balstīties uz pozitīvajiem izņēmumiem.

Rīkošanās pretēji par pieradumu kļuvušiem uzvedības modeļiem

Uz risinājumu orientētie konsultanti bieži vien cenšas izmainīt personu vai arī starppersonu saskarsmes modeļus, kuros klienta problēma vai sūdzība ir „iesprostota”.

Kāds bezdarbnieks maz piepūlējās, lai atrastu darbu, taču sūdzējās savai sievai, cik slikta diena viņam bijusi un kāda viņiem ir slikta valdība, kas pieļauj, ka bezdarba līmenis valstī ir tik augsts. Sieva atbildēja, ka viņam varbūt nedaudz vairāk būtu jāpiepūlas, tad viņam ietu labāk. Tam, kā vienmēr, sekoja strīds. Uz risinājumu orientētais konsultants sievai ieteica

ierakstīt vīra teikto audiolentē un pēc pāris nedēļām kopīgi padiskutēt par ierakstu. Pēc divām nedēļām sievai nebija ko atnest konsultantam, jo, kā viņa paskaidroja, katru reizi, kad vīrs sācis gausties un viņa ieslēgusi magnetofonu, viņš bija pārtraucis runāt. Taču eksperiments izdevās, kad sieva vīram teica, ka viņai vajagot šo ierakstu aiznest konsultantam. Drīz situācija uzlabojās tik ļoti, ka konsultācija pie konsultanta vairs nebija nepieciešama. Sieva pamanīja, ka arī viņa vienmēr, kad ieslēdza magnetofonu, runāja vairāk pārdomāti, jo zināja, ka ierakstu noklausīsies konsultants.

Salaužot vaimanāšanas un sūdzēšanās uzvedības modeli, šī mazā izmaiņa bieži vien izraisa „visu domino kauliņu apgāšanos”.

Pirmo sarunu uzdevums

Uz risinājumu orientētie konsultanti ir konstatējuši, ka lielai daļai klientu ar dažādām problēmā efektīvi funkcionē šāds uzdevums:

„Es vēlos, lai jūs, sākot no šī brīža, līdz mūsu nākamajai tikšanās reizei veicat novērojumus, respektīvi, lai jūs man varētu aprakstīt, kas jūsu darbvietā notiek tāds, ko jūs vēlētos, lai tas notiek arī turpmāk.”

Klienti reti gaida, ka konsultants viņiem jautās par to, kas norit labi, un pārsteigti secina, ka šis tas no notiekošā tomēr nav vērtējams slikti. Turklāt, tā kā viņiem netiek prasīts darīt kaut ko jaunu, klienti diezgan labprāt turpina kaut ko, ko viņi jau dara. Un papildu ieguldījums tajā, ko viņi jau dara, gandrīz vienmēr ir tieši tas, kas ir nepieciešams problēmas atrisināšanai.

Paradoksālo tehniku lietošana

Uz risinājumu orientētajā konsultēšanā paradoksālo tehniku lietošana ir plaši izplatīta. Paradoksālās tehnikas izmanto, lai no klienta bažām un bezizejām tieši vai netieši iegūtu pozitīvo.

Paradoksālās tehnikas var izmantot:

- 1) lai klientiem palīdzētu pozitīvāk skatīties uz simptomiem un problēmām;
- 2) lai izjauktu klienta tipisko domāšanas vai uzvedības modeli;
- 3) lai paaugstinātu klienta motivāciju problēmu risināšanā.

Pie paradoksālo intervenču tipiskajiem veidiem pieder arī klientam piemītošā simptoma noteikšana par paraugu vai norādījums uz noteiktu laiku atgriezties pie vecajiem ieradumiem. Tādējādi klienta problēmām tiek piešķirta pozitīvi interpretējoša blakusnozīme (konotācija). „Tas, kas jums jāpārdzīvo ģimenē, tomēr ir ļoti nepatīkami. Es domāju, ka, ja jūs

kaut ko mainīsiet (klients pašreiz dzīvo mājās, nemeklē darbu un pārāk daudz dzer), situācija jūsu ģimenē, kura jau tagad draud izjukt, kļūs vēl sliktāka. Tas, ko jūs darāt, ir vislabākais.” Sagaidāmajai reakcijai uz šo paradoksālo intervenci būtu jābūt, piemēram, šādai: „Lai velns mani parauj, ja es tā turpināšu un novelšu savus grēkus uz savu jukušo ģimeni!”

Pārformulēšana

P. Vaclaviks (*Watzlawick u. a.*, 1974, 95) uzskata, ka pārformulēšana ir „jēdzieniskā un/vai emocionālā fona vai viedokļa kā attiecināmo lielumam situācijas piedzīvošana [nomaiņa] un citu robežu noteikšana, kas atbilst *faktiem* tieši šai konkrētajai situācijai tikpat labi vai pat labāk, un tādējādi pilnībā maina to nozīmi”.

Piemēram, drūmu darba tirgus situāciju var atainot pozitīvāk, norādot, ka Talsos vai Cēsīs desmitiem cilvēku katru dienu atrod jaunas vai citas darbavietas. Pārformulēšana klientiem palīdz savas problēmas uztvert citādi un ļauj tām parādīties tādā perspektīvā, ka no klientiem tiek „izvilināta” motivācija, dotības un citi resursi.

Darbības un rīcības mainīšana

Uz risinājumu orientēto konsultantu nākamā tehnika ir klientu mudināšana darīt kaut ko pilnīgi citu. V. O’Hanlons (1987) min vairākus piemērus, kuri ir bijuši noderīgi mācību konsultantiem.

- *Problēmas piemēra parādīšanās biežuma mainīšana*
Situācijā, kad vecāki skolēnam pastāvīgi atgādina par mājasdarbu pildīšanu, viņi tiek mudināti ierobežot atgādīšanas biežumu līdz sešām brīvi izvēlētām reizēm nedēļā.
- *Problēmas piemēra intensitātes mainīšana*
Ja skolotājs skolēnus parasti rāj skaļā balsī, viņš ir jāmudina rājienu skolēniem izčukstēt.
- *Problēmas piemēra laika mainīšana*
Situācijā, kad skolēni (vai citi) vairākas reizes dienā strīdas, viņiem jāizsaka priekšlikums vienoties par vienu diskusiju sanāksmi nedēļā.
- *Uzvedības modeļa apgriešana*
Ja kāds no vecākiem un jauniešiem bieži strīdas un jauniešiem strīda beigās dusmīgi piesit kāju pie zemes un ar vārdiem „tu mani vienkārši nesaproti” pamet istabu, konsultants jauniešiem iesaka vispirms dusmās pamest istabu, pēc tam atkal atgriezties un tad runāt par situāciju.

V. Vebs (*Webb*) (1999, 214) iesaka pirmo sarunu beigās saviem vārdiem apkopot to saturu un tādējādi klientam radīt jaunas risinājumu idejas. Šīs ziņas sastāv no:

- 1) komplimentiem;
- 2) izteikuma sasaistei un
- 3) mājasdarbiem.

Komplimenti var attiekties uz gatavību riskēt, drosmi, izturību, nostāju, sensibilitāti, sapratni un kreativitāti. „Sasaistes izteikums” savieno šos komplimentus ar konsultēšanas rezultātu, kuru klients vēlas sasniegt, un uzdodamajiem mājasdarbiem.

Konsultantiem ne katrai situācijai būs īpaša intervence, taču kā pēdējo izeju viņi varbūt var ieteikt klientam izturēties citādi, nekā citi gaida. Tādējādi klienti bieži vien attīsta pietiekami kreatīvas stratēģijas.

5. solis: pieturēšanās pie mērķa

„Atmest smēķēšanu ir ļoti viegli, es to esmu darījis jau simtiem reižu.”
(Marks Tvens)

16. un 17. uzdevumā nākamajā nodaļā ir runa par noslēguma un mērķa saglabāšanas jautājumiem. Konsultantiem vienmēr ir svarīgi palīdzēt klientiem pieturēties pie visām pozitīvajām pārmaiņām, kuras ir panāktas konsultēšanas laikā un pēc tās. Z. Millers (1993) iesaka otrās un nākamās sarunas sākt, uzdodot klientam vairākus atslēgas jautājumus.

- *Jautājiet par pozitīvām pārmaiņām.*
 - Tātad, kam no tā, kas notika pagājušajā nedēļā, būtu jānotiek arī turpmāk, ja viss notiktu pēc jūsu prāta?
 - Kas bija labāk?
 - Kādas izdevušās darbības jūs šonedēļ veicāt?
 - Kā jūs tikāt galā? Kas bija noderīgs?
- *Jautājiet par pozitīvo pārmaiņu detaļām.*
 - Kā jūs to darījāt? Kā jūs zinājāt, ka darāt pareizi? Kā šīs pārmaiņas palīdzēja?
 - Kā tas ietekmēja jūsu dienas gaitu, kad jūs ieradāties uz darba intervijām pie vairākiem darba devējiem?
 - Kas jums ir nepieciešams, lai šīs pārmaiņas saglabātos?
 - Kādi notikumi darbā bija noderīgi?

- *Pārliecinieties, ka klients pamana pozitīvās pārmaiņas.* Konsultants pastāvīgi stiprina klientus, izceļot viņu līdz šim pieliktās pūles.
 - Izstāstiet man vēlreiz visu, kas noritēja labi!
 - Kas vēl bija labāk?
 - Mani patiešām iepriecina pārmaiņas, kuras jūs esat paveicis.
 - Kas vēl ir jāizdara, līdz mēs zinām, ka konsultēšana vairs nav nepieciešama?

Atbilstoši uz risinājumu orientētās konsultēšanas procedūrai katras sarunas jāuztver kā pēdējās. Tas konsultantiem un klientiem palīdz koncentrēties uz specifiskiem mērķiem un pilnībā izbaudīt katru panākumu. Problēmas visu aspektu pilnīga atrisināšana nav nepieciešama. Galvenais, ka klienti ir ievirzīti pozitīvās sliedēs un skaidri saprot, kā, kur un kad viņiem kaut kas izdodas.

Uz risinājumu orientētās konsultēšanas piecu pakāpju procedūras nodemonstrēšanai tiks izmantota „Klausa lieta”.

Klauss ir septiņpadsmitgadīgs sportisks jauns vīrietis, kas mācās pirmspēdējā klasē. Pretstatā iepriekšēiem gadiem viņa šīgada sekmes dažos priekšmetos ir ļoti vājas vai neapmierinošas, viņš ir depresīvs un mājās – dum-pīgs. Tā vietā, lai mācītos vai paliktu mājās, viņš līdz vēlai naktij pavada laiku ar draugiem. Pēc skolotāju un savas ģimenes „spiediena” Klauss ne-labprāt vēršas pie izglītības konsultanta.

Lielākā daļa mācību konsultantu konsultēšanu sāktu ar Klausu sekmju izraksta, pārbaūžu rezultātu un viņa skolotāju rakstīto raksturojumu izvērtēšanu. Viņi varētu jautāt par problēmām ar ģimeni un meklēt cēloņus problēmām mājās un skolā. Tā vietā uz risinājumu orientētais konsultants pievērta uzmanību pavisam kam citam un centās aicināt Klausu situāciju pārdomāt no jauna. Pēc tam kad viņš ar Klausu bija izveidojis kooperatīvas attiecības, uz risinājumu orientētais konsultants meklēja izņēmumus, kad problēmas neparādījās.

Tātad, tā vietā, lai sīkāk pievērstos tam, ko Klauss darīja nepareizi, konsultants vairāk sāka pētīt viņa kompetences. Konsultants izrādīja interesi par Klausu uzskatiem un risinājumiem attiecībā uz viņa ģimenes un skolas problēmām, jo zināja, ka, lai varētu paļauties uz kooperāciju, viņam bija jāšķīst par sabiedroto cīņā pret problēmu. Konsultants zināja, piemēram, arī to, ka Klauss atsevišķos priekšmetos bija spējīgs iegūt labas atzīmes, pirms neilga laika viņa vidējais sekmju rādītājs taču bija diezgan labs, bet tagad labas sekmes bija tikai sporta nodarbībās.

Konsultants uzdeva jautājumus, lai izvirzītu mērķus.

Konsultants: Kā tu zināsi, ka tava situācija būs uzlabojusies?

Klauss: Es nezinu. Es domāju, ka skolā būs labāk, kad ģimene un skolotāji mani vairs tik stingri nekontrolēs.

- Konsultants: Klaus, pastāsti man par laiku, kad tev skolā gāja labāk un tavās attiecības ar vecākiem viss bija kārtībā.
- Klauss: Tas bija pagājušogad. Pagājušogad es biju sekmīgs visos priekšmetos.
- Konsultants: Kā tu to panāci?
- Klauss: Es nezinu. Es izpildīju savus klases darbus un vienkārši tos nodevu. Ar to arī pietika.
- Konsultants: Un tagad tu dažos priekšmetos esi sekmīgs un citos ne?
- Klauss: Tieši tā!
- Konsultants: Atklāj man, kuros priekšmetos un kas ir tavs noslēpums, lai tajos būtu sekmīgs.

Klauss tika arvien vairāk iesaistīts sarunās un runāja par pārējiem līdzekļiem un ceļiem, kurus izmantojot viņam bija panākumi pagātnē. Viņš stāstīja arī par savām tagadējām stratēģijām, kuras viņš izmanto, lai sasniegtu savu mērķi. Viņš pieminēja arī to, ka agrāk par mājasdarbiem un labām sekmēm skolā viņš no mātes saņēma daudz vairāk uzslavu.

Pēc pirmajām konsultēšanas sarunām Klauss saņēma vienkāršu uzdevumu.

- Konsultants: Klaus, es vēlos, lai tu atzīmē, kad tev skolā iet labi, īpaši priekšmetos, kuri tev labi padodas, un pievērs uzmanību tam, kā tieši tev tas izdodas.

Saņemot uzdevumu atzīmēt brīžus, kad problēma ir mazāk apgrūtinoša, Klauss drīzāk sajūtīs atvieglojumu un jutīsies kompetentāks. Spēja iegūt neatkarību no problēmas stiprina pašvērtības sajūtu un motivē pārmaiņām.

Šie izņēmumi attiecībā uz Klausu problēmu atklāja norādes risinājumam. Vēlāk uzdevumi tika uzdoti ne tikai Klausam, bet arī viņa skolotājiem un vecākiem. Visi tika mudināti darīt to, kas bija funkcionējis jau iepriekš. Sakot Klausam „Tā kā tu tagad šo esi paveicis, es esmu pārliecināts, ka tu to varēsi atkal,” tiek veicināta viņa pašpaļāvība un tiek mazināta sajūta, ka viņš uzņemas risku.

Piecu pakāpju uz risinājumu orientētās konsultēšanas procedūra ir tikusi plaši izmantota, lai palīdzētu klientiem atrisināt daudzas un dažādas problēmas – no neapmierinātības ar darbu un darbavietas zaudēšanas līdz konfliktiem kolēģu starpā vai sociālajās grupās. Šī procedūra konsultāntam uzdod pārdomāt par priekšstatu, ka, pirms ir iespējamas pārmaiņas, problēma ir rūpīgi jāizpēta.

4.3 Kompetences attīstīšanas uzdevumi

Vingrināšanās uzdevumi konsultantiem

Aivijs un Īgans viņu modeļa, kā arī iemaņu un tehniku apguvei ir izstrādājuši vairākus uzdevumus. Tā kā nav pielīdzināma uzdevumu apkopojuma uz risinājumu orientētajai konsultēšanai, šeit tiks piedāvāti īpaši izstrādāti uzdevumi, lai lasītājam atvieglotu izpratni par konsultēšanu, kas orientēta uz risinājumu. Pirms šīs nodaļas 17 uzdevumu prezentēšanas vēlreiz neliels ieskats piecu pakāpju procedūrā (Millers, 1993):

1. solis: darbs ar klientu efektīvu attiecību izveidē;
2. solis: skaidru konsultēšanas mērķu izvirzīšana;
3. solis: klienta orientēšana uz risinājumiem;
4. solis: uz risinājumu orientētu intervencu izstrāde;
5. solis: pieturēšanās pie konsultēšanas mērķiem.

1. uzdevums

Konsultanta-klienta attiecību veidi

Uz risinājumu orientētie konsultanti izšķir trīs konsultanta–klienta attiecību veidus:

- a) klienta tips – ir gatavs izvirzīt mērķus un rīkoties;
- b) apmeklētāja tips – tikpat kā neapzinās problēmas esamību un tāpēc nav gatavs izvirzīt mērķus;
- c) sūdzību tips – ļoti daudz runā par problēmu un varbūt par neskaidriem mērķiem, bet nav gatavs rīkoties.

1. Nelielās grupās diskutējiet par piemēriem no katra klienta tipa.

2. Diskutējiet par metodēm, kā konsultants *apmeklētāja* un *sūdzību* tipam varētu palīdzēt kļūt par *klienta* tipu.

3. Izdomājiet dažus prepozīcijas (izteiciens, kas priekšlaikus izsaka pārmaiņas un risinājumu) piemērus, kuri attīstītu uz pārmaiņām balstītas attiecības. Piemērs: „Kas būs citādāk, kad sāksiet pastiprināti meklēt darbu?”

4. Iejūties ar partneri konsultanta un klienta lomās un atbilstoši pielāgojieties klientu tipiem (klients, apmeklētājs, sūdzību tips). Piezīmes:

2. uzdevums

Konsultanta-klienta attiecības

1. *Attiecības „apmeklētāja” tipa gadījumā*

Ne klients, ne konsultants līdz konsultēšanas sarunu beigām nav skaidri nosaucis nevienu sūdzību vai mērķi. Klients varbūt neredz iemeslu pārmaiņām.

2. *Attiecības „sūdzību tipa” gadījumā*

Konsultants līdz sarunu beigām ir klausījies, kamēr klients ir sniedzis daudz informācijas par problēmu. Klients vēl nav gatavs kļūt aktīvs.

3. *Attiecības „klienta” tipa gadījumā*

Konsultants un klients līdz sarunu beigām ir izvirzījuši uz rīcību orientētus mērķus, un klients apliecina savu gatavību rīkoties, lai panāktu risinājumu. Diskutējiet ar partneri par šādiem punktiem:

- a) Nosauciet kādu no bijušajiem klientiem, kurš nevarēja skaidri nosaukt ne problēmu, ne mērķi. _____

- b) Kā jūs panāktu, lai šis klients vairāk koncentrētos uz risinājumiem?

- c) Sūdzību tipa klienti nepārtraukti izplūst savu problēmu detaļās. Diskutējiet par klientiem no savas prakses, kuri apzinās savu problēmu, bet nav gatavi rīkoties, lai panāktu risinājumu.

d) Kā panākt, ka šī tipa klienti izvirza mērķus un kļūst aktīvi?

e) Klienta tipa pārstāvji ir gatavi rīkoties. Vai pastāv risks darbu sākt pārāk agri? Diskutējiet.

3. uzdevums

Konsultēšanas mērķu izvirzīšana

1. Atainojiet lomu spēlē situāciju, kurā skolēns sūdzas par šķietami netaisnīgu skolotāju. Izvirziet mērķus.

2. Novērtējiet jūsu mērķu efektivitāti, diskutējot par šādiem specifisku, uz risinājumu orientētu konsultēšanas mērķu indikatoriem:

a) Ar nozīmi klientam

Piemēram: „Es vēlētos, lai jūs panākat, ka skolotājs pārtrauc mani vienmēr kritizēt.”

b) Drīzāk mazi nekā lieli mērķi

Piemēram: „Kas skolotājam būtu pirmā zīme, ka tu esi nopietni apņēmies laboties?”

c) Redzami, specifiski mērķi

Piemēram: „Ko tu darīsi citādāk?”

„Ko skolotājs darīs citādāk?”

d) Kaut kā pozitīva esamība pret tā trūkumu

Piemēram: „Uzmanību!” „Pārtraukt traucējošo uzvedību!” vietā

e) Drīzāk sākums nekā beigas

Piemēram: „Labāk tiecieties uz risinājuma panākšanu, nevis centieties pārtraukt vecus, neproduktīvus modeļus.”

f) Reālistiski un klientam paveicami

Piemēram: „Sperot pirmo soli, jums jāpieraksta viss, kas izdodas.”

g) Paredzams, ka tas būs saistīts ar smagu darbu

Piemēram: „Jums ir taisnība, šīs problēmas risinājums būs saistīts ar smagu darbu.”

4. uzdevums***Risinājumu valoda***

1. Sadalieties pāros, kuros viens ir klients un otrs – konsultants, un īstenojiet vairākas sarunas, uzsākot tās ar šādiem jautājumiem:

- a) Kāda ir jūsu problēma?
- b) Kādam pēc jūsu priekšstatiem būtu jābūt konsultēšanas rezultātam?
- c) Ko dara vai ļauj otra persona, ko jūs uzskatāt par problēmu?
- d) Ko jūs cerat sasniegt, pateicoties konsultēšanai?

Vai atbildes ir atšķirīgas?

Vai klients uzdotos jautājumus uztver atšķirīgi?

2. Apspriedieties ar partneri. Katram no jums ir jāiedomājas problēma, kura jums dažreiz ir. Pajautājiet sev, kas būtu citādāk, ja problēma izzustu pavisam. Pēc kā jūs varētu pateikt, ka problēma ir izzudusi? Kas jūsu dzīvē būtu citādāk? Kas ir citādāk, kad problēma ir daļēji izzudusi? Ko jūs varētu darīt, lai problēma izzustu vēl vairāk?

5. uzdevums

„Nākotnes virpulis”

Pozitīva nākotnes vīzija var daudz palīdzēt labākas tagadnes veidošanā.

1. Iedomājieties situāciju, kurā jūs nevarējāt apņemties veikt pārmaiņas.

2. Ņemiet vērā katru no turpmākajiem jautājumiem, ja tie ir svarīgi situācijai.

- Kāds ir jūsu eksistences mērķis?
- Kāda ir jums vēlamās nākotnes vīzija?
- Kādi bija jūsu dzīves sapņi?
- Kādi apstākļi jums lika kaut ko darīt?
- Kas jūs dara patiešām laimīgu?
- Kas jūs attur no savas vīzijas realizēšanas vai savu mērķu sasniegšanas?
- Kādus soļus jūs *neesat* spēris, lai realizētu savu vīziju?
- Ko darītu cilvēki, kurus jūs apbrīnojat, ja viņiem būtu jārealizē „jūsu sapnis”?

6. uzdevums

Seši noderīgi jautājumi

Sadalieties grupās pa diviem vai trim un uzrakstiet vairākus zemāk redzamo jautājumu veidu piemērus:

1. Mērķu izvirzīšanas jautājumi

Piemēram: „Kā jūs zināsiet, ka problēma ir atrisināta?”

2. Jautājumi izņēmumu konstatēšanai

Piemēram: „Vai jūsu dzīvē ir periodi, kurus jūs izbaudāt vai kuri jums sagādā prieku? Kas šajos periodos ir citādāk?”

3. Hipotētiskie jautājumi

Piemēram: „Pieņemsim, ka problēma ir atrisināta; kas ir citādāk?”

4. Vērtējuma skalu jautājumi

Piemēram: „Kurai no 10 pakāpju skalas pakāpēm jūs sevi šodien pieskaitītu?” (10 nozīmē, ka jūs darīsiet visu, lai šīs problēmas atrisinātu, 1 – ka jūs neesat pārliecināts.)

5. Jautājumi par spējām pārvarēt dzīves grūtības

Piemēram: „Kā jūs spējat katru dienu saņemties darbam?”

6. Jautājumi par gatavību pārmaiņām

Piemēram: „Ko jaunu jūs darīsiet kopā, kad jūsu savstarpējās attiecības būs labākas?”

7. uzdevums***Izņēmumu atrašana***

1. Lai apgūtu izņēmumu izmantošanu klientu rīcības plānu izveidē, aizpildiet zemāk redzamo anketu tā, kā pēc jūsu domām to darītu skolotājs (izmantojiet reālu vai hipotētisku situāciju).
2. Uzrakstiet izteikumus, kurus jūs teiktu klientiem un kuri mudinātu viņus pieļaut vairāk izņēmumu.

3. Uzrakstiet intereses, talantus vai sociālo atbalstu, kas klientam ir problēmas atrisināšanai.

8. uzdevums***Stratēģijas izņēmumu konstatēšanai***

Juris redz, ka viņa draugs Māris kaut ko meklē zem laternas pie viņa mājas. Juris jautā: „Ko tu tur dari?” „Es meklēju savas atslēgas,” atbild Māris. Juris grib palīdzēt sameklēt atslēgas un nometas zemē uz visām četrām. Pēc īsa brīža Juris jautā: „Kur tieši tev izkrita tās atslēgas?” „Tur tālāk tajā pusē,” atbild Māris un rāda pāri ielai. „Kāpēc tad tu meklē tās šeit?” „Tāpēc, ka te ir labāks apgaismojums,” atbild Māris.

Arī pazīstamā teritorijā var būt „labāks apgaismojums”, tādējādi atslēgas vai risinājumus varbūt tomēr visvieglāk ir atrast, ņemot vērā izņēmumus.

A. Daži paraugjautājumi izņēmumu konstatēšanai.

1. Kad jūsu problēma ikdienā ir vairāk vai mazāk pamanāma?
 2. Kurš no mācību priekšmetiem jums sagādā vismazāk grūtību?
 3. Pastāstiet man par testu vai darbu, kuram ir bijis nedaudz labāks novērtējums nekā parasti. Kas jūsu sagatavošanās veidā bija citādāk?
- B. Iedomājieties kādu savu problēmu. Pēc tam apdomājiet, kad problēma nav tik pamanāma. Uzdodiet sev šādus jautājumus:

1. Kas šajos periodos bija citādāk?

-
-
-
2. Ko es šajās situācijās daru citādāk attiecībā pret situāciju vai tajā iesaistītajiem cilvēkiem, kā es par to domāju un kā uz to reaģēju?

3. Ko es varu darīt, lai to panāktu biežāk vai citās situācijās?

9. uzdevums

„Brīnuma jautājums”

Brīnumi, kristāla bumbas un videoieraksti ir trīs noderīgas tehnikas, lai klientiem palīdzētu labākas nākotnes veidošanā un rīcības ceļu norādīšanā.

Brīnuma jautājums

Pieņemsim, ka šonakt, kamēr jūs gulēsiet, notiks brīnums, un jūsu problēma būs atrisināta. Pēc kā jūs varētu pateikt, ka tas ir noticis? Kas būtu citādāk? Kādas atšķirības jūs no rīta konstatēsiet un pēc kā pamanīsiet, ka ir noticis brīnums? Kādas atšķirības pamanīs citi (draugi, ģimene, skolotāji, konsultanti)?

1. Iedomājieties problemātisku situāciju, izmantojiet brīnuma jautājumu un atbildiet uz katru jautājumu.
2. Kādi „risinājumi” parādās jūsu situācijai?

Kristāla bumba

Ieskatieties (imaginārā vai reālā) kristāla bumbā un iedomājieties, ka esat nonācis pie perfekta jūsu problēmas risinājuma. Detalizēti aprakstiet, kā jūs nonācāt pie perfekta risinājuma. Paudiet savas domas par jūsu risinājuma ietekmi uz nākotni.

1. Nākotnei ir lielāka ietekme uz tagadni nekā uz pagātņi. Kā nākotnes ainas var ietekmēt tagadni?

2. Vai tā, kā jūs nonācāt pie perfekta risinājuma, detaļas var kalpot par paraugu rīcībai nākotnē attiecībā uz kādu no jūsu problēmām?
Skaidrojums.

Videoieraksti

Tāpat kā „Kristāla bumba” un „Brīnuma jautājums”, videoieraksti klientiem palīdz izveidot nākotnes priekšstatus ar perspektīvām. Ir noderīgi lietas aprakstīt tādas, kādas tās labprāt gribētos.

1. Izdomājiet videoierakstu par jūsu nākotni. Pieņemiet, piemēram, ka ir aizritējušas pāris nedēļas un jūsu problēma ir atrisināta. Ja citi skatītos videoierakstu par jūsu dzīvi tuvā nākotnē, kad jūsu problēma ir atrisināta, ko jūs šajā videoierakstā darītu, kas parādītu, ka situācija ir labāka?

2. Kādas darbības pēc jūsu „nākotnes” videoieraksta noskatīšanās nāk prātā tagadnei?

10. uzdevums**„Kad situācija būs uzlabojusies”****Anketa**_____
Skolēns(-niece)_____
Skolotājs(-tāja)_____
Datums

A. m. skolēns(-niece) un es lūdzam Jūsu palīdzību, lai vairāk uzzinātu par periodiem un situācijām, kad skolēns(-niece) Jūsu klasē ir bijis(-usi) labāks(-ka). Tas mums varētu palīdzēt uzlabot situāciju, balstoties uz kaut ko, ko skolēns(-niece) jau dara ar panākumiem.

1. Lūdzu, izveidojiet sarakstu ar lietām, kuras skolēns(-niece) šobrīd (pat ja tikai reti) dara vai ir darījis(-usi), lai klasē gūtu labus panākumus.

2. Aprakstiet īpašus periodus vai situācijas Jūsu klasē, kad skolēns(-niece) ir bijis(-usi) nedaudz (vai daudz) labāks(-ka) nekā parasti.

3. Uz ko, pēc Jūsu domām, (vadoties pēc Jūsu izveidotā lietu saraksta) mēs varētu balstīties, lai uzlabotu skolēna(-nieces) sekmes klasē?

4. Lūdzu, uzrakstiet visu pārējo, kas skolēnam(-niecei) un man varētu palīdzēt viņa(s) skolas problēmu atrisināšanā.

Paldies par Jūsu palīdzību!

11. uzdevums

Mūsu stipro pušu izmantošana

Daudzi cilvēki, kuri, izturējuši briesmīgus pārdzīvojumus, pēc tiem kļūst stiprāki un pat gūst spožas uzvaras. Pazīstamās personības, kuras nāk prātā, par to domājot, aptver plašu cilvēku spektru, no Opras Vinfrija un Mahatmas Gandija līdz Viktoram Franklam.

1. Aplūkojiet smagu situāciju, kura jums ir bijusi pagātnē. Kā jūs no tās izkļūvāt?

2. Kad pienāca brīdis šo smago situāciju mainīt, lai tai vairs nebūtu negatīvas ietekmes uz jūsu dzīvi?

3. Aprakstiet pēc iespējas precīzāk, kā jūs to paveicāt.

12. uzdevums

Pirmo sarunu uzdevums

Dažus uzdevumu uzdošanas veidus uz risinājumu orientētajā konsultēšanā var izmantot klientiem ar dažādām sūdzībām (piemērs no Šeizera, 1985, 137). Es vēlos, lai jūs, sākot no šī brīža, līdz nākamajai tikšanās reizei veicat novērojumus, respektīvi, lai jūs man varētu aprakstīt, kas jūsu ģimenē (vai skolā, vai meklējot darbu, vai dzīvē utt.) notiek un kam pēc jūsu uzskatiem būtu jānotiek arī turpmāk.

1. Izstrādājiet vienu vai divus vingrināšanās uzdevumus pirmajām sarunām, konkrētāk, situācijām, problēmām vai sūdzībām, ar kurām jūs kā konsultants tiekat konfrontēts.

2. Salīdziniet un diskutējiet par saviem uzdevumu uzdošanas veidiem ar citiem mācību grupas biedriem.

13. uzdevums

Klientu resursu izmantošana

Uz rezultātu orientēti pētījumi ir parādījuši, ka gandrīz puse no katras konsultēšanas panākumiem ir klientu tajā ieguldīto personisko stipro pušu, talantu, resursu, pārliecības un sociālā atbalsta rezultāts.

Lai labāk saprastu, ka klientiem ir daudz atbilžu un resursu, izmēģiniet šādus punktus:

1. Runājiet ar vidusskolēnu grupu un pajautājiet viņiem, kas funkcionē vislabāk, kad pieaugušie (skolotāji, vecāki, citi) cenšas viņiem palīdzēt. Kas funkcionē ne pārāk labi?

2. Pajautājiet skolēniem par galvenajām problēmām viņu skolā un par to, kā viņi situāciju uzlabotu. Ko jūs domājat par skolēnu idejām?

3. Apdomājiet, kā jūs varētu metodiski iekļaut tādus skolēnu faktoros kā labas atzīmes, izcili sportiskie vai muzikālie sasniegumi, īpaši talanti, spēja smagi strādāt, interese par cilvēkiem, humors utt.

4. Pajautājiet skolēniem par lietām viņu dzīvē, kuras viņi vēlētos, lai tās notiek arī turpmāk. Pajautājiet skolēniem, ko viņi ir darījuši un dara šobrīd, lai tās reāli arī notiktu.

14. uzdevums

Konsultēšanas laika efektīvizēšana

Laikā ierobežotā (kompaktā jeb īsā) konsultēšana ir izglītības un nodarbinātības konsultantu instruments, kuru nedrīkst novērtēt pārāk zemu.

Var diskutēt par kompaktās konsultēšanas efektivitāti, tomēr tā palīdz pievērst uzmanību laika faktora nozīmei konsultēšanā. Aplūkojiet šādus jautājumus un komentārus:

1. Apdomājiet, kas, izmantojot tradicionālās konsultēšanas metodes, izraisa to, ka klienti savus konsultantus apmeklē pēc ilgāka laika.

2. Vai jums kādreiz ir bijušas īslaicīgas konsultēšanas sarunas, kurām, kā šķietis, ir bijuši ļoti labi rezultāti? Kas šajās sarunās bija citādāk?

3. Ja katras konsultēšanas sarunas pēc iespējas vairāk tiek uzskatītas par pirmajām un pēdējām, konsultants un klients strādā efektīvāk. Paudiet savas domas par to.

4. Kompaktās konsultēšanas divi svarīgi uzdevumi ir:
a) traktēšanas veida izmaiņš;
b) darbības un rīcības izmaiņš.

Vai vienā vai divās sarunās var paveikt klientu pieredzes dekonstrukciju (traktēšanas veida izmaiņu)? Paudiet savas domas par to.

15. uzdevums

Papildu iemaņas uz risinājumu orientētajiem konsultantiem

Sadalieties grupās pa diviem vai trim un uzrakstiet piemērus zemāk norādītajām trijām iemaņām, kuras uz risinājumu orientētie konsultanti bieži izmanto, un diskutējiet par to.

1. Tieša/netieša uzslavēšana

Piemēram: „Man patīk, ka jūs pagājušonedēļ daudz laika esat veltījis darbavietas meklēšanai.”

2. Pārformulēšana

Piemēram: „No otras puses, var arī teikt, ka tikai viens no desmit darba devējiem, pie kuriem es biju ieradies, pret mani bija nevērīgs un augstprātīgs.”

3. Uzdevumu uzdošana

Piemēram: „Mēs jums iesakām pieļaut vairāk izņēmumu” vai „Izpildiet brīnuma vieglāko daļu.”

16. uzdevums

Uz risinājumu orientētā procedūra

4.2. nodaļā detalizēti aprakstītā uz risinājumu orientētā procedūra sastāv no pieciem soļiem.

Lai jums kā topošajam konsultantam palīdzētu pārdomāt katru pamatsoli, aplūkojiet zemāk redzamos jautājumus un komentārus par katru soli pēc tam, kad būsiet veicis uz risinājumu orientētas sarunas.

1. Kooperatīvu, funkcionējošu attiecību izveidošana
 - a) Vai jūs lietojāt klienta valodu?
 - b) Vai jūs mudinājāt klientu iepazīstināt ar sevi?
 - c) Vai jūs klientam palīdzējāt koncentrēties uz nākotni?
 - d) Vai jūs strādājāt kopīgi ar klientu visu sarunu laiku?
2. Labi pārdomātu rīcības mērķu izvirzīšana
 - a) Vai jūsu mērķis tika formulēts specifiskā, uz uzvedību attiecināmā valodā?
 - b) Vai soļi uz mērķi bija mazi, pozitīvi un nozīmīgi?
 - c) Vai tika identificēti klienta resursi?
3. Klienta orientēšana uz risinājumu
 - a) Vai jūs klientam pajautājāt, kā viņš pagātnē ir ticis galā ar smagām situācijām?
 - b) Vai jūs klientam pajautājāt, ko viņš darītu, ja viņš nemainītos?
 - c) Vai jūsu saruna ar klientu bija galvenokārt par risinājumiem, nevis problēmām?

4. Uz risinājumu orientētu intervenču izstrāde
 - a) Vai jūs mudinājāt klientu darīt kaut ko citādāk?
 - b) Vai klients dara kaut ko vairāk no tā, kas funkcionēja pagātnē?
 - c) Kā jūs izmantojāt brīnuma jautājumu, lai izstrādātu konstruktīvus risinājumus?
5. Palīdzēšana klientam pieturēties pie pārmaiņām
 - a) Vai novērtējāt konsultēšanas progresu, izmantojot vērtējuma skalu jautājumus, vai kā citādi?
 - b) Vai piedāvājāt klientam pagarināto līgumu?
 - c) Vai izmantojāt jūsu izvirzīto mērķi par vadlīniju noslēgumam?
 - d) Kā jūs uzmundrinājāt klientu turpināt darīt to, „kas funkcionē”?

17. uzdevums

Noslēguma ziņojums

Izvēlieties kādu klienta lietu, kurā ir sasniegta ievērojama uzlabošanās, un uzrakstiet klientam atbilstošu īsu vēstuli papildu informācijas iegūšanai.

Paraugs (pēc *Murphy*, 1997, 180)

Cien. _____!

Apsveicu Jūs ar sasniegto progresu. Es labprāt vēlētos uzzināt vairāk par to, kā Jūs to paveicāt. Tas man palīdzēs darbā ar citiem cilvēkiem, kuriem ir tāda veida problēmas, kādas agrāk bija Jums.

Es labprāt ar Jums tiktos, lai nosvinētu Jūsu sasniegumu un vairāk uzzinātu par to, ko Jūs darījāt, lai panāktu šīs izmaiņas. Lūdzu, apdomājiet, ko Jūs darījāt, lai uzlabotu situāciju, un ko Jūs darīsiet, lai situāciju saglabātu stabilu. Nākamnedēļ es sazināšos ar Jums, lai vienotos par mūsu tikšanos.

Sirsnīgi sveicieni!

Ar cieņu

Konsultants



5. Ertelta un Šulca integratīvais modelis

5.1. Modeļa attīstība un pašreizējais stāvoklis

Informācijas strukturālā metodika (turpmāk tekstā – ISM) tika formulēta septiņdesmitajos gados un balstās uz kognitīvās informācijas apstrādes biheivioristiski orientētajiem priekšstatiem lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesos. To ietekmēja A. Ņuela (*A. Newell*), Dž. K. Šova (*J. C. Shaw*) un H. A. Saimona (*H. A. Simon*) darbi par datorprogrammu „General Problem Solver”, kā arī V. Kirša (*W. Kirsch*) apjomīgais darbu klāsts (1970/71, 1977, 1988), kas pārsvarā atainoja Ziemeļamerikā veiktos pētniecības darbus par lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesiem.

Kopš pirmsākumiem bija vērojama ISM šaurā orientēšanās uz nodarbinātības konsultēšanu un informāciju skolā, tālākizglītībā, darba gaitās un personāla attīstībā. Jāuzsver, ka konsultēšanas teoriju jomā pēdējai no iepriekš uzskaitītajām lietošanas sfērām līdz pat mūsdienām nav bijusi pievērsta pietiekama uzmanība, lai gan pēdējā laikā centieni šajā virzienā kļūst intensīvāki (sk. *Ivey*, 1998; *Rosenberger*, 1998; *Wütherich*, 2000; *Bamberg*, *Schmidt*, *Hänel*, 2006; *Habel*, 2007).

Visās publikācijās ir skaidri norādīts, ka ISM kritiski konfrontējas ar racionālu lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas modeļu preskriptīvi normatīvajiem priekšstatiem. Par pamatu vairāk kalpo deskriptīvās metodes, kurās tiek ņemta vērā individuālo lēmumu pieņemšanas loģika (heiristika), ierobežotās informācijas uzņemšanas un apstrādes iespējas, rezultāta atklātums (ierobežota vai trūkstoša risinājuma garantija), kā arī emocijas un konflikti lēmumu pieņemšanas procesā.

ISM tāpat neorientējas uz to, kā būtu jāpieņem ar profesiju saistīti lēmumi un jārisina problēmas, bet gan, kā norisinās individuālais lēmumu pieņemšanas process un kā tajā var konsultatīvi palīdzēt (*Brown*, 1990, 396).

Modeļa sākotnējās attīstības periodā tas tika izmantots uz profesijām attiecinātas informācijas nodrošināšanai darba ņēmējiem un darba devējiem (sk. *Ertelt*, *Feckler*, 1979), kā arī uz profesijas izvēles informatīvajiem pasākumiem skolās (sk. *Ertelt*, 1982).

Modeļa izmantošana individuālajā darba konsultēšanā sākās 20. gadsimta 70. gadu sākumā Vācijas Federālā nodarbinātības dienesta darba konsultantu pirmo akadēmisko studiju ietvaros sadarbībā ar Manheimas

universitāti. Par pamatu tika izmantota īpaši attīstīta mikrokonsultēšana, iekļaujot vingrināšanos reālās situācijās (mentoru uzraudzībā), kas vēlāk tika paplašināta ar A. Aivija izstrādāto metodi (sk. *Ertelt, 1975; Ertelt, Schulz, 1985; Authier, 1983, 1985; Trinemeier, Ertelt, 1978*).

Vienlaikus ar ISM attīstīšanos un izmantošanu tika veikti un tiek turpināti empīriskie pētījumi, kuri mūsdienās koncentrējas uz šādiem pamatuzdevumiem:

- pētījumi par informācijas menedžmentu darba konsultēšanas pašinformēšanas punktos un medijos;
- pētījumi neklātienas konsultēšanas (*Distance Counseling*) metodikas attīstīšanai, īpaši nodarbinātības konsultēšanā (neklātienas konsultēšana ietver telefona sarunas, videokonferences, drukātos medijus un internetu);
- profesijas un darba tirgu raksturojošās informācijas veidu un saistības analīze konsultēšanas un informēšanas sarunās kā pamats esošo mediju optimizēšanai un uz pieprasījumu orientēto informācijas sistēmu attīstīšanai.

Lai skaidrāk parādītu ISM lietojuma sfēras, tālāk tiks aplūkoti atsevišķi empīriski pētījumi, kuru labākai izpratnei vispirms tiks ieskicētas ISM iezīmes. Šīs metodikas un tās saistības ar citām metodēm detalizētu izklāstu var atrast nākamajā nodaļā.

Ar profesijas izvēli saistītās problēmsituācijas no indivīda prasa lēmumu pieņemšanu, kam bieži vien ir eksistenciāla nozīme un kas tāpēc ir saistīts ar spēcīgu emocionālo faktoru. Risinājumam ir nepieciešama rīcība, kuras sekas reti ir novērtējamas viennozīmīgi, jo individuālo prognožu kapacitāte ir ierobežota un informācijas iegūšana prasa lielu personisko atdevi. Īstām problēmām ir raksturīgi, ka to risinājumam līdzšinējās, parastās programmas vairs nav izmantojamas, un tāpēc ir jāattīsta novatoriskas aktivitātes.

Tāpēc indivīdam ir nepieciešama informācija par rīcības alternatīvām, to realizēšanas iespējām un to „apmierinošo piedāvājumu” (*faktoloģiskā informācija*, līdzīgi kā Sampsonam (*Sampson u. a., 1999*) profesionālās zināšanas (*occupational knowledge*) un zināšanas par nodarbinātības iespējām (*knowledge of employment options*). Šo alternatīvu novērtēšanai ir nepieciešama informācija par kritērijiem, kas veidojas no paša interesēm, motivācijas, priekšrocībām, priekšstatiem par piemērotību un internalizētiem vides nosacījumiem (*vērtējošā jeb valuatīvā informācija*, līdzīgi kā Sampsonam (*Sampson u. a., 1999*) paša zināšanas (*self-knowledge*)).

No individuālo lēmumu pieņemšanas noteikumiem (preskriptīvā informācija) ir atkarīgs, kāda un cik daudz faktiskās un vērtējošās informācijas *kā* ir savstarpēji jāsavieno, risinot problēmas un pieņemot lēmumus. Dž. Sampsons (*Sampson u. a.*, 1999) šeit runā par vispārējām informācijas apstrādes iemaņām (*generic information processing skills*), kuras vada metakognīcijas.

Ar profesiju saistītās problēmas un lēmumu pieņemšana parasti ir sarežģītas, tāpēc tās ir raksturojamas kā „neskaidri definētas situācijas”. Reti ir tikai viens pareizais risinājums un viennozīmīgi iepriekš paredzams nobeigums vai arī – trūkst jebkādas risinājuma garantijas noteiktam rīcības variantam.

Šādi lēmumu pieņemšanas procesi parasti ir saistīti ar spēcīgu emocionālo apjukumu, kas rodas no problēmas risināšanas spriedzes, bailēm no neatgriezeniskas nepareizu lēmumu pieņemšanas nepilnīgas informācijas dēļ, un šaubām, vai izvēlēta alternatīva patiešām ir pareizā (*Peterson u. a.*, 1996, 428).

Konsultēšanas process šeit tiek saprasts kā *klienta kognitīvu afektīvu informācijas apstrādes procesu simulācija* uz konsultēšanas mērķi vērsta mācību procesa ietvaros. Tāpēc konsultatīvajam informācijas menedžmentam ļoti svarīgs ir jautājums, cik daudz informācijas nepieciešams indivīdam, lai pieņemtu piemērotu lēmumu. Taču par to starp konsultēšanas metodēm nav vienprātības – vai nu vadošais ir normatīvais priekšstats, ka klients ir jāvirza uz racionālu lēmumu pieņemšanu, vai arī tiek domāts tikai par rīcību viņa esošās problēmas atrisināšanai.

Pastāvot prasībai pēc racionālas profesijas izvēles un atbilstoša lēmumu pieņemšanas, konsultatīvajam informācijas menedžmentam būtu jā rūpējas par to, lai cilvēki:

- zina visas viņiem pieejamās rīcības alternatīvas un to ietekmi individuālo mērķu sasniegšanā („apmierinošais piedāvājums”);
- iegūst pietiekamu vērtēšanas kritēriju skaitu katras alternatīvas novērtēšanai, lai veidotos (subjektīvajam) labumam tuvinātu iespējamo alternatīvu skala;
- vienmēr izvēlas to alternatīvu, kurai nosacītajā skalā ir visaugstākais reitings.

Individuālās informācijas uzņemšanas un apstrādes kapacitātes ierobežojumam, reakcijai uz informācijas pārslodzi (informācijas stress), iekšējiem konfliktiem un emocijām, kā arī nejaušību, resp., „izdevīgu iespēju” ietekmei šajos lēmumu pieņemšanas preskriptīvajos modeļos kopumā

netiek pievērsta pietiekami liela uzmanība (sk. *Ertelt*, 1992, 95; *Holling u. a.*, 2000, 10).

Tāpēc šīs metodes var tikai nosacīti izmantot par konsultatīvās palīdzības pamatu ar profesiju saistītu problēmu gadījumā, kaut arī liels skaits nacionālo un starptautisko darba un studiju konsultēšanas programmu vēl joprojām balstās uz tām (sk. *Holling*, 2000, 28).

Konsultēšanas profesionāli ētiskajām normām piemērotāki šķiet cilvēka lēmumu pieņemšanas deskriptīvie modeļi, kas orientējas pēc individuālā informācijas pieprasījuma un rīcības, tātad klientu „sagaidot” tur, kur viņš konkrētajā brīdī atrodas savā problēmu risināšanas procesā. Pamatā ir priekšstats par heirstisku lēmumu pieņemšanu un rīcību, kad indivīds, meklējot un izmantojot vienkāršošanas stratēģijas, pakāpeniski virzās problēmu risinājumu uzlabošanas virzienā (inkrementālisms), lai netiktu pārsniegtas intelektuālās apstrādes iespējas.

Lindbloms (*Lindblom*, 1964, 1965; *Kirsch*, 1977) šo procesu (modeļi) ir raksturojis jau agrāk, izmantojot sešas iezīmes.

1. Indivīds vienmēr tiecas tikai uz tagadnes problēmsituāciju nelieļiem uzlabojumiem, lai tādējādi netiktu šķērsots līdzšinējais pieredzes un zināšanu horizonts un būtu iespējama rīcības varianta novērtēšana.
2. Indivīds savā aprēķinā vienmēr iesaista tikai dažas alternatīvas kā risinājuma hipotēzi.
3. Šo alternatīvu sekas tiek vērtētas tikai pēc dažiem kritērijiem.
4. Problēma netiek fiksēta galīgi, lai formulējumu vienmēr var pielāgot jaunai informācijai.
5. Indivīds negaida, ka kompleksa lēmuma pieņemšanas rezultātā problēma tiks pilnībā atrisināta. Tādējādi svarīgu aspektu neņemšana vērā viņam šķiet „mazāk uztraucoša”.
6. Indivīds netiecas uz ilgtermiņa mērķu realizēšanu. Kā problēmu viņš vairāk uztver esošā sliktā stāvokļa novēršanu.

No heirstisko modeļu viedokļa problēmas risināšanu var saukt par „racionālu”, ja ir noticis apzināti apsvērts process – pat tad, ja lēmuma pieņemšanas laikā problēma ir tikusi vienkāršota.

Saistībā ar iepriekš teikto ir jāpiemin *ierobežotās racionalitātes (bounded rationality)* koncepts, kuru sākotnēji attīstīja H. A. Saimons. G. Gigerencers un R. Zeltens (*Gigerenzer & Selten*, 2002, 4), uzsver, ka modeļi, kas balstās uz ierobežotās racionalitātes konceptu, galvenokārt apraksta

heiristisko lēmumu pieņemšanas procesu un vides faktorus, pie kuriem šīs heiristikas ir vai nav sekmīgas.

Tādējādi tiek kritizēta optimizēšanas stratēģiju fikcija, kura indivīdam problēmu atrisināšanai uzstāda nereālas prasības attiecībā uz zināšanām, laiku, rūpību vai citiem nosacījumiem. Taču ierobežotās racionalitātes lēmumus nekādā gadījumā nedrīkst saukt par iracionāliem tikai tāpēc, ka tie neatbilst pilnīgās racionalitātes normām. Tādējādi rīcība, kas drīzāk ir vērsta uz pretenziju reālu pielāgošanu, nekā uz labuma maksimizēšanu, sarunvalodā būtu jāapzīmē kā pilnīgi racionāla (*Selten*, 2002, 15; *Gigerenzer*, 2004, 64).

Turpretim lielākajā daļā teorētisko modeļu, profesionālo vadlīniju un praktisko norāžu konsultanti un klienti, risinot ar profesiju saistītas problēmas, sastopas ar prasībām pēc racionālas vai pēc iespējas racionālākas pieejas.

Kleins (2002, 109) norāda uz literatūrā minētajiem optimizēšanas nosacījumiem lēmumu pieņemšanas procesā.

1. Mērķiem jābūt skaidri definētiem, t. i., jāizmanto izmērāmi jēdzieni.
2. Lēmuma pieņēmēja novērtējumiem jābūt stabiliem.
3. Lēmuma pieņemšanas situācijai jābūt stabilai.
4. Uzdevuma formulēšanu ierobežo izvēle starp vairākiem variantiem.
5. Izstrādāto alternatīvu skaitam jābūt iespējami pilnīgam.
6. Optimālo alternatīvu var izvēlēties pieņemamā laikā un ar piemērotu piepūli.
7. Alternatīvām jābūt savstarpēji rūpīgi izvērtētām.
8. Lēmuma pieņēmējam ir jāvadās pēc līdzsvarošanas stratēģijas.
9. Iespējamību novērtējumam jābūt pamatotam un precīzam.
10. Iespējamās neizdošanās prognozēšanas scenārijiem jābūt plašiem un reālistiskiem.
11. Katra atsevišķā scenārija novērtēšanai jānorit ļoti rūpīgi.

(Sk. arī: *Herr, Cramer, Niles*, 2004, 182.)

Ar profesiju saistītu lēmumu pieņemšanu un problēmu risināšanu konsultēšanas praksē šādu robežu ietvaros noteikti var apskatīt tikai ļoti nosacīti. Papildu lomu spēlē arī tas, ka šāda uzskata gadījumā emocionālie aspekti paliek gandrīz pilnībā neievēroti (sk. arī *Nestmann, Sickendiek, Engel*, 2007, 26; *Dauwalder*, 2007, 15). Taču tieši no konsultēšanas viedokļa nepieciešams rīkoties atbilstoši cilvēka ierobežotajām kognitīvajām iespē-

jām, viņa emocijām un nosacījumiem, saskaņā ar kuriem tam dažkārt ir jāpieņem ļoti tālejoši lēmumi. Te parādās tā dēvētās „vienkāršās heuristikas”, resp., vispārinājumi un noteikumi, kurus cilvēki izmanto, pieņemot lēmumus, ja tie jāpieņem ierobežota laika, ierobežotu zināšanu un ierobežotas informācijas apstrādes kapacitātes gadījumā.

Vienkāršām lēmumu pieņemšanas heuristikām ir raksturīgs ātrums un vienkāršums, „pieticīgums” attiecībā uz informācijas apjomu un fokusēšanās uz būtisko.

Papildus ierobežotās cilvēka informācijas apstrādes kapacitātes un motivācijas ievērošanai šādu heuristiku panākumi balstās uz to pielāgošanās spēju reālajām lēmumu pieņemšanas vidēm, tā dēvēto „ekoloģisko racionalitāti” (sk. *Dieckmann, Krauss, 2005, 190*).

Pretstatā racionālajiem modeļiem, kuri konfliktiem un emocijām uzmanību nepievērš gandrīz nemaz, ierobežotās racionalitātes priekšstatī par lēmumu pieņemšanu izriet no intensīvām kognīciju un emociju mijiedarbībām. B. Mellers (*Meller u. a., 2002, 267*) nodala fona emocijas, uz zudumu attiecināmās emocijas un paredzamās emocijas.

Fona emocijas ietekmē noteiktu stimulu uztveršanas veidu un meklēšanas stratēģijas (heuristikas) informācijai un alternatīvām. Tādas pozitīvas emocijas kā apmierinātība, prieks vai lepnums var ierobežot alternatīvu meklēšanu, kamēr bailes vai dusmas cilvēkiem liek drīzāk meklēt izeju.

Uz zudumu attiecināmās emocijas konfliktu nozīmē rodas, piemēram, ja kāda alternatīva skaidri neizceļas starp pārējām un tādējādi neatbilstoši tās izvēli. Pieņemot svarīgus lēmumus laika trūkuma situācijā, ir novērojamas arī defensīvas izvairīšanās, panikas vai hiperaktivitātes sajūtas.

Pētījumiem attiecībā uz lēmumu pieņemšanas ietekmēšanu, balstoties uz *paredzamajām emocijām*, ir atšķirīgi rezultāti. Dažos gadījumos iespējamās rezultātu konsekvences tikpat kā nav paredzamas, citos – interese varbūt ir tikai par dažām no tām. Ja par to rodas nopietnas šaubas, atbilstošā alternatīva netiek izmantota.

Taču izvairīšanās no trūkumiem nevar būt vienīgais emocionālais pamats lēmuma pieņemšanai. Daži cilvēki daudz vairāk vadās pēc tā, kas viņiem īslaicīgi sagādā prieku, pie tam apzināti izslēdzot negatīvās ilgtermiņa sekas. Tādējādi vienkāršās heuristikas, kas balstās uz emocijām, var būt kā piemērotas, tā arī nepiemērotas – katrā situācijā atkarībā no konteksta un konsekvencēm. B. Hellbergs (*Hellberg, 2005, 254*) savā pētījumā par lēmuma pieņemšanu, izvēloties profesiju, nodala trīs centrālās motivējošās tagadnes sajūtas.

Patikas/nepatikas sajūta rodas saistībā ar nākotnes profesijas satura un darba vides iztēlošanos uz pēc iespējas optimāla vajadzību apmierinājuma fona.

Iekšējās pretošanās sajūta veidojas no tādiem iedomātiem aspektiem, kuri rodas no apsvērtās profesijas iespējamām negatīvajām konsekvencēm. Taču tās neattiecas uz pašām darba gaitām, bet gan uz „motivējošiem apstākļiem”, darbu veicot.

Par *labu/sliktu sajūtu* dēvētais emocionālais uztraukums attiecas uz iztēles saturu par to, vai profesionāli specifiskās prasības un sniegums, kuru prasa iesaistīšanās darba ikdienā, šķiet nodrošināmi.

Taču informācijas strukturālā metodika (ISM) ņem vērā ne tikai konsultatīvās informācijas saturiskās dimensijas (faktu zināšanas, vērtēšanas zināšanas, procesu zināšanas) un individuālās heuristikas, kā arī to ierobežojumus, bet arī informācijas pieprasījuma atkarību no *problēmas risināšanas fāzēm un pakāpēm*.

Šo no procesa atkarīgo informācijas vajadzību novērtējumam var nodalīt (ideāli tipiskā gadījumā) vairākas lēmuma pieņemšanas fāzes un pakāpes.

Ja indivīds atrodas tikai *problēmas risināšanas sākuma fāzē*, viņam ir nepieciešama informācija problēmas definēšanai un maksimāli pašaktīvas pieejas motivēšanai. Tas būtu iespējams, salīdzinot viņa reālo situāciju tagadnē ar rīcību prasošo vēlamo situāciju. Vēlamajai situācijai var būt pozitīvs tēls, piemēram, profesionālā izaugsme, augstāka drošība darba vietā, vai negatīvs tēls, piemēram, draudošs bezdarbs, negatīvie aspekti darbā.

Ja indivīds jau atrodas *informācijas meklēšanas stadijā*, konsultatīvajai palīdzībai jākoncentrējas uz šī meklēšanas procesa mērķa precizitāti. Tam nepieciešamas pārzināt informācijas iegūšanas iespējas, kuras kalpo izjautāšanas „vitalizēšanai” un datu avotu izmantošanai. Kā īpaši efektīvi palīglīdzekļi šeit sevi ir pierādījuši informatīvie prospekti, kuri sniedz skaidrojumu par saņemamo informāciju, orientējot uz problēmu.

Pie *alternatīvu izstrādes un novērtēšanas* pakāpes pieder plašs klāsts faktiskas, vērtējošas un preskriptīvas informācijas par risinājumu ceļiem un to konsekvencēm konkrētai personai. Ir jābūt skaidriem attiecīgo alternatīvu novērtēšanas kritērijiem, iesaistot īstenošanas izredzes un ceļus. Tikai leksiskie uzskaitījumi – atbilstoši iepriekš atainotajai heuristikajai lēmumu pieņemšanas gaitai – ir relatīvi neefektīvi, un tāpēc no tiem ir jāatturas.

Izlemšanas fāzē ar rīcības alternatīvas galīgo izvēli un personisko fikšanos (*commitment*) indivīdam nepieciešama informatīva palīdzība, kas viņam sniedz ziņas par paša lēmumu pieņemšanas iespēju, izvēles konfliktiem, realizēšanas iespējām un pieņemtā lēmuma sagaidāmajām sekām.

Personiski koncentrējoties uz kādu risinājuma ceļu, galvenokārt subjektīvi nozīmīgu lēmumu gadījumā var rasties iekšēji konflikti, kas ekstrēmos gadījumos var novest pie apņēmības trūkuma. Jo spēcīgāk tiek izjusta nespēja izvēlēties starp līdzvērtīgām alternatīvām, jo indivīdam ir mazāka subjektīvā drošība attiecībā uz iespējamā lēmuma pareizumu.

Taču pieaugot lēmuma svarīgumam un piedzīvotajai konflikta intensitātei, palielinās vēlme pēc papildu informācijas iegūšanas, kas savukārt pozitīvi ietekmē indivīda darbību informācijas meklēšanā.

Cits konsultēšanas piedāvājums izlemšanas fāzē ir vērsts uz indivīdiem, kuri baidās pārāk agri sevi ierobežot. Pēc tam pretošanās galīgajai lēmuma pieņemšanai pieaug tādā apmērā, ka reducē subjektīvi izjusto rīcības telpu un jo vairāk, jo tuvāk ir brīdis, kurā pieņemtais lēmums kļūs saistošs. Īpaši svarīga šeit ir informācija, ar kuras palīdzību indivīds apzinās savu reālo darbības telpu, kā arī var novērtēt individuālās un sociālās sekas lēmuma nepieņemšanas vai papildu informācijas meklēšanas gadījumā.

Lai sagatavotos pieņemtā lēmuma seku pārvarēšanai *pēcizlemšanas fāzē* nepieciešama aprakstoša un interpretējoša informācija.

Aprakstošā informācija palīdz orientēties, lai skaidrāk parādītu izvēlētas alternatīvas struktūras un prasības, grūtības un iespējas. Tādējādi konsultants palīdz klientam veidot caurskatāmu sagaidāmo rīcības telpu, kura indivīdam paveras, pieņemot savu lēmumu. Tai ir jāiezīmē robežas, kurās pieņemtā lēmuma sekas vēl tiek sajostas kā apmierinošas, resp., ārpus kurām lēmums ir jāmaina.

Interpretējošā informācija indivīdam ir vajadzīga pieņemtā lēmuma negatīvi izjusto seku pārvarēšanai, neveiksmju iemeslu noskaidrošanai un „kognitīvās disonanses” jēgpilnai reducēšanai. Dažs labs cerību pilns lēmums, piemēram, paaugstināt profesionālo kvalifikāciju, īstenošanas gaitā var sastapties ar grūtībām, kuras tiktu aktīvi pārvarētas, ja iepriekš tiktu nodrošināta atbilstoša interpretējoša informācija (sk. *Ertelt, Schulz, 1985, 173; Walsh, 1990, 270*).

Tālāk tiks aplūkots pārskats par empīrisko pētījumu rezultātiem, kuros ir ietverts informācijas strukturālais modelis.

5.1.1. Informācijas pieprasījums individuālajā nodarbinātības konsultēšanā

Pirmajos pētījumos (*Mauch*, 1986) tika saturiski analītiski pētītas 62 ar profesiju izvēli saistītu lēmumu pieņemšanas konsultācijas (ar jauniešiem un pieaugušajiem), konkrētāk, klientu zināšanu trūkumi attiecībā uz faktisko, vērtējošo un preskriptīvo (uz procesu attiecināmo) informāciju.

Tika konstatēti seši problēmu tipi, turklāt blakus „tīrajiem” tipiem (63 %) parādījās vairāki jauktie tipi (37 %). Katram problēmu tipam ir raksturīgs specifisks faktu zināšanu (zināšanas par alternatīvām un to „apmierinošiem piedāvājumiem”), vērtēšanas zināšanu (kritēriji) un problēmu risināšanas zināšanu (indivīda lēmuma pieņemšanas heuristika) trūkums.

1. K tips

Kritēriju trūkuma tipam (35,5 %) tika pieskaitīti klienti, kuri, lai arī tiem bija rīcības alternatīvas, vērtēšanas kritēriju trūkuma dēļ tās tomēr nevarēja apsvērt, un tāpēc viņi līdz šim nebija nonākuši līdz lēmuma pieņemšanai.

2. R tips

Klienti ar realizēšanas informācijas trūkumu (32 %) jau bija koncentrējušies uz kādu alternatīvu. Arī kritēriji bija pietiekamā apjomā, tādējādi alternatīvu novērtēšana jau bija novedusi pie konkrētas izvēles (*commitment*). Bija nepieciešama informācija pieņemtā lēmuma realizēšanai.

3. A tips

Alternatīvu trūkuma tipam (11 %) tika pieskaitīti klienti, kuriem nebija nekādu priekšstatu par iespējamām rīcības alternatīvām, vai arī tie bija nepietiekami. Tomēr viņiem bija kritēriji risinājuma telpas definēšanai (piemēram, ar profesiju saistītās gaidas, intereses, antipātijas) un zināšanas par turpmāko pieeju problēmas risināšanā (preskriptīvās premisas).

4. O tips

Orientēšanās tipam (10 %) tika pieskaitīti klienti, kuri pēc pārrāvuma līdzšinējās dzīves nepārtrauktībā (piemēram, izslēgšana no skolas, bezdarbs, negadījums, šķiršanās) ir spiesti izdarīt jaunu izvēli. Tai tiek meklētas alternatīvas un, izmantojot kritērijus, no jauna iezīmēta risinājuma telpa. Tomēr ir jāmeklē jaunas risinājuma metodes.

5. U tips

Nepārliecinātā tipa (6,5 %) klientiem nebija pietiekamu profesionālo alternatīvu, intereses bija ļoti daudzveidīgas un daļēji pretrunīgas, turklāt viņi nebija pārliecināti par turpmāko pieeju problēmas risināšanai.

6. P tips

Preskripciju (atbilstošas rīcības) trūkuma tipam (5 %) tika pieskaitīti klienti, kuri nebija pārliecināti par savu pieeju problēmas risināšanā, kā arī tie, kuri no konsultēšanas gaidīja apstiprinājumu par pieņemtā lēmuma pareizību.

Vairāk nekā trešdaļai klientu (37 %) konsultēšanas sarunās konstatēto informācijas deficītu varēja klasificēt tikai pēc relatīvi biežākā trūkuma. Tas, iespējams, brīdina par klientu vēlmju pārāk strauju tipizēšanu vai klasificēšanu. Turklāt afektīvā daļa tika ņemta vērā tikai netieši, piemēram, caur problēmas spiedienu un klienta iekšējās iesaistīšanās pakāpi.

5.1.2. Pētījums lēmuma pieņemšanai svarīgas informācijas sasaistei konsultēšanā

Cita pētījuma (*Hick*, 1992) ar tādu pašu lēmuma pieņemšanas teorētisko fonu centrālā tēma bija faktiskās, vērtējošās un preskriptīvās informācijas sasaiste problēmu risinošās konsultēšanas mijiedarbības procesu laikā.

Kognitīvo procesu analīzei individuālajā problēmu risināšanā uzmanība galvenokārt tiek pievērsta trim procedūrām (sk. *Gallhofer*, *Saris*, 1989, 99): *Cognitive Mapping (CM)* (kognitīvā kartēšana), *Empirical Decision Analysis (EDA)* (empīriskā lēmuma analīze) un *Multiple Path to Choice (MPC)* (dažādi izvēles ceļi).

Šeit tika izmantota modificēta domāšanas struktūras analīze (*Cognitive Mapping*). Domāšanas struktūras analīze koncentrējas uz problēmas definēšanas fāzi un pēta pieņēmumus un vērtējumus, kuriem ir nozīme notikumu skaidrošanā. „Kognitīvā karte”, t. i., cilvēka kognitīvā struktūra, tiek aplūkota kā norises diagramma, vadoties pēc šiem vērtējumiem. Šī modifikācija galvenokārt attiecas uz problēmu risināšanas norisi laikā, kurai realitātē neatbilst ideāli tipiskais fāžu iedalījums.

Rezultāti liecina, ka faktiskās, vērtējošās un preskriptīvās informācijas sasaiste iespējams atainot vienotā struktūrā kā procesu ar dažādiem cikliem un saitēm. Ar to klienta lēmumu un konsultanta izteikto rezultātu

veidošanās kļūst tikpat skaidri saskatāma, kā sarunu saturs, kam ar kopējo kontekstu nav nekādas saistības.

Bez tam sarunu norisē parādās arī preskriptīvo premisu lielā nozīme. Klienti, kuriem ir pieejams salīdzinoši liels informācijas apjoms, jau sākuma fāzē ļoti niansēti ataino savas vēlmes, tādējādi viņu problēmsituāciju definēšanai nepieciešama tikai minimāla uzmundrinājuma izteikšana.

Klientiem ar lielu preskriptīvās informācijas apjomu ir tendence arī uz lielāku pārfrāzēšanu, t. i., viņi problēmu vienmēr ataino citiem vārdiem un tādējādi mijiedarbībā ar konsultantu var atklāt problēmas dažādas šķautnes, nenovirzoties no galvenā.

Turpinot sarunas, šie klienti ne tikai uzdod konkrētus jautājumus, bet arī, patstāvīgi veicot kopsavilkumus un atkārtojot, var labāk iegaumēt jaunu informāciju, lai vēlāk to izmantotu. Kā rezultāts var būt lēmuma pieņemšanas kompetences paaugstināšanās.

Bija arī konsultēšanas sarunas, kurās klients savas vēlmes acīmredzami apzināti atainoja vispārīgi un bez tiešas iesaistīšanās. Šī rezervētība norāda uz to, ka klients drīzāk cer uz stimuliem, nekā uz saistošām atbildēm. Ja konsultants mēģina klientu aktivizēt un problēmu konkretizēt, tas, kā šķiet, samazina sarunu panākumu izredzes.

Citos gadījumos klienti ierobežoja savas vēlmes līdz atsevišķiem jautājumiem, kā rezultātā radās risks, ka šos aspektus vēlāk nevarēs integrēt kopējā kontekstā. Šis „sarunu salu” fenomens norāda vai nu uz nesistēmisku lēmuma pieņemšanas stilu (sk. *Janis, Mann*, 1977, 196), vai uz lēmumu pieņemšanai svarīgu premisu jau pastāvošas hierarhizācijas aizsegšanu.

Pamatojoties uz „problēmu ciklu” atainojumu konsultēšanas sarunā, var nodalīt divas tipiskās klientu heuristikas.

Pirmās heuristikas gadījumā priekšroka tiek dota noteiktai rīcības alternatīvai, kura ir relatīvi noturīga pret ārējiem ierobežojumiem. Taču vienlaikus šajā kontekstā minētajiem kritērijiem ir tikai vispārīgs raksturs. Cenšoties kritērijus alternatīvai konkretizēt, pastāv risks, ka klients vēl nav gatavs pieņemt šīs attiecības un „iekapsulējas” vai arī ka viņš katru reizi ievieš citus vērtējumus („nefiksēti kritēriji”).

Otras heuristikas gadījumā klients problēmas risināšanas procesā ļauj sevī vadīt, izmantojot galvenokārt ierobežotus nosacījumus, piemēram, darba tirgus situāciju, sliktas atzīmes viņa sekmju izrakstā, šķietami novecojušas paša kompetences vai darba pieredzes trūkumu. Izmantojot šo „ierobežojumu heuristiku”, dažas spējas un intereses tiek novirzītas fonā.

Šī tipa klienti bieži vien pieprasa, lai tiek nosauktas dažādas profesionālās iespējas, vēl pirms konsultantam ir bijusi iespēja klientus novērtēt.

No šiem rezultātiem var secināt, ka profesionālās informācijas un konsultēšanas procesu veidošanā *klientiem ar trūkumiem preskriptīvajās lēmumu pieņemšanas premisās* ir jāpievērš īpaša uzmanība, jo šīs premisas nosaka alternatīvu un vērtējumu (kritēriju) apjomu un sasaisti lēmuma pieņemšanas procesā. Tās aptver gan individuālo lēmuma pieņemšanas loģiku, gan lēmuma pieņemšanai svarīgās pašvadības metakognīcijas.

Petersons (*Peterson u. a.*, 1996, 438) šīs metakognīcijas iedala šādi:

- saruna ar sevi (*self-talk*) (piemēram, pozitīvi: „Es ticu, ka izvēlēšos pareizo profesiju,” negatīvi: „Es pavisam noteikti izdarīšu nepareizo izvēli.”);
- sevis saprašana (*self-awareness*), t. i., paša izpratne un „sarunas ar sevi” klasificēšana par pamatu atbilstošai reakcijai (piemēram: „Es esmu šausmās par to, ka neesmu spējīgs pieņemt labu ar profesiju saistītu lēmumu!”);
- novērošana un kontrole (*monitoring and control*), t. i., rīcības varianta un informācijas apjoma piemērotības novērtēšana problēmas risināšanas soļiem (piemēram: „Man jāizmanto darba konsultēšana manas problēmas risināšanai,” vai: „Nav jēgas turpināt meklēt informāciju par šīs profesijas nākotnes izredzēm, jo prognozes ir pārāk spekulatīvas!”).

5.1.3. Profesiju raksturojošās informācijas gaidas un struktūra individuālajā konsultēšanā

Vācijas Federālā nodarbinātības dienesta Darba tirgus un nodarbinātības izpētes institūta apjomīgā inovatīvā pētījumā par materiāliem, kas informē par profesijām, „Profesionālās izglītības arodu vērtējums no uzņēmumu viedokļa” (*Seidel*, 1995) tika pētīti citi uz pieprasījumu orientētās informācijas aspekti attiecībā uz profesiju saistīto lēmumu pieņemšanas procesiem. Viens no pētījuma priekšmetiem bija saistība starp klienta iesaistīšanos konsultēšanas sarunās, viņa informācijas gaidām un viņa subjektīvo novērtēšanu attiecībā uz profesiju raksturojošo informācijas piedāvājumu caur medijiem.

Uzmanības centrā atradās divi aspekti, proti, informācijas pieprasījums attiecībā uz tādu lēmumu, kas saistīti ar personu un ar profesiju, pieņemšanas procesu.

Pētījums tika veikts 70 Nodarbinātības aģentūras nodaļās (darba konsultēšana un ar profesijām saistītā konsultēšana) un ietvēra standartizētu interviju ar klientu pirms individuālās konsultēšanas, sarunu novērošanu, standartizētu interviju ar klientu un ar konsultantu pēc konsultēšanas. Kopumā tika izvērtētas 135 konsultēšanas.

Tālāk atainoti pētījuma rezultāti (sk. arī *Ertelt, Möller, Schade, Zeidel, 1997*).

Galvenais priekšnosacījums informācijas uzņemšanai un izmantošanai konsultēšanā ir klienta iekšējā iesaistīšanās. Nozīmīgākais parametrs tās noteikšanai ir svarīgums, kādu klients piedēvē sarunai.

Gandrīz 95 % klientu gaidāmo konsultēšanu uzskatīja par „diezgan svarīgu” vai „ļoti svarīgu”. Turklāt attiecībā uz kategoriju „ļoti svarīgi” vērojama ļoti skaidra atšķirība starp pieaugušajiem (darba konsultēšana, turpmāk tekstā – DK) un jauniešiem (ar profesijām saistītā konsultēšana, turpmāk tekstā – PK): DK 69,3 %, PK 45 %. Daudziem DK klientiem konsultēšanas sarunas bija eksistenciāli svarīgas tāpēc, ka viņiem aktuāli bija kvalifikācijas celšanas un pārkvalificēšanās finansiālie jautājumi. Taču šo efektu radīja tikai un vienīgi sievietes, kuras no darba konsultēšanas gaidīja īpašu palīdzību viņu ar profesiju saistītajām problēmām.

Arī attiecībā uz pozīciju lēmuma pieņemšanas procesā starp DK un PK klientiem pastāvēja atšķirības. Piektdaļa (21 %) DK klientu vēl atradās sākuma fāzē, pārsteidzošā kārtā tas pat bija vairāk par PK klientiem (15 %). Turpretim 50 % jauniešu (PK) atradās profesionālo alternatīvu apsvēršanas fāzē (tātad jau bija ierobežojuši savu risinājuma telpu), kamēr no DK klientiem turpat atradās 39 %.

Izlemšanas fāzē atradās 15 % DK klientu un 17 % PK klientu; pēcizlemšanas un realizēšanas fāzē atradās 25 % DK klientu un 18 % PK klientu.

Liels segments to klientu, kuri uz konsultēšanu bija atnākuši ar jau pieņemtiem lēmumiem, sniedz svarīgas norādes attiecībā uz informācijas menedžmentu, resp., ka papildus lēmuma sagatavošanai jāņem vērā lēmuma apstiprināšana, pieņemšana un arī realizēšana.

Tika konstatēti četri labi interpretējami faktori (izskaidro 67 % gadījumu).

1. faktors reprezentē kritēriju informāciju profesionālo alternatīvu novērtēšanai:
 - noteiktu profesiju priekšrocības un trūkumi;

- noteiktu profesiju izredzes un risks darba tirgū;
 - kādas ir paša klienta profesionālās stiprās puses?
2. faktors apvieno vēlmi pēc informācijas iegūšanas paša ar profesiju saistītās problēmsituācijas definēšanai, tālākai pieejai, kā arī informāciju par iespējamajiem šķēršļiem tālākizglītībā un darba gaitās.
 3. faktors ietver vēlmi pēc informācijas par fleksibilitāti, kas saistīta ar profesiju, mobilitāti un atbilstošu palīdzību no Nodarbinātības dienesta.
 4. faktors apvieno vēlmi pēc informācijas iegūšanas pieņemtā lēmuma apstiprināšanai un tā realizēšanai.

Kā liecina analīzes rezultāti, informācijas pieprasījumu pirms sarunām nosaka piederība dzimumam, konsultēšanas veids (ar profesijām saistītā konsultēšana jauniešiem un darba konsultēšana pieaugušajiem) un aktuālā pozīcija lēmuma pieņemšanas procesā:

- klientes sievietes vairāk nekā klienti vīrieši meklē informāciju problēmas definēšanai (2. faktors);
- klienti, kuri vēl nav pieņēmuši lēmumu, vairāk nekā klienti, kuri jau ir pieņēmuši lēmumu, gaida informāciju par kritērijiem alternatīvu novērtēšanai (1. faktors);
- turpretim klienti, kuri ir pieņēmuši lēmumu, vairāk vēlas saņemt informāciju pieņemtā lēmuma apstiprināšanai un realizēšanai (4. faktors);
- pieaugušie vairāk nekā jaunieši jautā pēc informācijas par mobilitāti, kas saistīta ar profesiju, un par Nodarbinātības aģentūras finansiālo palīdzību (3. faktors).

Nākamajā posmā tika pārbaudīts, kādā apmērā esošie mediji ar dažādām tēmām varēja apmierināt šīs informācijas gaidas, t. i., cik daudz tas bija orientēts uz pieprasījumu.

Tika konstatēts, ka 1.–3. faktorā reprezentētās klientu vēlmes ir labi apmierināmas, taču tas nav iespējams attiecībā uz 4. faktorā ietvertajiem aspektiem.

Konsultēšanas laikā un pēc tās veiktie pētījumi sniedza vairākas turpmākajam informācijas menedžmentam svarīgas norādes. Tā, piemēram, pieaugušajiem daudz vairāk nekā tika gaidīts bija novērojama profesijas izvēlei raksturīgā rīcība attiecībā uz profesionālo tālākizglītību, kādu parasti var novērot tikai pirmās profesijas izvēles modeļiem. Tādējādi tikpat kā nav pamatojamas informācijas un konsultēšanas metodiku atšķirības starp konsultēšanu, kas saistīta ar profesijām, un nodarbinātības konsultēšanu.

Tas nešķiet nepieciešams arī tāpēc, ka rezultāti norāda uz tendenci, ka jaunieši, jau izvēloties profesiju pirms arodmācību beigšanas, ļoti intensīvi domā par vēlāko situāciju darba tirgū un nepieciešamo profesionālo fleksibilitāti. Tātad viņi ļoti precīzi apzinās, ka atrodas ar profesiju saistītā pārejas stadijā.

Citi rezultāti liecina, ka konsultēšana ļoti bieži bija spējusi veicināt individuālo lēmuma pieņemšanas procesu, taču jāņem vērā, ka 60 % gadījumu nebija iespējams pārvarēt nespēju izšķirties starp profesionālajām alternatīvām. Tas, ka 33 % klientu, kuri jau bija pieņēmuši lēmumu, vēlreiz atgriezās alternatīvu apsvēršanas pakāpē, noteikti nav uzskatāms par soli atpakaļ.

Kritiski uz pieprasījumu orientētās informācijas aktivitātes kontekstā ir jāvērtē tas, ka konsultanti tikai aptuveni spēj noteikt, kurā problēmas risināšanas procesa fāzē viņu klienti atrodas. Klientu pašnovērtējumam būtu labāk jāsakrīt ar konsultantu novērtējumu. Tādējādi konsultēšanā bieži vien trūkst pamatnosacījumu efektīvam, uz pieprasījumu orientētam informācijas menedžmentam.

5.1.4. Informācijas nepieciešamība un mediju izmantošana no klientu un Vācijas Nodarbinātības aģentūras konsultēšanas dienesta darbinieku puses

Vācijas Federālās nodarbinātības aģentūras (turpmāk tekstā – NA) konsultēšanas dienestu mediju novērtēšanas pētījuma (Zeidel, 1997) ietvaros, izmantojot reprezentatīvu atlases pārbaudi, bija iespējams tālāk diferencēt konsultēšanas informācijas menedžmenta lēmuma pieņemšanas teorētisko modeli.

Turpmāk atspoguļotie rezultāti balstās uz 1053 klientu, 1068 konsultantu, 244 skolotāju un 251 NA darbinieka izteikumiem, kuri tika iegūti standartizētās intervijās 1996. gada rudenī.

Klientu gaidas no konsultēšanas Nodarbinātības aģentūrā vai no Profesiju informācijas centra (turpmāk tekstā – PIC) apmeklējuma norāda uz lielu iesaistīšanās gatavību. Gandrīz 90 % šo apmeklējumu uzskatīja par „diezgan svarīgu” vai „ļoti svarīgu”. Atšķirības parādās atkarībā no lēmuma pieņemšanas fāzes. Klienti, kuri gaidīja tūlītēju palīdzību, NA/PIC apmeklējumu par svarīgu uzskatīja ievērojami vairāk.

Attiecībā uz lēmuma pieņemšanas procesu aptuveni 17 % klientu vēl atradās sākuma fāzē (1. pakāpe), bet trešdaļai jau bija alternatīvas, taču tās

vēl tika apsvērtas (2. pakāpe). Aptuveni 23 % jau bija izlēmuši, bet vēlējās iegūt vairāk atbalsta pieņemtajam lēmumam (3. pakāpe). Ceturtdaļa gaidīja palīdzību viņu lēmumu realizēšanai (4. pakāpe).

Kā jau agrākos pētījumos pierādīts, attiecībā uz līdz šim pārsvarā izmantotajiem informācijas avotiem īpaša nozīme ir draugiem/paziņām un ģimenei. Nākamie avoti ir Profesiju informācijas centrs, kā arī laikraksti un žurnāli, no kuriem atpaliek Nodarbinātības aģentūras materiāli, ar profesijām saistītā konsultēšana un informatīvie pasākumi skolās. Taču arī šeit pastāv atšķirības atkarībā no konkrētās pozīcijas lēmuma pieņemšanas procesā:

Draugi, paziņas	1.–4. pakāpe, īpaši 2. pakāpe
Ģimene (vecāki, laulātais draugs)	1.–3. pakāpe
Profesionālais informācijas centrs	2. un 3. pakāpe
Nodarbinātības konsultēšana	4. pakāpe
Ar profesijām saistītā konsultēšana	3. un 2. pakāpe
Skola, skolotāji, augstskola	3. pakāpe
Nodarbinātības aģentūras materiāli	2. un 3. pakāpe, arī 4. pakāpe
Laikraksti	4. pakāpe

Atbildēs uz jautājumu par indivīdiem svarīgākajām tēmām izteikti atspoguļojās tā brīža ekonomiskā situācija. Visvairāk tika minētas „Situācija prakses vietu tirgū vai noteiktu profesiju darba tirgū”, „Priekšnoteikumi un prasības mācībām / kvalifikācijas celšanai / nodarbinātībai”, „Finansiālā palīdzība mācībām / kvalifikācijas celšanai bezdarba vai darba gaitu atsākšanas gadījumā”.

Interese par mācībām, praksi vai darba iespējām ārvalstīs ierindojās pēdējā vietā no piedāvātajām tēmām.

Kopumā klienti par diezgan svarīgām līdz ļoti svarīgām uzskatīja 9 no 13 piedāvātajām tēmām. Tas norāda uz lielo pieprasījumu pēc dažādas informācijas, kas varētu būt rezultāts diferencētajam skatījumam uz problēmām.

Izmantojot diskriminācijas analīzi, tika atklāta arī sakarība starp esošo situāciju problēmas risināšanas procesā un atbilstošās ar profesijām saistītās informācijas pieprasījumu.

1. *Problēmas definēšanas fāzē* klienti vēlas saņemt informāciju par priekšnoteikumiem un prasībām mācībām, kvalifikācijas celšanai vai jaunām

darba gaitām, par ienākumu līmeni noteiktās profesijās, par finansiālo palīdzību no Nodarbinātības dienesta un par svarīgiem aspektiem, izvēloties vai mainot profesiju.

2. Klienti, kuri *nevar izšķirties starp profesionālajām alternatīvām*, jautā pēc informācijas par arodmācību vai studiju saturu un prasībām. Turklāt viņiem svarīga ir arī informācija par mācību vai darba iespējām ārvalstīs.
3. Klienti, kuri *jau precīzi zina, kādā profesijā vēlētos strādāt*, augstu vērtē informāciju par mācībām / darba iespējām ārvalstīs, par noteiktu profesiju prestižu un karjeras iespējām, par darba nosacījumiem un par noteiktu profesiju darba tirgus attīstību.
4. Klienti, kuri uz konsultēšanu nāk *iegūt informāciju realizēšanai*, vēlas uzzināt par citām institūcijām, kuras izsniedz informāciju, par Nodarbinātības aģentūras konsultēšanas un starpniecības piedāvājumiem, par finansiālo palīdzību mācībām un kvalifikācijas celšanai un par bezdarba pārtraukšanu.

Pētījums sniedza arī svarīgas norādes saskarnes veidošanai starp lēmu- ma pieņemšanai svarīgas informācijas piedāvājumu un pieprasījumu. Visas aptaujāto grupas norādīja uz *personiskas palīdzības nepieciešamību* mediju piedāvājuma lietošanā. Šo prasību var izskaidrot kā reakciju uz atsevišķiem lietotājiem grūti pārskatāmo diferencēto informācijas piedāvājumu pārbagātību. Tāpēc arī parādās vēlme pēc sazarotām un reģionalizētām sistēmām, kuras ir adaptējamas individuāliem jautājumu formulējumiem un meklēšanas paņēmieniem.

5.1.5. Kā klienti izmanto Vācijas Nodarbinātības aģentūras medijus un Profesionālās informācijas centru

Bādenes-Virtembergas Federālā nodarbinātības dienesta uzdevumā veiktā empīriskā pētījuma mērķis bija noskaidrot Nodarbinātības aģentūras klientu viedokli par mediju nodrošinājumu un pašinformēšanās iespējām. Tālāk atainots pārskats par pētījuma rezultātiem (sk. arī *Ertelt, Hesse, 1999*).

1. Starp klientiem, kuri apmeklē vai neapmeklē PIC, pastāv statistiski būtiskas atšķirības:

- PIC apmeklētājus vairāk interesē jautājumi par kvalifikācijas celšanu, informācija par noteiktām profesijām, zināšanas par pašu stiprajiem pusēm un trūkumiem un darba gaitām ārvalstīs;
 - tos, kuri neapmeklē PIC, vairāk interesē Nodarbinātības aģentūras finansiālā palīdzība.
2. Attiecībā uz aktuālo stāvokli problēmas risināšanas procesā var novērot, ka PIC apmeklētāji biežāk nevar izšķirties starp profesionālajām alternatīvām, tāpēc viņi acīmredzami vairāk gaida informāciju attiecīgo alternatīvu novērtēšanai (kritērijus). PIC neapmeklētāju vidū nedaudz lielāks ir to klientu skaits, kuri jau ir pieņēmuši lēmumu, un tāpēc meklē realizēšanas palīdzību.
 3. Attiecībā uz atbildēšanas veidu, uzdodot ar profesiju saistītos jautājumus, PIC neapmeklētāji vairāk dod priekšroku personiskām sarunām Nodarbinātības aģentūrā, izteikti mazāk vēlas saņemt rakstiskus materiālus un arī nākotnē informācijas iespējas, resp., PIC, vēlas izmantot ievērojami mazāk. Līdzīga aina veidojas arī par atbildēšanu uz jautājumiem ar interneta un datora starpniecību. Tomēr ir jāatzīmē, ka abās grupās tikai nedaudz respondentu par interneta un datora izmantošanu ar profesiju saistīto jautājumu noskaidrošanai ir augstās domās.
 4. PIC apmeklētājiem ir izteikti augstāks izglītības līmenis. Ar izglītības līmeni ir saistītas vairākas citas iezīmes, pēc kurām iespējams noteikt riska grupu: informācijas sistēmu izmantošana pamatskolas beidzējiem šķiet mazāk atraktīva nekā klientiem, kuri beiguši reālskolu vai ģimnāziju. PIC apmeklētāji ir ievērojami jaunāki (vidēji 29 gadi) nekā neapmeklētāji (vidēji 37 gadi). Profesiju apgūstošo un studējošo grupā tikpat kā nav neviena, kurš neapmeklētu PIC (attiecīgi 91 % un 95 %). No klientiem, kuri ir bezdarbnieki vai māsasaimnieces, PIC apmeklē tikai retais.
 5. Individuālā stāvokļa novērtēšana lēmuma pieņemšanas procesā arī šeit ir pierādījusi sevi kā svarīgu palīg līdzekli klientu atšķirīgo informācijas vajadzību atpazīšanai. Izteiktāka diferenciācija pastāv attiecībā uz speciālo informāciju par profesijām. Tā galvenokārt ir vajadzīga klientiem, kuri vēlas salīdzināt alternatīvas. Speciālā informācija par noteiktām profesijām mazāk svarīga ir klientiem, kuri vēlas iegūt vairāk atbalsta jau pieņemtam lēmumam. Mazāk svarīga viņiem ir arī informācija par darbavietas meklēšanu/kandidēšanu uz darbavietu/darba intervijām un par pašu stiprajiem pusēm un trūkumiem. Neatkarīgi

no aktuālās pozīcijas lēmuma pieņemšanas procesā visiem klientiem vissvarīgākā ir savas profesionālās nākotnes noskaidrošana.

6. Interesanti rezultāti ir *vecuma sadalījuma* pa lēmuma pieņemšanas pakāpēm izvērtējumam. 2. pakāpē (alternatīvu apsvēršana) pārsvarā ir gados jaunāki apmeklētāji, turpretī 3. pakāpē (realizēšanas palīdzība pēc pieņemta lēmuma) vairāk ir pārstāvēti gados vecāki apmeklētāji. Tātad gados vecāki apmeklētāji uz nodarbinātības dienestu parasti ierodas „vairāk izlēmuši”. Uzkrītoši ir arī tas, ka, vecumam palielinoties, pieaug arī *vajadzība pēc personiskas konsultēšanas*.
7. Klientus iedalot pa lēmuma pieņemšanas pakāpēm atkarībā no izglītības līmeņa, ir redzams, ka 1. pakāpē – „Vēl nezinu, ko profesionāli darīt tālāk” – galvenokārt ir pārstāvēti pamatskolas beidzēji. Reālskolu vai ģimnāziju pabeigušie apmeklētāji, apmeklējot PIC, caurmērā jau ir sasnieguši progresu problēmas risināšanas procesā. Pamatskolu beigušie apmeklētāji vairāk nekā citi dod priekšroku personiskām sarunām Nodarbinātības dienestā. Jo augstāks ir izglītības līmenis, jo lielāka varbūtība ir pieejai interneta pieslēgumam (šeit pastāv īpaši skaidra korelācija).
8. Aplūkojot lēmuma pieņemšanas stāvokli atkarībā no profesionālā statusa, skaidrāk izceļas 7. punktā lasāmie izteikumi, t. i., apmeklētāji ar zemu profesionālo statusu biežāk atrodas problēmas risināšanas procesa sākuma fāzē, turpretim apmeklētāji ar augstu profesionālo statusu – tālākā lēmuma pieņemšanas fāzē. Viegli saprotams šķiet fakts, ka relatīvi liela bezdarbnieku daļa vēl atrodas problēmas risināšanas procesa sākuma fāzē, tātad viņiem ir nepieciešama lielāka orientēšanās palīdzība (problēmu definēšana).

No pētījuma rezultātiem izrietošo *pašinformēšanas* lielo izmantošanu kopumā var novērtēt pozitīvi. Taču pašinformēšanas optimizēšanai noteikti nepieciešama šādu faktoru ievērošana: vecums, vispārējās izglītības līmenis, profesionālās izglītības līmenis un profesionālais statuss.

Neatkarīgi no tā galvenais parametrs ir individuālā situācija lēmuma pieņemšanas vai problēmas risināšanas procesā, un informācijas piedāvājuma un informācijas vadības sistēmas diferenciacijai uz to ir jākoncentrējas.

Aplūkojot rezultātus, ir skaidri redzams, ka pašinformēšanās sistēma vienmēr ir jākombinē ar *personiskās konsultēšanas piedāvājumiem*. Šāda apvienotā sistēma ir nenoliedzami nepieciešama, lai palīdzētu īpašajām mērķa grupām darba tirgū (sk. arī Ertelt, Muswieck, 2000).

5.1.6. Individuālās lēmumu pieņemšanas stratēģijas profesiju izvēles procesā

Vegmans (*Wegmann, 2005*) ir veicis pētījumu par rīcības modeļiem, uz kuriem balstās individuālā profesionālās karjeras lēmumu pieņemšana. Izmantojot atklātas intervijas, kas balstās naratīvās intervijas biogrāfiskā brīvā stāstījuma metodoloģijā, tika pētīti piecu cilvēku (vecumā virs 28 gadiem) lēmumu pieņemšanas procesi, veicot profesijas izvēli.

Zemāk redzamā tabula ataino literatūrā diskutētās un izvērtēšanā izmantotās lēmumu pieņemšanas stratēģijas. Tās var nodalīt pēc trim izziēm:

- 1) alternatīvu un/vai to atribūtu meklēšanas parametri;
- 2) meklēšanas pārtraukšanas parametri;
- 3) alternatīvas izvēles lēmuma pieņemšanas parametri (sk. *Gigerenzer, Zelten, 2002, 8*).

5.1. tabula

Atsevišķo lēmumu pieņemšanas stratēģiju meklēšanas, meklēšanas pārtraukšanas un lēmuma pieņemšanas parametri*

<i>Heiristiku piemēri</i>	<i>1. Meklēšanas parametrs</i>	<i>2. Meklēšanas pārtraukšanas parametrs</i>	<i>3. Lēmuma pieņemšanas parametrs</i>
Optimizēšana	Bez meklēšanas parametriem, jo kā priekšnoteikums tiek izvirzītas pilnīgas zināšanas par visām iespējamajām alternatīvām un atribūtiem	Bez meklēšanas pārtraukšanas parametriem, jo meklēšana nav jāveic	Pēc relevances sarindoto atribūtu vērtības tiek sasummētas. Lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai, kuras atribūtu vērtība ir visaugstākā
Suboptimizēšana	Bez noteiktiem meklēšanas parametriem	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz tai pieliktās pūles pārsniedz ieguvumu no lēmuma pieņemšanas optimizēšanas	Pēc relevances sarindoto atribūtu vērtības tiek sasummētas. Lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai, kuras atribūtu vērtība ir visaugstākā
Apmierinātība	Meklēšanas parametri pēc nejaušības principa	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz kāda alternatīva atbilst „apmierinātības līmenim”	Lēmuma pieņemšana par labu pirmajai alternatīvai, kura atbilst „apmierinātības līmenim”

<i>Heiristiku piemēri</i>	<i>1. Meklēšanas parametrs</i>	<i>2. Meklēšanas pārtraukšanas parametrs</i>	<i>3. Lēmuma pieņemšanas parametrs</i>
Inkrementālisms	Alternatīvu meklēšana, kuras tikai nedaudz atšķiras no izejas stāvokļa	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz ir atrasta alternatīva, kura ir izejas stāvokļa uzlabojums	Lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai, kura tikai nedaudz atšķiras no izejas stāvokļa, tomēr ir tā uzlabojums
”Minimālisma” heiristika	Būtiska alternatīvām atšķirīga atribūta meklēšana pēc nejaušības principa	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz ir atrasts atribūts, kurš alternatīvām ir atšķirīgs	Lēmuma pieņemšana par labu pazīstamai alternatīvai. Ja nav pazīstamas alternatīvas vai ja abas ir pazīstamas, lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai ar augstāko izvēlēta atribūta vērtību
„Nem pēdējo” heiristika	Atribūta meklēšana, ar kuru tika pārtraukta meklēšana iepriekšējā lēmuma pieņemšanas situācijā	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz ir atrasts atribūts, kurš alternatīvām ir atšķirīgs	Lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai ar augstāko izvēlēta atribūta vērtību
„Nem labāko” heiristika	Atribūta meklēšana, kuram ir lielāks spēks lēmuma pieņemšanai	Meklēšana tiek pārtraukta, tiklīdz ir atrasts atribūts, kurš alternatīvām ir atšķirīgs	Lēmuma pieņemšana par labu alternatīvai ar augstāko izvēlēta atribūta vērtību
Pieejamības heiristika	Meklēšanu definē vieglums, ar kādu informācija tiek atsaukta atmiņā vai ar kādu tā tiek ģenerēta	Bez noteikumiem meklēšanas pārtraukšanas parametriem	Lēmuma pieņemšana ir atkarīga no viegluma, ar kādu informācija tiek atsaukta atmiņā vai ar kādu tā tiek ģenerēta
Reprezentācijas heiristika	Bez noteikumiem meklēšanas parametriem	Bez noteikumiem meklēšanas pārtraukšanas parametriem	Lēmuma pieņemšana, balstoties uz pieņemtu saskaņu („reprezentatīvitāti”) starp novērtējamo objektu un noteiktu populāciju
Fiksēšanās/pielāgošanās heiristika	Meklēšana tiek orientēta pēc izejas vērtības vai izejas situācijas	Bez noteikumiem meklēšanas pārtraukšanas parametriem	Lēmuma pieņemšana tiek orientēta pēc izejas vērtības vai izejas situācijas (fiksētājs)

* Vegmann, 2005, 25.

Rezultāti liecina, ka visbiežāk tiek izmantotas vienkāršākās lēmumu pieņemšanas stratēģijas, proti, heuristikas un inkrementālisma stratēģijas – pēdējā no tām atpaliek izmantošanas biežuma ziņā. No kopumā 31 klasificējamās stratēģijas tikai viena lēmuma pieņemšanas gadījumā varēja konstatēt tendenci uz optimizēšanas stratēģiju, resp., uz racionālu rīcību.

Neviens no aptaujātajiem savas profesionālās karjeras visu lēmumu pieņemšanai neizmantoja tikai vienu rīcības modeli, bet parasti trīs līdz četrus atšķirīgus rīcības modeļus.

Ar profesiju saistīto lēmumu pieņemšanā kā īpaši būtiski izkristalizējas šādi kritēriji (sakārtoti pēc nosaukšanas biežuma):

- 1) pirmskvalifikācija vai izšķiroša iepriekšējā pieredze;
- 2) vēlme nopelnīt naudu vai nodrošināt uzturlīdzekļus;
- 3) ģimenes ietekme;
- 4) brīvā laika aktivitātes;
- 5) interese vai prieks, darot konkrētu darbu;
- 6) mācību, darba vai studiju vietas tuvums;
- 7) draugu ietekme;
- 8) iekšējā vēlme vai sen lolots sapnis.

Balstoties uz pētījuma rezultātiem, Vegmans (*Vegmann, 2005, 109*) izdara hipotētisku secinājumu, ka ar vecuma palielināšanos pieaug gatavība rēķināties ar radikāliem lūzumiem un lielu piepūli, lai realizētu vēlmi strādāt vēlamajā profesijā. Palielinoties pieredzei un nobriestot personībai, ar profesiju saistīto lēmumu pieņemšanas faktoru cēloniskums arvien izteiktāk pārvietojas no ārējas motivācijas uz iekšēju motivāciju.

Ar profesijām saistītajai konsultēšanai īpaši svarīgi ir rīcības varianti ārēji noteiktos lēmumu pieņemšanas brīžos, piemēram, beidzot skolu un izvēloties profesiju. Intervijas parādīja, ka aptaujātie cilvēki, neraugoties uz to iepriekšparedzamību, šķietami nebija gatavi šīm pārejām, jo lēmumu pieņemšanā bija jūtama nepārliecinātība un viegla ietekmējamība.

Metodiski līdzīgu pētījumu (*Trisoglio-Wanka, 2008; Wresch, 2008*) rezultāti rāda, ka profesionālās karjeras sākumā, t. i., izvēloties pirmo profesiju, pārsvarā tiek izmantota *satisfikācijas stratēģija*, un lielāko daļu aptaujāto tas noved pie sociālo paraugu (pārsvarā – vecāku) atdarināšanas. Tā definējama kā *viena cēloņa lēmuma pieņemšana (one-reason-decision-making)*.

Profesionālās karjeras attīstības laikā, tad, kad beidzot ir veikta vēlamā darbības virziena izvēle, parādās *inkrementālās stratēģijas*: aptaujātie

izvēlējās stratēģijas, kuras viņus pakāpeniski tuvināja viņu patiesi nozīmīgajiem mērķiem.

Kopumā šajā aspektā ir atrodamas konkrētas norādes uz Dž. Krumbolca (*Krumboltz*, 2003; sk. arī *Mitchell, Levin, Krumboltz*, 1999; *Krumboltz, Lewin*, 2004) rīcības modeļiem **gadījuma pieejas** nozīmē.

Šī metode uzsver neplānotu, izdevīgu notikumu izmantošanu, un tās nolūks ir indivīdiem palīdzēt virzīties uz apmierinošu dzīvi tā vietā, lai koncentrētos uz racionālu lēmumu pieņemšanu.

Konsultēšana, kas balstās uz šo metodi, iesaka šādus piecus soļus.

1. Izskaidro klientam, ka nejaušība, izvēloties profesiju un to attīstot, ir normāla un nepieciešama parādība.
2. Atbalsti klientu, identificējot to, kas varētu bagātināt viņa profesionālo dzīvi.
3. Izmanto klienta pozitīvo pieredzi par neplānotiem notikumiem kā pamatu rīcības ieteikumiem.
4. Atbalsti klientu, lai viņš nākotnē atpazītu un izmantotu izdevīgus gadījumus.
5. Panāc, lai klients ir spējīgs identificēt tos uzskatus un ārējos šķēršļus, kuri kavē konstruktīvu rīcības modeļu realizēšanu.

Uz šo rezultātu fona, ņemot vērā konsultēšanas pieaugošo nozīmi izglītībā, profesionālajā izglītībā un nodarbinātībā, ļoti svarīgi ir tas, ka racionāli orientētās teorijas, konsultēšanas zinātnei attīstoties, tiek relativizētas (sk. arī K. Širsmane (*Ch. Schiersmann*), 2007, 150).

5.2. Informācijas strukturālā metodika (ISM)

Konsultantu lomu daudzās uz profesijām attiecinātās konsultēšanas sistēmās jauniešiem un pieaugušajiem ietekmē vairāki specifiski ietvarnosacījumi: ierobežots konsultēšanas ilgums, minimāls kontaktēšanās biežums, bieži vien tikai vienreizēja konsultēšana, liels eksistenciālo problēmu spiediens (galvenokārt pārejas procesos), piem., skola – arodizglītība, un frikcijas profesionālajā karjerā, augstas gaidas attiecībā uz konsultanta diagnosticējamām, profesijas raksturojošām, darba tirgus un starpnieciskajām kompetencēm. Iepriekš nosauktajam bieži vien klāt nāk arī konsultanta

atbildība finansiālā atbalsta meklēšanā mācībām un kvalifikācijas celšanai, bezdarba pārtraukšanai, kā arī mobilitātes pasākumiem.

No tā izriet, ka nodarbinātības konsultantiem, lai atbilstu starptautiski vispārpieņemtām ētikas vadlīnijām un tiesiski institucionāliem ietvaru nosacījumiem savā darbības nozarē, jāapvieno dažādas un daļēji konfliktējošas lomu prasības.

Konsultēšanas teorijas tam piedāvā dažādas atbildes, un konsultēšanas realitāte arī ir pārāk daudzveidīga, lai šo jautājumu varētu atrisināt tikai pēc vienas noteiktas metodes.

Korejs (*Corey*, 1990, 429) pēc dažādu empīrisku pētījumu par klīnisku un vispārīgo konsultēšanas darbu izvērtēšanas prognozē pieaugošu teorētiskās orientēšanās konvergenci un integrāciju un konstatē „kreatīvas sintēzes, brīvas integrācijas un sistemātiska eklektisma” tendences.

M. Hofers un Č. Papastefanu (*Hofer, Papastefanu*, 1996, 52) zinātnisko teoriju maz izteiktajai izmantošanai pedagoģiski psiholoģiskajā konsultēšanas praksē saskata šādus cēloņus.

1. Svarīgām problēmu sfērām vēl neeksistē **drošas teorijas**; daudzām metodēm vai modeļiem ir **kompleksitātes trūkumi**, t. i., tās tikpat kā nepiedāvā konkrētus lēmumu pieņemšanas noteikumus rīcībai. Tāpēc konsultantam bieži vien, izmantojot dažādus saistītus teorijas elementus, jākonstruē sava „naīva” teorija vai jābalsta sava rīcība uz mēģinājumiem un kļūdām.
2. Tieši skolotie praktizējošie konsultanti jaunus pētnieciskos secinājumus bieži vien uzskata par triviāliem, jo tie atklāj šķietami pašsaprotamus un jau sen zināmus rīcības modeļus. Cilvēki, tieši pretēji, tiecas noraidīt jaunas zināšanas, kuras ir pretrunā ar pašu pārlicību, vai nešķirties no zināšanām, lai arī to piemērotība praksei nekad nav tikusi nopietni pārbaudīta.
3. Tomēr pat tad, ja jauni zinātniskie secinājumi tiek pieņemti esošajā zināšanu sistēmā, tas vēl negarantē to realizēšanu konsultēšanas darbībā. Iemesli tam var būt pretrunas ar individuālajiem konsultēšanas uzskatiem, nepiemēroti darba nosacījumi vai nepietiekama izglītība.
4. Un kā pēdējais – **teorijas un prakses nekongruences** (neatbilstības) problēmas, piemēram, kad neizdodas klientam izskaidrot noteiktās teorijās balstītus rīcības modeļus.

Kopumā var pieņemt, ka lielākā daļa praktizējošo konsultantu apzināti vai neapzināti balstās uz teorijām vai rīcības modeļiem un arī paši savu darbu uzskata par zinātniski pamatotu. Ietekmējošie uzskati gan

galvenokārt ir vispārinātas teorijas par problēmām un to cēloņiem, kā arī atbilstošiem rīcības modeļiem, rekomendējot, piemēram, uz klientu centrētus rīcībanalītiskus vai sistēmt teorētiskus konceptus.

Pēc Hofera un Papastefanu (1996, 54), konsultēšanas darbība varētu būt teorētiski pamatota, „ja topošie konsultanti jau studiju laikā iegūtu maksimāli plašas pārskata zināšanas, apgūtu zinātnes valodu un iemācītos apgūtās teorijas izmantot praksē”.

Kopumā arī attiecībā uz karjeras konsultēšanu var pieņemt, ka eklektiskā konsultēšanas metodika kļūs par patstāvīgu attīstības nozari (sk. Kraits (*Crites*, 1981, 168); Gibsons un Mičels (*Gibson, Michel*, 1990, 139)).

Informācijas strukturālā metode (ISM) ir **eklektiska metode ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanas konsultēšanai**. Tā ir deskriptīvi orientēta, t. i., tā neapņemas, **kā jārisina** ar karjeru saistītas problēmas, bet gan orientējas uz klienta **faktiskās** lēmuma pieņemšanas procesu. Izmantotajā individuālā lēmuma pieņemšanas procesa modeli, tā fāzēs un informācijas apstrādes pakāpēs, kā arī attiecībā uz to pavadošajām emocijām, konsultanta darbībai ir hipotēzes ģenerējošs un diagnostisks raksturs.

ISM, tāpat kā visām citām metodēm, ir jābūt novērtējamai pēc tā, kādu ieguldījumu tā var dot konsultēšanas darbībā konkrētās problēmsituācijās. Praktizējošajam konsultantam dažādu procesa fāžu pārvarēšanai ir nepieciešamas attiecīgas speciālās zināšanas (sk. *Hofer, Papastefanu*, 1996, 25).

1. Zināšanas par mērķi ietver normatīvas pārdomas, kuras kalpo klienta formulēto problēmu strukturēšanai un klasificēšanai. Nosakot ar konsultēšanas palīdzību sasniedzamo vēlamu stāvokli, jau tiek pieņemts pirmais mērķa lēmums.

Uz normām attiecināta domāšana ir nepieciešama, ja vispārīgais mērķis „Palīdzība pašpalīdzībai” ir jāpārveido atkarībā no konkrētā gadījuma specifikas. Tieši karjeras konsultēšanā šajā aspektā ir jānodrošina indivīdam un situācijai piemērota attiecība starp aktīvu palīdzību un prasību ļaut klientam pašam atrast savu ceļu.

Tādējādi līdzekļu izvēle, apzinoties atbildību, nevar notikt bez normu apsvēršanas, jo ne katrs rīcības veids, kas sola efektivitāti, var tikt konsultatīvi akceptēts.

Par svarīgu atbalstu konsultēšanas darbības pozicionēšanā kalpo lielo nacionālo un starptautisko konsultantu asociāciju akceptētās ētikas vadlīnijas (sk. *Ertelt, Schulz*, 1997, 365 un 407; *Schulz*, 2000).

2. **Diagnostiskās zināšanas** ISM spēlē svarīgu lomu, īpaši attiecībā uz individuālo informācijas deficītu veida un apjoma noteikšanu lēmumu pieņemšanas procesos.

Problēmas definēšanas fāzē šīs zināšanas kalpo vēlmju, kā arī reālā un vēlamā nesaskaņas starp tagadējo stāvokli un panākumu gaidām precīzai noteikšanai (procedūrai sagatavojoša diagnostika).

Konsultēšanas procesā ir nepieciešama informācija par klienta garīgo stāvokli un progresu. Tam ir nepieciešama procedūru pavadoša diagnostika, resp., norises diagnostika, vai arī formatīva novērtēšana.

Iespējamo citu seku intervences iedarbības un mērķa sasniegšanas pakāpes noteikšanai kalpo procedūru noslēdzošā diagnostika (summējošā novērtēšana).

3. **Zināšanas par objektu** ietver teorētiski pamatotas zināšanas par klienta problēmām un iespējamiem cēloņiem.

Caur tām konsultants iegūst pieturas punktus problēmu precīzai jēdzieniskajai klasificēšanai, iespējamo determinantu mērķtiecīgai meklēšanai, panākamajai iedarbībai uz klientu un atbilstošai pieejai. Zināšanas par objektu ISM gadījumā ietver lēmumu pieņemšanas teorijas, mācīšanās psiholoģijas, motivācijas psiholoģijas un attīstības psiholoģijas pamatzināšanas.

4. **Operatīvās zināšanas** ietver zināšanas par rīcības modeļiem un to efektivitāti problēmas risināšanai. Lielākā daļa konsultēšanas konceptu, kuri vērsti plašumā un kurus var izmantot karjeras konsultēšanā, ir cēlušies no trim virzieniem, proti, no:

- humānistiskā,
- rīcības teorētiskā,
- sistēmteorētiskā.

Jāpiemin, ka runa ir galvenokārt par sākotnēji terapeitiskām atziņām, kuru pārnesšana uz karjeras konsultēšanu tāpēc ir ļoti kritiski jāpārbauda.

Humānistiskās konsultēšanas mērķis ir pašaktualizācijas palielināšana un resursu mobilizēšana pašattīstībai. Pēc K. Rodžersa (1972), tam nepieciešamo konsultatīvo ietekmēšanu pietiekami definē iejūtīga izpratne, pozitīva atzišana un patiesums uzvedībā. Pateicoties šai „nedirektīvajai” pamatnostājai, klientam tiks palīdzēts palīdzēt sev pašam.

Uz rīcību teorētiski orientētās konsultēšanas kodols ir pārmācīšanas process, kuru izmantojot nepiemērota rīcība tiek pārvērsta piemērotā rīcībā (psiho-audzinašana). ISM tiek uztverta kā psiho-audzinošs

koncepts kognitīvi biheivioristisko atziņu ietvaros. Mijiedarbības metožu nozīmē klients tiek uzskatīts par individu, kas rīkojas uz paša atbildību un aktīvi piedalās savas profesionālās karjeras veidošanā.

Sistēmteorētiskās metodes uzskata, ka panākumu izredzes palielinās, ja konsultēšanas laikā ne tikai koncentrējas uz individu, bet gan ņemas vērā sistēmas kā pie viena veseluma un personas, uz kurām tas attiecas, iesaista kā „svarīgus citus”. Tāpēc sistēmteorētiskās metodes plaši tiek lietotas ģimenes terapijā un iegūst arvien lielāku nozīmi arī karjeras konsultēšanā. Empīriski pētījumi jau sen liecina, ka, piemēram, izvēloties profesiju, vecāku, radnieku un draugu ietekme parasti ir vislielākā. Taču vēlāk arī sociālā vide būtiski palīdz pārvarēt ar karjeras attīstību saistītās problēmas.

Tāpēc ir pašsaprotami, ka ISM sistēmiskos aspektus izmanto atbilstoši individuam un gadījumam.

5. Profesionālā konsultēšana ar **risināšanas zināšanu nodošanu** no konsultanta prasa diferencētas zināšanas par izglītības iespējām, darba tirgus procesiem, profesiju attīstību, konsultēšanas un starpniecības iespējām, finansiālo palīdzību un atbilstoši tiesiskajiem priekšrakstiem. Konsultatīvais informācijas menedžments ietver uz klientu attiecinātu, problēmas risināšanai svarīgu datu apkopošanu, apstrādi, izvēli un nodošanu tālāk. Šeit svarīga ir informācijas uzņemšanas un apstrādes individuālās kapacitātes ievērošana, kā arī diagnostikas un prognozēšanas zināšanas par mijiedarbību starp personības īpašībām un ieteicamajiem pasākumiem (sk. *Ertelt*, 2001, 1385).

ISM kā eklektiskai metodei, no vienas puses, jābalstās uz konsistentu teorētisko bāzi, bet, no otras puses, tai arī jāatbilst dažādām konsultēšanas formām. Tā mūsdienās blakus „klasiskajai” klātienes konsultēšanai parādās arī attālinātā jeb neklātienes konsultēšana, izmantojot telefonu, e-pastu vai citus jaunus medijus (sk. arī *Offers, Sampsons, Vats* (*Offer, Sampson, Wats*, 2001).

Citā pētījumā (*Metzler-Burren*, 2001) tika savstarpēji salīdzinātas dažādas konsultēšanas teorijas attiecībā uz to lietojamību konsultēšanā pa telefonu no komunikācijas, attiecību līmeņa, konsultēšanas iemaņu, profesijas izvēles atainošanas un lēmumu pieņemšanas modeļu aspektiem.

Rezultāti liecināja, ka tikai ISM sniedz informāciju par visām piecām sfērām, un tāpēc tā tika izmantota kā teorētiskā bāze pilotprojektam „*Distance-Counselling*” ES profesionālās izglītības atbalsta programmas LEONARDO DA VINCI ietvaros (sk. *Muswik*, 2001).

5.2.1. ISM konsultēšanas procesā

Konsultēšanas process ISM tiek saprasts kā klienta kognitīvi afektīvu informācijas apstrādes procesu simulācija uz konsultēšanas mērķi vērsta mācību procesa ietvaros. Klients šajā procesā pakāpeniski mācās; informācijas deficītu novēršanas veids un apmērs tiek noteikts kopīgi ar konsultantu un pielāgots atkarībā no progresā.

ISM priekšnoteikums ir konsultanta spēja novērtēt klientu attiecībā uz to, kādā mērā viņu skar kāda problēma, resp., uzdevums pieņemt lēmumu, līdzšinējā rīcība (personiskā heuristika), aktuālā pozīcija problēmas risināšanas procesā, kā arī atbilstošie deficīti attiecībā uz faktiskajām, vērtējošajām (valuatīvajām) un preskriptīvajām premisām (individuāli saistošo lēmumu pieņemšanas parametru nozīmē).

Tā kā ISM gadījumā runa nav tikai par akūtu karjeras problēmu atrisināšanu, bet gan arī par klienta lēmumu pieņemšanas kompetences ilgtermiņa uzlabošanu, nākotnē sastopoties ar darba problēmām, konsultanta rīcības modelim ir jābūt caurskatāmam. Šī caurskatāmība attiecas arī uz mērķu apvienošanu un panākumu konstatēšanu (novērtēšanu) konsultēšanā.

Tam nepieciešamās zināšanas par situāciju, t. i., zināšanas par klientu problēmām un iespējamajiem cēloņiem, kā arī operatīvās zināšanas, t. i., zināšanas par rīcības modeļiem un to efektivitāti problēmas risināšanai, tika ieskicētas iepriekšējā nodaļā. Šeit tās tiks diferencētas tālāk un paplašinātas ar vienu no ISM radniecīgajām metodēm, proti, ar „kognitīvo informācijas apstrādi ar karjeru saistītu problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā” (*Cognitive Information Processing in Career Problem Solving and Decision Making, CIP*).

Pēc V. Volša (*Walsh*, 1990, 270), visas karjeras konsultēšanas metodes satur apzinātus vai neapzinātus pakāpju modeļus. ISM pamatā esošais modelis balstās uz to, ka individuālie lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesi ir iedalāmi pirmsizlemšanas fāzē, izlemšanas fāzē un pēcizlemšanas fāzē ar katrai no tām raksturīgām informācijas aktivitātēm.

Katru fāzi raksturo sava specifiskā mērķu izvirzīšana, emocijas un šāda informācijas struktūra (lēmuma pieņemšanas pakāpes):

Faktu zināšanas ietver informāciju par iespējamām alternatīvām, to „apmierinošajiem piedāvājumiem” un to realizēšanas ceļiem un izredzēm. Plašu un kvalificētu palīdzību faktiskās informācijas jomā karjeras konsultēšanai piedāvā Vācijas Valsts darba aģentūras „Izglītības un profesiju

informācijas sistēma” (<http://infobub.arbeitsagentur.de/>). Šajā tiešsaistes piedāvājumā īpaši jāizceļ abas datubāzes BERUFENET un KURSNET.

BERUFENET katrai profesijai piedāvā īsu aprakstu ar svarīgākajiem datiem, kā arī detalizētu informāciju, ja nepieciešams uzzināt par uzdevumiem, izglītību, tiesiskajiem priekšrakstiem un informācijas avotiem.

Uzdevumi/darbība

- Darba nosacījumi
- Darba vietas/nozares
- Darba līdzekļi
- Iespējamā nodarbinātība (iespējamās profesijas, kandidēšana uz darbavietu, atlases process)
- Specializācija
- Kvalifikācijas celšana
- Uzņēmējdarbības uzsākšana, patstāvīgas darbības iespējas
- Alternatīvas/radniecīgās profesijas
- Piemērotība/intereses
- Kompetences
- Peļņa/ienākumi

Izglītība – saturs/process/pabeigšana

- Studiju ilgums
- Studiju nosacījumi
- Studiju vietas/nozares
- Starptautiskie aspekti
- Studiju uzsākšanas priekšnosacījumi
- Piemērotība/intereses
- Finansiālie aspekti
- Perspektīvas
- Ieskats pagātnē/perspektīvas
- Alternatīvas

Tiesiskie priekšraksti

- Likumi/noteikumi
- Atestātu līdzvērtīgums Eiropā
- Profesionālās izglītības laika ieskaitīšana kopējā mācību laikā

Informācijas avoti

- Vācijas Valsts darba aģentūras informācijas piedāvājumi
- Ministriju, apvienību un organizāciju informācija
- Speciālā periodika

- Grāmatnīcās pieejamo grāmatu/mediju izvēle
- Profesiju/interesu apvienības, darba devēju/darba ņēmēju organizācijas

Palīdzību darbavietu meklēšanai var atrast BERUFENET mājas lapā sadaļā „darbavietas/kandidāti/KURSNET”.

KURSNET īpaši fokusējas uz profesionālās kvalifikācijas celšanu. Aptverot vairāk nekā 600 000 piedāvājumu (arī starptautiska, Eiropas, daudznacionāla rakstura), KURSNET ir apjomīgākā sava veida datubāze. Vienotais atainojums ļauj tieši salīdzināt vairākus pasākumus.

Karjeras konsultēšanai nepieciešamo informāciju sniedz arī Vācijas Darba konsultēšanas apvienības ieteikumi (dzb, 2001). Tie aptver šādas izglītības un profesionālās informācijas nozares:

1. Izglītību un profesijas raksturojošās informācijas aspekti (izglītības sistēmas, profesiju sistemātikas un tipoloģijas).
2. Izglītību un profesijas raksturojošā informācija ekonomisko nosacījumu kontekstā.
3. Izglītību un profesijas raksturojošā informācija sabiedrisko nosacījumu kontekstā.
4. Izglītību un profesijas raksturojošā informācija klienta individuālās situācijas kontekstā.
5. Darbs ar izglītību un profesijas raksturojošo informāciju; metodes pielietojumam darba konsultēšanā.

Vērtēšanas zināšanas ietver kritērijus, kuri ir attīstījušies no priekšstatiem par sevi salīdzinājumā ar apzināto profesionāli sociālo vidi. Klientu vērtējošo priekšnoteikumu piemēri:

- neapmierinātība ar esošo darba situāciju;
- pašnovērtētais, profesijas raksturojošās informācijas stāvoklis;
- subjektīvā varēšana;
- uzticēšanās paša mācīšanās spējai;
- orientācijas uz sniegumu attīstīšanu;
- orientācija uz izaugsmi;
- nākotnes perspektīvas un spēja atlikt vajadzību apmierināšanu par labu ilgtermiņa mērķiem;
- intereses un vērtību sistēma attiecībā uz skolu, mācībām, darba gaitām;
- orientācija uz varu, orientācija uz prestižu;
- orientācija uz baudu, orientācija uz brīvo laiku;

- orientācija uz drošību;
- sociālā orientācija, orientācija uz cilvēkiem.

Svarīgas norādes par individuālo profesionālo orientāciju, no kuras veidojas novērtēšanas kritēriji, sniedz Dž. Holanda (*Holland, 1997*) **personību tipoloģiskā metode**. Viņš izšķir sešus tipus: reālistisko, pētniecisko, māksliniecisko, sociālo, uzņēmēja un konvencionālo tipu.

Personiski saistošās problēmu risināšanas stratēģijas indivīdam norāda, kādā veidā problēmu risināšanai savstarpēji jākombinē faktu zināšanas un novērtēšanas zināšanas. Preskriptīvo priekšnosacījumu piemēri:

- līdzšinējā profesijas raksturojošās informācijas meklēšanas rīcība;
- informācijas līmenis;
- rīcība, pieņemot eksistenciāli svarīgus lēmumus, un personiskais lēmuma pieņemšanas aprēķins (drīzāk racionāls, drīzāk inkrementāls attiecībā uz pakāpenisku uzlabošanu, drīzāk ar gadījuma raksturu, drīzāk uz rutīnu orientēts) (sk. *Ertelt, Schulz, 1997, 234*);
- patstāvība lēmumu pieņemšanā;
- reakcija uz lēmumu pieņemšanas šķēršļiem (frustrācijas tolerance).

Šī preskriptīvā informācija ietver subjektīvi tādus nozīmīgus problēmu risināšanas noteikumus kā lēmuma pieņemšanas situācijas nozīmes uztveri, nepieciešamo soļu reālistiskos nosacījumus, līdzšinējās pieredzes līdzīgās situācijās rūpīgu pārbaudi, dažādu alternatīvu izstrādi, informācijas vākšanu par šīm alternatīvām, alternatīvu apsvēršanu, izmantojot kritērijus, un neatraktīvo alternatīvu atsijāšanu (sk. *Michell, Krumboltz, 1996, 173*).

Par „lēmuma pieņemšanas premisām” dēvē tikai noteiktā problēmsituācijā indivīda iesaistīto informāciju.

„Īstais” lēmuma pieņemšanas un problēmas risināšanas process sākas tad, kad indivīds apzinās, ka atrodas jauna veida situācijā, kurai ir eksistenciāla nozīme, un tagadējā stāvokļa pārvēršana vēlamajā stāvoklī ir iespējama, tikai rikojojoties inovatīvi, t. i., problemātiskās situācijas raksturotas, ka tās nav atrisināmas, izmantojot pierastās programmas vai pārbaudītus rīcības algoritmus.

Ja klients atrodas **problēmas risināšanas sākuma fāzē**, viņam ir nepieciešama informācija esošās situācijas definēšanai. Tas attiecas uz sākumstāvokļa aprakstīšanu, nepieciešamā lēmuma vai sasniedzamā beigu stāvokļa veidu un līmeni, sākumstāvokļa transformācijas procesiem beigu stāvoklī un tam nepieciešamo resursu patēriņu.

Par „ne-operatīvu” problēmas definīciju uzskata tādu, kuras apraksts ir neskaidrs vai daudznozīmīgs, kā rezultātā nav iespējams ticami novērtēt, vai risināšanas hipotēze atbilst problēmas definīcijas prasībām. Risinājuma telpai tātad ir konstatējami „atvērti ierobežojumi” (*open constraints*), tādējādi apgrūtinot apmierinošu alternatīvu meklēšanu un pārbaudi (sk. *Kirsch*, 1971, 147).

Rīcības alternatīvu ģenerēšanas pakāpē runa nav tik ļoti par daudzo iespēju nosaukšanu, bet gan par alternatīvu mērķtiecīgu izstrādi, pievēršot uzmanību problēmas definīcijas ietvarosacījumiem. Informācijai ir jāpārda atsevišķo rīcības scenāriju sekas individam caurskatāmas un elastīgi jāpielāgojas individuālajai meklēšanas heuristikai.

Risināšanas hipotēžu novērtēšanas pakāpē ir nepieciešama informācija, lai varētu apzināties svarīgākos kritērijus, ar kuru palīdzību var novērtēt alternatīvas instrumentālo nozīmi individuālajiem mērķiem. Vērtējošās premisas balstās uz interesēm, motivācijām, apjaustajām spējām, „svarīgu citu” ietekmi, prasībām mācībās un darbā un apjaustajiem nosacījumiem tālākizglītībā un darba tirgū.

Lēmuma pieņemšanas fāzē ar alternatīvas galīgo izvēli un personiski saistošu fiksēšanos uz šo rīcības ceļu (*commitment*) klientam ir nepieciešama informatīva palīdzība, kas viņu informē par paša lēmumu pieņemšanas spējām, izvēles konfliktiem, bailēm par pārāk agru neatgriezenisku izlemšanu, realizēšanas izredzēm un problēmām un sagaidāmajām sekām. Šajā fāzē, pieņemot eksistenciāli svarīgus lēmumus, rodas lielāki vai mazāki konflikti. Tas ir tāpēc, ka lēmuma pārbaude, ja tā vispār šķiet iespējama, nereti parāda, kādas uz personu attiecināmas sekas rodas. Šis apstāklis nopietnākos gadījumos izraisa patoloģisku neizlēmību.

Līdz ar to tiek pieprasīta informācija precīzam klienta rīcības telpas aprakstam par iespējamām (arī negatīvām) pieņemtā lēmuma sekām vai to pārvarēšanu, par lēmuma nepieņemšanas vai vilcināšanās konsekvencēm. Īpašs konsultēšanas izaicinājums ir lēmuma pieņemšanas fāzei tipiskā vēlme iegūt vērtējošu un virzienu norādošu informāciju, kā arī vēlme novilcināt galīgo izlemšanu (reaktance). Tieši tad, kad samazinās subjektīvā darbības telpa un tuvojas brīdis, kad lēmums kļūst saistošs, šī vēlme palielinās.

Pēcizlemšanas fāzei ir raksturīga pieņemtā lēmuma realizēšana un starprezultātu novērtēšana, kā arī lēmuma iespējamā korigēšana, uzsākot jaunu lēmuma pieņemšanas procesu.

Te klientam atkarībā no pieņemtā lēmuma ir nepieciešamas pamatotas zināšanas par izglītības, kvalifikācijas celšanas vai darba iespējām, darba meklēšanas stratēģijām un darbā pieņemšanas procesu. Pēcizlemšanas fāzei ir raksturīgi disonanses pārdzīvojumi, kurus rada apjaustās atšķirības starp gaidītajām un reālajām pieņemtā lēmuma sekām.

Negatīvās atšķirības parasti ir saistītas ar vairāk vai mazāk izteiktas nožēlas sajūtām par pieņemto lēmumu. To pārvarēšanai vai lai konsultatīvi sagatavotos šādai pieredzei, ir nepieciešama **aprakstošā un interpretējošā informācija**.

Aprakstošā informācija palīdz orientēties, lai skaidrāk parādītu izvēlētās alternatīvas struktūras, prasības, grūtības un izredzes. Tādējādi konsultants padara caurskatāmu telpu, kura klientam paveras, pieņemot lēmumu. Tai ir jāieziņmē viņa darbības robežas (frustrācijas tolerance), kurās sekas vēl tiek sajūtas kā apmierinošas, resp., sākot no kurām lēmums ir jāmaina vai jāatceļ.

Interpretējošā informācija indivīdam ir nepieciešama jaunajā vidē gūtās pieredzes klasificēšanai. Īpaši svarīga, piemēram, pēc arodmācību vai darba uzsākšanas jaunā darbavietā ir informācija, kas ir orientēta pēc klientam piemērotiem paraugiem (kauzālā atributēšana) uz panākumiem vai neizdošanos.

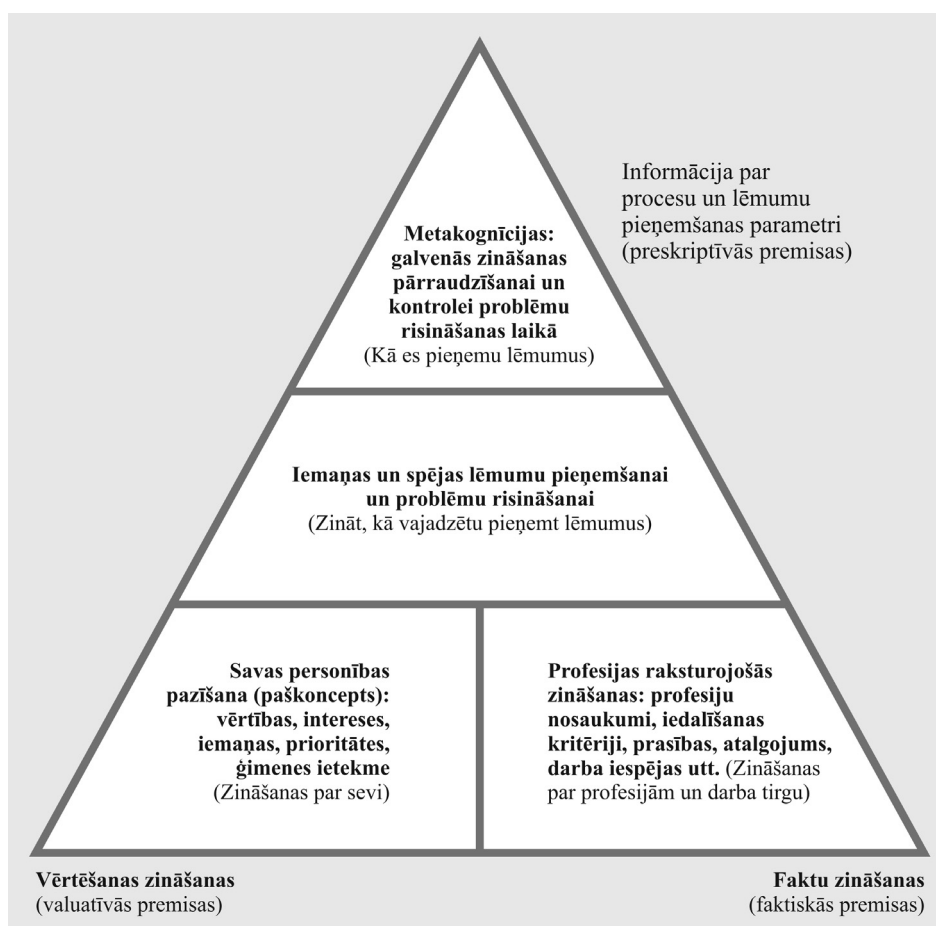
Petersons u. c. (1996, 444, 2002, 312) un Sampsons u. c. (1999, 3) ar kognitīvo informācijas apstrādes metodi *Cognitive Information Processing Approach (CIP)* raksturo ar karjeru saistīto problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesus ISM līdzīgā veidā. Centrālā tēma ir jautājums, cik lielā mērā karjeras konsultēšana var panākt to, ka klienti apgūst zināšanas par savu personību, profesijām un lēmumu pieņemšanas iemaņām, lai tagadnē un nākotnē pieņemtu efektīvus un atbildīgus ar karjeru saistītus lēmumus.

Problēma CIP teorijā tiek definēta kā apjaustā atšķirība starp tagadējo un vēlamo stāvokli darba dzīvē. Problēmas risināšanai indivīdam ir jāvāc informācija un jāapgūst kognitīvās rīcības stratēģijas. Šī procesa rezultāts ir izvēle, kura ataino pamatotu iespējamību tagadējā stāvokļa tuvināšanai vēlamajam stāvoklim.

Lēmuma pieņemšana (*decision making*) ietver pieņemtās izvēles realizēšanu specifiskos rīcības soļos.

Zināšanu elementus, kuri indivīdam nepieciešami problēmu risināšanai un lēmuma pieņemšanai, var atainot ar „Informācijas sfēru piramīdas”

palīdzību (sk. *Sampson u. a.*, 1999, 3; *Peterson u. a.*, 1996, 445; 2002, 320). Piramidā redzami arī atbilstošie ISM jēdzieni.



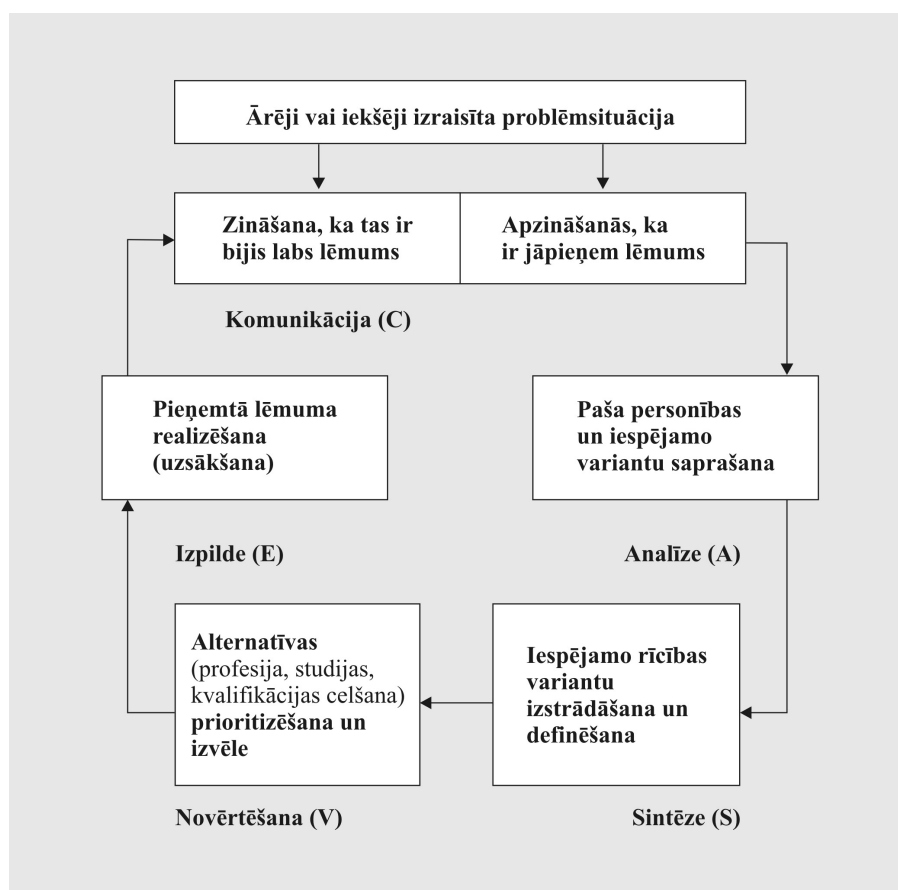
12. att. Ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanai nepieciešamās informācijas jomu piramīda

Galvenais priekšnosacījums piemērotai ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanai ir paša izpratne attiecībā uz vērā ņemamajām vērtībām, interesēm, iemaņām, kā arī preferencēm attiecībā uz darba nosacījumiem un familiāro iesaisti.

ISM no zināšanām par paša personību, resp., no paškoncepta izriet **vērtējošās premisas**.

Ar karjeru saistītās zināšanas aptver ne tikai zināšanas par apspriežamo profesiju saturu un prasībām, bet arī zināšanas par nodarbinātības

formām, nodarbinātības izredzēm un darba nosacījumiem, ieskaitot kandidēšanas un darbā pieņemšanas procesu.



13. att. Procesu shēma efektīvai lēmumu pieņemšanai un problēmu risināšanai

ISM šīs profesijas raksturojošās zināšanas pieder pie faktu informācijas, no kuras attīstās **faktiskās premisas**.

Ar karjeru saistīto lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesa veidošanai CIP metode lēmuma pieņemšanas spējas sakārto piecu aktivitāšu secībā cikla formā – tā dēvētajā CASVE ciklā (sk. *Sampson u. a.* 1999, 7; *Peterson u. a.*, 1996, 435; *Sampson u. a.*, 1996, 8). CASVE cikls palīdz ar karjeru saistīto problēmu risināšanas procesā iegūt nepieciešamo informāciju.

1. **Komunikācijas fāze (C).** Noteiktā situācijā indivīds iekšēju (piemēram, bailes, ambīcijas) vai ārēju (piemēram, svarīgu citu personu pamudinājums, atļaišana no darba, izaugsmes iespējas, mācību pabeigšana) norāžu rezultātā apzinās, ka ir jāpieņem lēmumi. Apzināšanās, ka pastāv plaša starp tagadējo un vēlamu nākotnes stāvokli, motivē problēmas risināšanai.
2. **Analīzes fāze (A).** Izmantojot zināšanas par sevi (vērtības, intereses, spējas, profesijas preferences, ģimenes stāvoklis) un profesionālajām iespējām, klients analizē atšķirību starp reālo un vēlamu stāvokli un identificē problēmas komponentus. Šajā fāzē klientu var arī rosināt pārdomāt par savu līdzšinējo ar karjeru saistīto lēmumu pieņemšanas rīcību.

Taču, tieši integrējot zināšanas par sevi un profesijām, rodas galvenās problēmas abu zināšanu sfēru struktūru diferencu rezultātā. Te ir nepieciešama konsultatīva palīdzība, galvenokārt attiecībā uz klienta pieredzes analizēšanu, kas saistīta ar viņa personības mijiedarbību ar noteiktiem darba vides faktoriem (sk. *Holling*, 2000, 19).
3. **Sintēzes fāze (S).** Šajā fāzē notiek iespējamo risināšanas ceļu izstrāde un pēc tam – reducēšanās uz dažām realistiskām iespējām (kristalizācija). Konsultēšanas mērķis šeit ir neaizmirst klientam svarīgas izvēles un rūpēties, lai arī galīgās izvēles fāzē netiktu piedāvāti pārāk daudz risināšanas ceļu.
4. **Novērtēšanas fāze (*Valuing*) (V).** Katra praktizējamā alternatīva tiek novērtēta attiecībā uz tās devumu tagadējā ar karjeru saistītā stāvokļa pārveidošanai vēlamajā nākotnes situācijā. Notiek arī realizēšanas izredžu, kā arī individuālo zaudējumu un ieguvumu attiecības novērtēšana, ņemot vērā arī klientam svarīgu attiecīgo personu viedokli. Šīs fāzes rezultāti ir prioritāšu secības izveidošana, pagaidu koncentrēšanās uz vienu noteiktu risināšanas ceļu un apņemšanās to realizēt.
5. **Realizēšanas fāze (*Execution*) (E).** Šajā fāzē tiek izveidots izpildes plāns ar starpmērķiem un katram no tiem nepieciešamajām aktivitātēm, kā arī plāns to realizēšanai.

Noslēguma posmā šī problēmas risināšanas procesa rezultāts tiek salīdzināts ar sākotnējo stāvokli komunikācijas fāzē. Īpaša uzmanība tiek pievērsta kritiskai pārbaudei, vai izvēlētie pasākumi varēs pozitīvi samazināt atšķirību starp ar karjeru saistīto tagadējo stāvokli un vēlamu situāciju nākotnē.

Informācijas augstāko līmeni lēmuma pieņemšanas procesā veido **metakognīcijas**, kuras kalpo zemākā līmeņa (piramīdā) kontrolei, vadībai un koriģēšanai. Ar to ir domāta gan informācijas uzņemšana, apstrāde un izmantošana, gan problēmas risināšanas kognitīvo stratēģiju realizēšana.

Galvenās metakognīcijas aptver sarunu ar sevi, sevis apzināšanos, kā arī pašnovērošanu un paškontroli.

Saruna ar sevi ir ātra, klusa klienta iekšēja saruna ar sevi par spēju atrisināt konkrētu uzdevumu. Pozitīvas sarunas ar sevi palīdz grūtību gadījumā turpināt iesākto, aktīvi meklēt informāciju, drošāk virzīties uz lēmuma, kas saistīts ar karjeru, realizēšanu, vairāk ieklausīties šai situācijai svarīgu personu viedoklī un izmantot profesionālo palīdzību. Negatīvas sarunas ar sevi kavē klientu apzināties un izcelt savas stiprās puses, aktīvi kandidēt uz apmācību/darba vietu un efektīvi sevi „pārdot”, kā arī pozitīvi un efektīvi izvērtēt informāciju.

Efektīva **sevis apzināšanās** (*Self-Awareness*) ietver mijiedarbības ievērošanu starp domāšanu, sajūtām un rīcību, īpaši – negatīvo, ar karjeru saistīto sarunu ar sevi paralizējošo efektu, pieprasījumu pēc papildu informācijas, kā arī aktuālo pozīciju lēmuma pieņemšanas procesā. Spēcīga sevis apzināšanās palīdz koncentrēties uz problēmu risināšanu un izvairīties no traucējošas ārējās ietekmes. Tas ir nepieciešams, piemēram, tad, kad citi klientu rosina labāk pieņemt nākamo labāko darba vietu, nekā intensīvi domāt par to, vai pārtraukt kvalificētākas ilgstošas apmācības, ja darba izredzes šķiet neskaidras.

Pašnovērošana un paškontrole nozīmē to, ka indivīds problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesu var realizēt mērķtiecīgi. Tē tiek ietverta novērtēšana, kad var beigt kādu posmu, kad ir jāievāc jauna informācija un kad ir jāizmanto palīdzība.

Tātad runa ir par CASVE cikla sava veida kvalitātes kontroli.

Pamatojoties uz CIP teoriju, Sampsons u. c. (1996) ir izstrādājuši testēšanas metodi, lai diagnosticētu un izmainītu disfunkcionālo domāšanu, pieņemot ar karjeru saistītus lēmumus. Karjeras domu inventarizācija (*Career Thoughts Inventory*) piedāvā gan kopējo novērtējumu, gan atsevišķus novērtējumus disfunkcionālās domāšanas trim aspektiem, proti, apmulsamam lēmumu pieņemšanas procesā, bailēm no galīgas koncentrēšanās uz vienu alternatīvu, kā arī konfliktiem, kas rodas, trūkstot līdzsvaram starp pašā izpratni un ietekmi no svarīgiem citiem.

Saundersa (*Saunders*, 2000, 288) pētījuma par CIT rezultāti liecina, ka neizlēmība ar karjeru saistītos jautājumos ir saistīta ar vāji izteiktu profesionālo identitāti savienojumā ar maz atbalstošām domām attiecībā uz darbu. Šajā struktūrā pastāv nopietni šķēršļi attiecībā uz kognitīvajiem informācijas procesiem problēmu risināšanā.

Un, tieši pretēji, cilvēks ar spēcīgu profesionālo identitāti un bez disfunkcionālām ar karjeru saistītām domām problēmsituācijās, piemēram, zaudējot darbavietu, var ļoti ātri atgūt pietiekamu apņēmību.

ISM **preskriptīvās premisas** aptver gan CASVE ciklu, gan arī meta-kognīcijas. Salīdzinot abas metodes, ir saskatāmas izteiktas paralēles, kuras praktiska lietojuma gadījumā izraisa sinerģijas efektu. Tomēr ISM orientācijas uz individuālo lēmuma pieņemšanas heuristiku aspektā jāņem vērā **CIP metodes** vairāk **normatīvais raksturs**. Tādā gadījumā CASVE cikls no ISM viedokļa vairāk var noderēt kā diagnozes instruments problēmas risināšanas procesa aktuālā stāvokļa noteikšanai, nevis kā modelis konsultatīvajai pieejai.

G. Pētersons u. c. (2002, 337) CASVE cikla konsultatīvai realizēšanai iesaka izmantot septiņu soļu pieeju.

1. solis: **Ievadsarunas** kvalitatīvas informācijas iegūšanai par karjeras problēmas un problēmas telpas kontekstu un veidu.
2. solis: **Sagatavojoša novērtēšana** koncentrējas uz indivīda gatavības noteikšanu problēmas risināšanai un lēmuma pieņemšanai.
3. solis: **Problēmas definēšana un ceļoju analīze** konsultantu un klientu virza uz problēmas pirmo izpratni atšķirības nozīmē starp neizlēmību un lēmumu – vēlamu stāvokli saistībā ar karjeru.
4. solis: Konsultants un klients kopīgi **formulē sasniedzamos konsultēšanas mērķus**. Vienošanās par konkrētiem mērķiem abiem nosaka gaidāmā robežas un veicina labu darba attiecību veidošanos.
5. solis: Individuāla mācīšanās plāna kooperatīva **izveide** ietver resursu un aktivitāšu iesaistīšanu, kuri klientam palīdz risināt viņa problēmu.
6. solis: **Klienta individuālā mācīšanās plāna realizēšanu** konsultants sekmē ar informāciju, atbalstu, norādēm uz pieeju problēmas risināšanā un nākotnes pieredzes sagatavošanu.
7. solis: **Apkopojoša novērtēšana un vispārināšana** kalpo progresa pārbaudei mērķa sasniegšanā un rīcības modeļu pārņemšanai uz karjeras problēmu risināšanu nākotnē.

5.2.2. Konsultēšanas procesa praktiskā veidošana

ISM konsultatīvo realizēšanu var veikt pēc šādas shēmas (sk. *Ertelt, Schulz, 1997, 248*):

1. solis: Situācijas definēšana un problēmas operacionalizēšana

- Rosināt klientu plaši aprakstīt problēmu.
- Nodalīt atsevišķas problēmas sfēras.
- Novērtēt aktuālā stāvokļa problēmas risināšanas, resp., lēmuma pieņemšanas procesā un padarīt to caurskatāmu.
- Veikt pirmo globālo informācijas deficītu analīzi attiecībā uz aktuālo stāvokli lēmuma pieņemšanas procesā.
- Konstatēt klienta problēmas spiediena un iesaistīšanās pakāpes problēmas risināšanā, ņemot vērā viņam svarīgās saistību sistēmas.

2. solis: Iespējamo konsultēšanas mērķu definēšana

- Rosināt klientu aprakstīt mērķus, izmantojot jēdzienus esošās situācijas (kura tiek uztverta kā neapmierinoša) pārveidošanai nākotnes situācijā (kura tiek uztverta kā sasniegšanas vērtā). Nepieciešams arī pamatojums, jo tas skar klientu personiski.
- Piedāvāt iespējamus konsultēšanas mērķus no konsultatīvā viedokļa (pamatojums, kas saistīts ar profesionālo kompetenci); turklāt ņemt vērā klienta problēmu risināšanas spējas, ar konsultēšanu saistīto nepieciešamo resursu patēriņu (galvenokārt laiku), konsultanta profesionālo kompetenci, konsultatīvi ētiskos aspektus, kā arī tiesiski organizatoriskos un darba tirgus ietvaru nosacījumus (ievērot arī pakalpojuma tiesiskos un starpnieciskos aspektus).

3. solis: Konsultēšanas vienošanās – „konsultēšanas līguma“ – apspriešana un noslēgšana, ja iespējams, ar prioritāšu rakstisku fiksēšanu konsultēšanas mērķu definēšanas laikā

- Kas šodien obligāti ir jāapspriež?
- Kāds ir nākamo konsultēšanas sarunu priekšmets?
- Kādi mērķi vai starpmērķi konsultēšanā nav reāli sasniedzami un tāpēc būtu jāaizstāj ar citām aktivitātēm (piemēram, pašinformēšanās sistēma, pašnovērtēšana, mediju un lēmumu pieņemšanas palīdzība, darbavietas meklēšanas stratēģiju programmu izmantošana)?

4. solis: Norises plānošanas precizēšana un konsultēšanas līguma realizēšana

- Precīza mērķu un uzdevumu noteikšana šodienas konsultēšanai, pamatojoties uz konsultēšanas vienošanos (līgumu).

- Diferencēta informācijas analīze attiecībā uz konkrēto konsultēšanas problēmu.
- Informācijas pieprasījuma kopēja noteikšana.

5. solis: Diagnostiskā fāze

- Trūkstošo, nestrukturēto vai nepilnīgo lēmumu pieņemšanas priekšnoteikumu izstrāde vai pilnveidošana.
- Faktu zināšanas: profesijas raksturojošā informācija mācībām un darbam (piemēram, prasības, darba nosacījumi, darba saturs, ienākumi, izaugsmes izredzes, drošība darbavietā), personiskās perspektīvas (piemērotība no psiholoģiskā un darba medicīnas viedokļa), darba uzsākšanas priekšnosacījumi, kā arī nosacījumi izglītības un darba tirgū.
- Vērtēšanas zināšanas: vērtības, intereses, spējas un iemaņas, kulturālā ietekme, ietekme no citu svarīgu personu puses, darba pieredzes ietekme. Nozīmīgu palīdzību hipotēžu izstrādāšanā vērtējošo premisu sfērā piedāvā profesijas izvēles un attīstības galvenās teorijas, piemēram, personību tipoloģiskā metode (Dž. Holands), attīstības psiholoģiskā metode (D. Supers), kā arī (galvenokārt specializējoties karjeras konsultēšanā) darba piemērotības teorija (R. Deiviss, sk. *Braun, Brooks*, 1994, 1996; *Ertelt, Schulz*, 1997).
- Preskriptīvie priekšnoteikumi: lēmumu pieņemšanas stils, informācijas meklēšana, līdzšinējā pieredze par līdzīgu problēmu risināšanu, lēmuma pieņemšanas bailes, disfunkcionāla domāšana lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesos, konfliktu pieredze. Diagnoze ISM nekādā gadījumā nenozīmē nosaukto priekšnoteikumu plašu noskaidrošanu, bet gan klienta specifisko informācijas deficītu noteikšanu un reducēšanu. Tiktāl šeit pastāv metodiskas paralēles ar uz risinājumu orientēto konsultēšanu.

6. solis: Rīcības alternatīvu izstrādāšana un apsvēršana konsultēšanas līgumā norādīto mērķu sasniegšanai

Pēc tā notiek pārbaude, kādā apmērā klients, personiski apņēmoties, var koncentrēties uz vienu alternatīvu. Šeit galvenokārt jāpievērš uzmanība reaktances (reaktīvās pretestības) sajūtām un neizlēmības fenomeniem. Skaidra lēmuma gadījumā vienošanās par realizēšanu pēc iespējas jāfiksē ar konkrētu rakstisku plānu palīdzību. Pēc tam īpaši svarīga ir sagatavošanās pēcizlemšanas konfliktiem, īpaši tad, ja runa ir bijusi par tālejošu lēmumu nedrošas informācijas gadījumā.

7. solis: Konsultēšanas novērtēšana

Pēc konsultēšanas ir jāveic vērtējoša analīze, kas ietver šādus aspektus (sk. *Ertelt*, 2000, 4734; sk. arī *Bahrenberg, Koch, Müller-Kohlenberg*, 2000, 158):

- **ievada novērtēšana:** vēlmju noskaidrošanas kvalitāte, kā arī klienta personības iezīmju un problēmas fona ievērošana;
- **mērķa novērtēšana:** konsultēšanas mērķu apjoms un diferenciacija, mērķu piemērotība indivīdam un konkrētajam gadījumam, mērķu kopīga formulēšana un izvirzīšana, atbilstība profesionālajām, ētiskajām un tiesiski institucionālajām normām;
- **procesa novērtēšana:** metodikas, starprezultātu, iesaistīto iesaistīšanās pakāpes un konsultēšanas caurskatāmības novērtēšana;
- **Rezultātu novērtēšana:** konsultēšanas rezultātu novērtēšana pēc kvalitātes kritērijiem (sk. *Kinnier, Ertelt, Schulz*, 1997, 236; *Ertelt*, 2000, 473);
- **Pārneses novērtēšana:** noteikšana, kādā apmērā klienti vēlas un var realizēt konsultēšanas rezultātus;
- **Resursu novērtēšana:** personisko un materiālo resursu efektīvas iesaistīšanas konsultēšanā un ietvaru nosacījumu (laika, telpas, traucējumu utt.) piemērotības novērtēšana.

Katram no norādītajiem soļiem nepieciešamas specifiskas konsultēšanas iemaņas, kuras tālāk tiks atainotas ar atbilstošiem konsultēšanas uzdevumiem ISM ietvaros. Šīs iemaņas ir jāiekļauj konsultēšanas galvenajās kvalitatīvajās iezīmēs: galvenokārt empātijā, klienta pozitīvo atziņu ievērošanā, uzmanībā pret indivīdu un emocionālajā siltumā, izteikumu konkrētībā, tiešumā un patiesumā.

Konsultēšanas darbības kvalitatīvie aspekti nekādā gadījumā neizslēdz tādu direktīvo rīcības modeļu lietošanu kā virzošas norādes, loģisku konsekvencu atainošana, konfrontācija klienta izteikumu nesaskaņu gadījumā vai konsultēšanas līguma apspriešana (sk. *Peavy*, 1981, 190); konsultēšanas iemaņu detalizētu aprakstu (sk. *Ertelt, Schulz*, 1997, 238 un tur norādīto literatūru; sk. arī *Horan*, 1979, 198; *Ivey*, 1983, 169; *Ertelt, Schulz*, 1985, 180; *Ivey, Osyer*, 1985; *Bahrenberg, Koch, Müller-Kohlenberg*, 2000, 134).

Konsultēšanas iemaņas kā rosinājumu mācībām var savietot arī ar lēmuma pieņemšanas procesa pieciem (ideāli tipiskajiem) soļiem.

1. Problēmas definēšana un mērķu nosprašana

- Verbāli un neverbāli uzmundrinājumi runāšanai

- Pozitīva gaidu nostāja
- Atvērti un slēgti jautājumi
- Parafrāzes
- Jūtu reflektēšana
- Kognitīvā strukturēšana no jauna
- Sokratiskais dialogs

2. Alternatīvu attīstīšana

- Prāta vētra
- Citas kreatīvās domāšanas metodes (daļēju izmaiņu metode, šaha dēļa metode, pārbaužu lapu metode, līdzību metode, verbāls pastiprinājums un pozitīva gaidu nostāja, modelēšana)

3. Alternatīvu novērtējums

- Konkrētība
- Konfrontācijas tehnika
- Alternatīvu un to seku novērtēšanas salīdzināšanas shēma
- Strukturēšana
- Pastiprināšana

4. Aņņemšanās un personīgā alternatīvas termiņa noteikšana

- Pozitīvs izaicinājums
- Iedrošināšana rīcībai
- Loģisko konsekvencu tehnika
- Līguma noslēgšana par rīcību
- Kolektīvas problēmas risinājuma formēšana (pārrunu vešana, pārliecināšana, forsēta piekrišana)
- Pretestības jūtu interpretācija

5. Sagatavošanās uz vilšanos pēcizlemšanas fāzē

- Pašapliecināšanās tehnikas
- Lomu spēles ar lomu maiņu
- Mājas uzdevumu uzdošana
- Kognitīvu nevienprātību samazināšanas tehniku izmantošana
- Modelēšana

Heiristiskās informācijas strukturālās konsultēšanas galvenais uzdevums ir caurskatāmības izstrādāšana. Tikai tad, ja klients konsultēšanu „saprot” jebkurā laikā, īpaši diagnostikas fāzēs, viņš ir spējīgs strādāt patstāvīgi, veikt korekcijas un mācīties. Un tikai tad, ja izveidojusies noteikta komunikācija, konsultants var atpazīt izmaiņas faktiskajās, vērtējošajās un normas noteicošajās klienta premisu jomās.

5.3. Situāciju izpēte un uzdevumi kompetenču attīstīšanai

Turpmākie situāciju piemēri¹ un uzdevumi kalpo ISM izmantošanai izglītībā, mācībās un darbā. Ir jāņem vērā, ka ISM gadījumā runa ir par eklektisku atziņu, kura apvieno dažādu konsultēšanas teoriju aspektus. Tomēr uzdevumos priekšplānā atrodas ISM specifika. Ar šo metodi netiek celtas pretenzijas atrisināt jebkuru problēmu. Situāciju piemērus vajadzētu turpināt ar lomu spēlēm, vienlaicīgi pakāpeniski iesaistoties ISM shēmā.

1. situācija

Suzanna Šteinas kundze ir 34 gadus veca, precējusies, izglītota biroja darbiniece un divu bērnu māte. Ģimeni pilnībā uztur viņas vīrs Alfrēds. Dēls (11 gadu vecs) tikko pārgāja uz nākamo skolu, meita (6 gadus veca) tika uzņemta vietējā pamatskolā. Šteinas kundze par biroja darbinieci izmācījās profesionālajā skolā, to beidzot viņai bija deviņpadsmit, un pēc absolvēšanas viņa vēl trīs gadus strādāja kādā uzņēmumā par biroja vadītāju. Taču nu jau aptuveni 11 gadu viņa nestrādā. Dēla runas traucējumu dēļ viņai ir nācies kontaktēties ar dažādiem sociālās un medicīniskās palīdzības pārstāvjiem.

Konsultācijas ievadfāzes laikā kliente stāsta:

- Tā kā abi bērni tagad iet skolā, es gribētu strādāt vismaz uz pusslo-dzi, lai pamazām atgūtu profesionālās kompetences, taču es gribu strādāt arī vienkārši kontaktu un darba vietas garīgo izaicinājumu dēļ.
- Manas pēdējo gadu pieredzes dēļ sakarā ar dēla runas traucēju-miem es labprāt strādātu tādu darbu, kas saistīts ar terapiju, vai cil-vēku aprūpi. Taču es neesmu droša par nepieciešamajām izglītības prasībām. Es nezinu, vai es to varēšu, it īpaši *tāpēc*, ka pārbaudes esot ļoti grūtas!
- Man par noteiktu darbu un par izglītību tikpat kā nav informāci-jas. No vienas puses, es nezinu, kam īsti es varētu par to pajautāt. No otras puses, es par to nelabprāt ar citiem runāju, pirms neko skaidri nezinu un neesmu izlēmusi.
- Es esmu ieguvusi izglītību jau sen, un tai nebija sakara ar manām pašreizējām vēlmēm. Es neesmu droša, ka izturēšu ilgākas mācības. Izgāzties es katrā ziņā nedrīkstu, vismaz ne manu paziņu un mana vīra kolēģu priekšā, jo vīram ir labs amats uzņēmumā. Mums ir māja jaunbūvju ciematā, kur dzīvo arī daudz citu darbinieku no vīra firmas.

Lēmumam nepieciešamās informācijas analīze

Šeit tiek ieteikta shēma, kuru konsultācijas laikā kopā ar klienti vajadzētu izpildīt. Tādā veidā abām pusēm ir kopīgas pārskats un ir iespējams kontrolēt konsultāciju attīstību. Sakarības starp informācijas veidiem iespējams parādīt ar bultām, lai parādītos pirmais klienta kognitīvais struktūras pārskats. Papildu aile kalpo pavadošo emociju norādēm. Lai atvieglotu analīzi, vajadzētu orientēties sarunas epizodēs, respektīvi, slēgtās nozīmes vienībās, kuras attiecas tikai uz *vienu* informācijas kategoriju (alternatīvu, vērtējumu, pieeju). Tā kā nozīme ir arī izteikumiem, epizodes vajadzētu numurēt. Šajā piemērā epizodes tiek traktētas kā fona informācija.

Iepriekšējās informācijas struktūras analīzes konsultējošais kopsavilkums

- (1) Tā kā rūpes par bērniem vairs neprasa tik daudz laika, kliente atkal domā par pievienošanos darba dzīvei. Ienākumiem šajā gadījumā acīmredzot nav tik liela nozīme, ir vēlme neattālināties no darba dzīves, iegūt sociālos kontaktus un jaunus garīgus izaicinājumus.
- (2) un (3) Kā risinājuma hipotēzi (priekšpakāpienam alternatīvai) kliente parāda tuvāk nedefinētu konsultanta amatu. Viņas iepriekšējais biroja vadītājas amats acīmredzot vairs netiek izskatīts kā alternatīva. Tas nozīmē, ka (1) uzspīlētajā (taču ne operacionālajā) risinājumā telpā līdz šim risinājuma hipotēze „konsultanta darbs” tiek uzskatīts par apmierinošu.
- (4) Trūkstošu konsultēšanas amata specifiskas zināšanu dēļ darba vēlmei kā rezultāts seko traucējoši novērtējumi, kuri izriet no bailēm neizturēt izglītošanos un pārbaudes prasības.
- (5), (6) un (8) Taču šīs bažas pagātnē noveda pie pašaktīvas informācijas meklēšanas. Pamatojums (pārāk mazas informācijas avotu un pieejas veidu zināšanas) vairāk norāda uz deficītu noteicošajās premisās, kas savukārt tiek pastiprināts ar to, ka klientei visticamāk ir tieksme uz iekšēju izvēles stilu (nosliece uz lēmumu pieņemšanas bez interakcijas ar citiem) (sk. *Ertelt, Schulz, 1997, 235; Ertelt, 1992, 100*). Vajadzētu ņemt vērā bailes no apkārtējās vides negatīvā vērtējuma (neizpildot uzdevumu), kas norāda uz ierobežotu neatkarību lēmumu pieņemšanas procesā (*personal control*) (8).
- (7) Klientei līdz šim trūka kritēriju, uz kuriem paļauties, lai novērtētu pašas potenciālus attiecībā uz izglītības prasībām konsultanta profesijai. Orientēšanās uz agrāko izglītību nav iespējama saturisku dažādību un laika atstarpes dēļ.

Situāciju izpēte un uzdevumi kompetences attīstīšanai

Faktoloģiskā informācija/alternatīvas	Vērtēšanas zināšanas, pamatojumi	Procesa zināšanas	Emocijas
<p>Biogrāfiski dati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vecums 34 gadi, precējusies; • divi bērni (6 un 11 gadu vecumā); • 19 gadu vecumā apguvusi biroja darbinieces amatu; • izglītības iestādē strādājusi 3 gadus; • 11 gadus vairs nestrādā. <p>3) Profesija, kurā pašreiz vēlētos strādāt: konsultanta darbs.</p>	<p>1) Atkalatgriešanās darba dzīvē (vismaz uz pusslodzi):</p> <ul style="list-style-type: none"> • samazinātas rūpes par bērniem; • iespēja nopelnīt pašai; • jauni sociālie kontakti; • garīgie izaicinājumi. <p>4) Informācijas trūkums par mācību prasībām un rezultātā vairāk negatīvs pašvērtējums.</p> <p>7) Trūkst kritēriju pašas potenciāla novērtēšanai, jo profesionālā izglītošanās un darba pieredze jau ir pārāk sena.</p> <p>8) Sociālās vides pārstāvju (pazīņas, vīra kolēģi) domām kā lēmuma kritērijiem ir nozīmīga loma.</p>	<p>2) Ar konsultēšanas darba pieredzi dēla runas traucējumu dēļ.</p> <p>5) Līdz šim nebija sistemātiskas informācijas par konsultanta profesiju, jo nebija zināmi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informācijas avoti; • metodika; • līdz šim informācijas ieguves veids bija nesistemātisks un vairāk iekšēji vērst. 	<p>Snieguma un neizdošanās bailes pārāk zema pašvērtējuma dēļ (nav atbilstošas izglītības konsultanta darbam).</p> <p>Informācijas nedrošība un nepietiekamība attiecībā uz konsultanta darbu.</p> <p>Bailes no iesaistīto personu negatīviem uzskatiem.</p>

Problēmas risinājuma un lēmuma pieņemšanas procesa stāvoklis

Klientei ir risinājuma hipotēze (kaut vispārēja), un viņa to vēlētos īstenot, neskatoties uz saviem izglītības potenciāliem. Šo procesu pavadā emocijas, kuras visvairāk rodas no neveiksmes bailēm „citu nozīmīgu personu” priekšā un tādējādi kaitēt arī sava vīra karjerai. Svarīgāk ir mēģināt konkretizēt „konsultanta profesijas prasību diapazonu” tik tālu, kamēr izdodas klientei definēt piemērotus amatus. Tādējādi būtu sagatavots otrs solis, kura centrā atrodas pašas potenciāla novērtēšana konkrēta (piemērota) ar konsultēšanu saistīta amata apgūšanai. Tam nepieciešamās informācijas iegūšanas ziņā jāņem vērā līdz šim klientes nesistemātiskais darbības veids. Vismaz pirmajā fāzē konsultantam vairāk vajadzētu nodrošināt risinājumu zināšanas attiecībā uz darbību ar informācijas avotiem kaut vai „mājasdarbu” formā.

2. situācija

Johans Ciglera kungs ir 29 gadus vecs, neprecējies. Pēc izglītības iestādes pabeigšanas viņš absolvēja lidošanas kluba septiņu nedēļu mācību kursu kā lidojumu pavadonis (stjuarts). Pēc tam viņš aptuveni deviņus gadus ir strādājis čarterreisu pakalpojumu uzņēmumā. Bankrota dēļ viņš tagad ir kļuvis par bezdarbnieku. Viņš intensīvi ir domājis par darba alternatīvām un gribētu kļūt par apdrošināšanas brokeri. Par savu problēmu viņš izsakās šādi:

- Kas man tagad jāņem vērā? Es neesmu pārliecināts, vai manā vecumā kāds darba devējs būs ar mieru ieguldīt līdzekļus manā izglītībā.
- Kā tiek organizētas mācības arodskolā? Vai es būšu „īpaša” klasē, vai arī man būs jāsež kopā ar jaunajiem skolēniem?
- Vai man vispār būs jāapmeklē arodskola? Nē, domāju, ka man vairs nebūtu jāiet skolā, taču vai tas tomēr būtu ieteicams?
- Bet pats svarīgākais – tā kā man nav iekrājumu, kā es varēšu par to samaksāt?
- Vai jūs man ieteiktu saīsinātās mācības, ja tās piedāvātu izglītības iestāde?

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:
 - fakti, alternatīvas;

- vērtējumi;
 - noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;
 - emocijas, konflikti.
2. Stāvokļa noteikšana lēmuma pieņemšanas un problēmu risināšanas procesā, kā arī specifiskas informācijas deficīts (emociju pievienošana, ja nepieciešams).
 3. Tālākas konsultēšanas pieejas skicēšana, lai reducētu informācijas deficītu.

3. situācija

Andrejs Millers ir 20 gadu vecs, viņam ir vidusskolas diploms. Viņš pašreiz ir 2. kursā tehniskajā augstskolā un iziet praksi prestižā firmā. Par savu problēmu viņš izsakās šādi:

- Iespējams, to ir grūti saprast, taču es domāju par mācību pārtraukšanu.
- Mani draugi noteikti mani apskauž par prakses vietu un par manām iespējām šajā uzņēmumā nākotnē.
- Protams, es zaudēju labas peļņas iespējas ne tikai mācību laikā, bet arī nākotnē.
- Taču kaut kā tā nav mana pasaule. Es nevaru pateikt neko konkrētu, taču kopumā manas sajūtas ir vairāk negatīvas. Iespējams, toreiz, izvēloties profesiju, es kārtīgi nepadomāju.

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Stāvokļa noteikšana izvēles izdarīšanas un problēmu risināšanas procesā, kā arī specifiskas informācijas deficīts (emociju pievienošana, ja nepieciešams).
3. Hipotēžu formulēšana, lai noskaidrotu izteikumu „Taču tā kaut kā nav mana pasaule!” pēc izvēlētās teorijas attiecībā uz karjeras attīstību. Norāde: īpaši šeit jāņem vērā metodes attiecībā uz D. Supera karjeras attīstību un R. Deivisa darba piemērotības metodi (skatīt: *Braun, Bruck*, 1984, 1996). Bez tam jāņem vērā kognitīvās nesaskaņas pēc lēmuma pieņemšanas.

4. situācija

Suzanna Rozenberga tikko tika pārcelta vidusskolas 12. klasē. Par savu problēmu viņa izsakās šādi:

- Viesnīcas vadītājas darbs man būtu ļoti piemērots, mani šajā darbā interesē pilnīgi viss.
- Taču taisnība ir arī manai mātei – šie darba laiki!
- Vēlāk es sev gribētu kārtīgu ģimenes dzīvi, taču tas neiet kopā ar šādu amatu!
- Es nezinu ko darīt. Man jau vajadzētu sākt izvēlēties studiju programmu un augstskolu!

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Stāvokļa noteikšana lēmuma pieņemšanas un problēmu risināšanas procesā, kā arī specifiskas informācijas deficīts (uzrādīto emociju pievienošana, ja nepieciešams).
3. Metodikas ieskicēšana informācijas deficīta samazināšanai.

5. situācija

Ervīns Bauers, 9. klases skolnieks, pie konsultanta ierodas pēc klases audzinātāja norādījuma. Viņš izsakās šādi:

- Mans klases audzinātājs uzskata, ka pēdējais laiks ir padomāt, kas notiks pēc skolas beigšanas.
- Mēs ar klasi jau bijām Nodarbinātības aģentūras informācijas centrā, taču daudz neesmu domājis par to, kas es gribētu kļūt.
- Vispār man ir viena ideja. Mans tēvocis ir smagā automobiļa šoferis lielā transporta firmā, man tas arī patiktu. Tēvocis domā, ja es ko darītu, tad man vajadzētu transporta firmā iemācīties biroja darbu. Bet par to es pārāk maz zinu.
- Iespējams es turpināšanu savu izglītību, taču tikai tādā gadījumā, ja nedabūšu labu darba vietu.
- Vienkārši tāpat strādāt bez izglītības, es domāju, nav labi. Arī mani vecāki tam nepiekritīs!

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Stāvokļa noteikšana lēmuma pieņemšanas un problēmu risināšanas procesā, kā arī specifiskas informācijas deficīts (uzrādīto emociju pievienošana, ja nepieciešams).

3. Metodikas skicēšana informācijas deficīta reducēšanas gadījumā.

6. situācija

Aivars Vēbers, diplomēts saldētavu iekārtu tehnikas inženieris, 35 gadus vecs, precējies, divi bērni, jau piecus gadus strādā uzņēmumā. Darba pārrunās personāla attīstības ietvaros viņam tiek lūgts novērtēt sevi, ņemot vērā konkrētus piemērus un faktus. Viņš izsakās šādi:

- Ar maniem pašreizējiem uzdevumiem es esmu apmierināts. Es kopumā situāciju pārvaldu. Tomēr man tas dažreiz liekas garlaicīgi, jo es saskatu draudus kļūt vienpusējam.
- Nesen pie mums tikko pēc studijām atnāca jauna kolēģe, un tad es sapratu, ka mūsu nozarē ir arī jaunas lietas. Mani sāka mākt neliela skaudība, es biju spiests aizdomāties...
- Manas stiprās puses ir perfekta termiņu ievērošana. Pie mums nemaz citādi nevar, jo tad darbs apstātos. Es arī labi spēju sadarboties ar kolēģiem, tikai dažreiz viņi grib risināt problēmas citādāk un domā, ka tādā veidā pie mērķa nonāks ātrāk.
- Manas tieksmes vairāk ir virzītas uz atbildības paplašināšanu, piemēram, uz iekārtu apkalpošanu arī citās vietās. Tas būtu izaicinājums jau no sociālo kontaktu puses vien. Taču pagaidām vēl mani bērni ir mazi, un mēs esam piesaistīti dzīvesvietai, jo būvējam savu māju.
- Manas pašreizējās attīstības vēlmes sliecas uz kompetences paplašināšanu, it īpaši sadarbības virzienā ar citām nodaļām. Šim nolūkam man vēl vajadzētu absolvēt tālākizglītības programmu.

Vēbera priekšnieku novērtējums par nosauktajiem aspektiem ir šāds:

- Darbinieks savu darbu padara, precīzi iekļaujoties termiņos. Taču bieži vien parāda ļoti bargu izturēšanos.

- Tas ir par iemeslu nesaskaņām ar kolēģiem, kuras tad jānokārto priekšniekam. Taču pārsvarā darbinieka priekšlikumi ir labi pamatoti un efektīvi.
- Pakalpojumu sniegšana uz ārpusi no uzņēmuma viedokļa būtu ļoti pozitīvi vērtēta, tā kā mēs spējam nodrošināt atbilstošas prasības. Taču darbinieks uz to līdz šim ir reaģējis noraidīši savas ģimenes situācijas dēļ.
- Neatstāj sajūta, ka darbiniekam ir bailes no konkurences, ka viņa prombūtnes laikā citi varētu viņu pārspēt.
- Citas attīstības iespējas tuvākajā laikā nebūs uzņēmuma iekšējās situācija dēļ.
- Darbinieku šajā nozarē pašreiz ir grūti aizstāt. Ražošanai varētu kaitēt pat mūsu darbinieka iesaistīšanās ilgākā tālākizglītības programmā.

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā – paralēli darbiniekam un priekšniekam:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Stāvokļa noteikšana problēmu risināšanas procesā un specifiskā problēmas parādīšanās, respektīvi, iespējamie konflikti.
3. Metodikas skicēšana deficītu reducēšanai trijos informācijas veidos, kā arī iespējamajos konfliktos.

7. situācija

Sabīne Andresa, 18 gadus veca, mācās ģimnāzijas 12. klasē, lūdza vīzīti pie konsultanta. Konsultācijas laikā viņa izsakās šādi:

- Patiesībā pēc 12. klases vajadzētu mācīties profesionālajā augstskolā. Es gan vēl neesmu izlēmusi.
- Īpaši mans tēvs uzskata, ka man vajadzētu iegūt bakalaura grādu, jo man labi padodas matemātika un dabaszinātnes.
- Esmu gan domājusi arī par citu ceļu – iegūt farmācijas tehnoloģes izglītību un strādāt kādā lielā uzņēmumā – es izlasīju sludinājumu.
- Pēc tam es jebkurā laikā varētu turpināt tās studijas, kuras es gribu, – iespējams dabaszinātnes vai medijus.

- Es šodien gribētu no jums uzzināt, kādas man ir labākās iespējas. Es vēl neesmu savākusi daudz informācijas, bez tam katrs saka savu, un informatīvajos materiālos var izlasīt visu ko! No šīs informācijas grūti izdarīt kādus secinājumus!

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Stāvokļa noteikšana lēmuma pieņemšanas procesā, un deficīti trijos informācijas veidos (uzrādīto emociju pievienošana, ja nepieciešams).
3. Metodikas skicēšana informācijas deficīta reducēšanas gadījumā.

Uzraudzības un analīzes loks

Šāds uzraudzības un analīzes loks sarindo darba informāciju pēc attiecīgajām funkcijām konsultācijas sarunā (sk. *Ertelt, Müller, Schade, Ziedel*, 1997, 19). To var lietot, novērojot dalībniekus (*time-line suplay*), analizējot ierakstītas konsultāciju sarunas vai lomu spēles, kā arī uzdevumos. (Loks jāpielāgo attiecīgajai nozarei.) Ieraksti neseko noteiktā laika ritmā, bet gan pēc sarunu epizodēm. Svarīgi ir, ka šīs epizodes tiek uztvertas atsevišķi no klienta un konsultanta un tiek pakļautas numerācijai. Tikai šādā veidā iespējams noteikt loģiskas sekas, lūzumus, „salas” utt. Amatu klasifikācijai vajadzētu lietot oficiālus profesiju klasifikācijas numurus no profesiju klasifikatora.

8. situācija

(Pārņemta no *Wegmann*, 2005)

Andreass ir 36 gadus vecs students mākslas akadēmijā. No intervijas par līdzšinējo karjeras ceļu ir paņemti šādi izteikumi:

1. Par pirmā darba izvēli:
 - a) Pamatskolas pēdējā klasē skolniekiem vajadzēja iziet nelielu darba praksi. Andreass izvēlējās galdnieka darbu, jo viņam patika strādāt ar koku, arī viņa labākais draugs gribēja būt amatnieks.
 - b) Taču uzņēmuma dēļ neilgi pirms prakses sākuma šī prakses vieta tika atteikta. Nācās izdarīt citu izvēli, bet bija palikusi tikai

elektromontiera prakses iespēja. Vecāku spiediena dēļ pēc tam viņš profesionālajā skolā sāka mācīties par elektroinstalāciju speciālistu.

2. Darba attīstība pēc izglītības:
 - a) Pēc tam, kad Andreass divas reizes pēc kārtas nenokārto nobeiguma eksāmenu, viņš pieņem lēmumu strādāt kādā uzņēmumā, lai sapelnītu naudu. Par citām darba izvēles iespējām viņš vēl nav domājis.
 - b) Pēc neilga laika notiek „saraušanās” ar šefu. Andreass uzraksta atlūgumu un dažus mēnešus nestrādā. Kad viņam atkal nepieciešama nauda, viņš ar sava brāļa palīdzību dabū darba vietu celtniecības materiālu tirdzniecības uzņēmumā. Andreasam attiecībā uz šo izvēles iespēju nav alternatīvu.
 - c) Pēc trim gadiem Andreass ar vienu no saviem draugiem iznomā kādu kafejnīcu. Šo gājieni viņš šodien raksturo kā nepārdomātu lēmuma pieņemšanu alkohola ietekmē. Tā kā viņš negrib pamest draugu novārtā, viņš sadarbību beidz tikai pēc diviem gadiem („pamet biznesu”) un uz laiku kļūst par bezdarbnieku.
 - d) Tā kā viņš arī caur darba aģentūru neatrod piemērotu darba vietu, viņš pieņem pirmo paziņas piedāvājumu un sāk strādāt par strādnieku paziņas ainavu dārzniecības uzņēmumā.
 - f) Pēc kāda laika pasūtījumu profila maiņas dēļ viņš pārtrauc sadarbību ar savu paziņu un nodibina pats savu dārzkopības pakalpojumu firmu.
 - g) Pēc vairākiem gadiem veselības problēmu dēļ (iegūst invaliditātes grupu) viņš ir spiests darbu pārtraukt. Pēc vizītes Nodarbinātības dienestā kļūst skaidrs, ka pieņemama darba iespējas tur nevar piedāvāt. Tad arī Andreass sāk studijas mākslas skolā. Viņš saka, ka līdz šim ir bijis spiests strādāt naudas dēļ, bet tagad varēs darīt to, kas patiesi pašam patīk.

Uzdevums

1. Izteikumu sakārtošana kopējā informācijas struktūrā:

fakti, alternatīvas;	vērtējumi;	noteikšana, izvēles aprēķins, informācija par procesu;	emocijas, konflikti.
----------------------	------------	--	----------------------

2. Metodikas skicešana informācijas deficīta reducēšanas gadījumā.

Uz profesiju attiecināmā informācija	1		2		3		4	
	Klients	Konsultants	Klients	Konsultants	Klients	Konsultants	Klients	Konsultants
Profesijas nozīme								
Galvenie uzdevumi								
Izglītības prasības								
Darba laiks								
Sociālie kontakti								
Darba vide un apstākļi								
Darba nosacījumi								
Prasības								
Piemērotība (zināšanas, prasmes)								
Fiziskā piemērotība								
Pretendēšanas nosacījumi								
Nodarbinātības situācija								
Kādas amata pozīcijas tiek piedāvātas darba tirgū								
Attīstības un tālākizglītības iespējas								
Iespējas būt patstāvīgam								
Karjeras un samaksas attīstības iespējas								
Tiesiskie faktori								
Starpniecības iespējas Brīvās darba vietas								
Mediji pašinformēšanai								

14. att. Supervīzijas un analīzes tabula



Literatūra

1. un 2. nodaļā izmantotā literatūra

- Ellis, A. (1992). Brief Therapy: The Rational-Emotive Method. In: S. H. Budman, The First Session in Brief Therapy. M. F. Hoyt, S. Friedman (Eds.). New York: Guilford Press.
- Ellis, A. (2004). The Road to Tolerance: The Philosophy of Rational Emotive Behavior Therapy. Amherst, NY: Prometheus Books.
- Fisher, S., Greenberg, R. (1977). The Scientific Credibility of Freud's Theories and Therapy. New York: Basic Books.
- Fukuyama, M. (1990). Taking a Universal Approach to Multicultural Counseling. Counselor Education and Supervision, 30, pp. 6–17.
- Gazda, G., Asbury, F., Balzer, F., Childers, W., Phelps, R., Walters, S. (1999). Human Relations Development (6th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Gilliland, B., James, R. (1998). Theories and Strategies in Counseling and Psychotherapy. Boston: Allyn & Bacon.
- Glasser, W. (1984). Control Theory. New York: Harper & Row.
- Glasser, W. (1998). Choice Theory. New York: Harper & Collins.
- Gluckstern, N. (1973). Training Parents as Drug Counselors in the Community. Personnel and Guidance Journal, 51, pp. 676–680.
- Grawe, K., Donat, R., Bernauer, F. (2001). Psychotherapie im Wandel – Von der Konfession zur Profession (5. Aufl.). Göttingen/Bern/Toronto: Hogrefe.
- Guttman, M., Haase, R. (1972). The Generalization of Microcounseling Skills from Training Periods to Actual Counseling Setting. Counselor Education and Supervision, 12, pp. 98–107.
- Hofer, M. (1997). Geleitwort, in: Ertelt, B. J., Schult, W. E., Beratung in Bildung und Beruf, Leonberg: Rosenberger.
- Ivey, A. (1983). Intentional interviewing and counseling. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Ivey, A. (1988). Intentional interviewing and counseling (2nd ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Ivey, A. (1994). Intentional interviewing and counseling (3rd ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Ivey, A., Simek-Downing, L. (1980). Counseling and psychotherapy. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Ivey, A., Authier, J. (1978). Microcounseling (2nd ed.). Springfield, Illinois: Thomas.
- Ivey, A., Bradford-Ivey M., Simek-Downing, L. (1987). Counseling and psychotherapy (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ivey, A., Bradford-Ivey, M. (1999). Intentional interviewing & counseling (4th ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Ivey, A., Bradford-Ivey, M., Simek-Morgan, L. (1993). Counseling and psychotherapy (3rd ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- Ivey, A., Bradford-Ivey, M., Simek-Morgan, L. (1997). *Counseling and psychotherapy* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Ivey, A., Gluckstern, N., Bradford-Ivey, M. (1997a). *Basic influencing skills*. North Amherst, MA.: Microtraining Associates.
- Ivey, A., Gluckstern, N., Bradford-Ivey, M. (1997b). *Basic attending skills* (3rd ed.). North Amherst, MA.: Microtraining Associates.
- Ivey, A., D'Andrea, M., Ivey, M., & Simek-Morgan, L. (2002). *Theories of counseling and psychotherapy* (5th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Littrell, J. M. (2001). Allen E. Ivey: Transforming Counseling Theory and Practice. In *J. of Counseling & Development*, Vol. 79/2001, pp. 105-118.
- Shea, J. (1975). An evaluation of the effectiveness of microcounseling in training counselors to use selected behaviors in an urban field practice. Dissertation Abstracts International, 36, 3419A. (University Microfilms No. 75-27, 072).
- Sue, D. (1995). Toward a theory of multicultural counseling and therapy. In J. Banks and C. Banks (Eds.), *Handbook of research on multicultural education*. New York: Macmillan.
- Sweeney, T. & Myers, J. (2005). Optimizing human development for helping, in: A. Ivey, M. Ivey, J. Meyers, & Sweeney (Eds.). *Developmental strategies for helpers* (2nd ed., pp. 39-68). Amherst, MA: Microtraining.
- Wubbolding, R. (1988). *Using reality therapy*. New York: Harper & Row.
- Wubbolding, R. (1991). *Understanding reality therapy*. New York: Harper Collins.

3. nodaļā izmantotā literatūra

- Bandura, A. (1969). *Principles of behavior modification*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Brammer (1973). *The helping relationship: Process and skills*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Carkhuff, R. (1969a). *Helping and human relations*. Vol. 1: Selection and training. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Carkhuff, R. (1969b). *Helping and human relations*. Vol. 11: Practice and research. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Carkhuff, R. (1971). *The development of human resources*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Carkhuff, R. (1973). *The art of problem solving*. Amherst, Mass.: Human Resources Development Press.
- DeBono, E. (1987). *Six thinking hats*. London: Penguin.
- DeBono, E. (1992). *Serious creativity: Using the power of lateral thinking to create new ideas*. New York: Harper Business.
- Egan, G. (1975). *The skilled helper*. Monterey, CA.: Brooks/Cole.
- Egan, G. (1982). *The skilled helper*. (2nd ed.). Monterey, CA.: Brooks/Cole.
- Egan, G. (1986). *The skilled helper*. (3rd ed.). Monterey, CA.: Brooks/Cole.
- Egan, G. (1990). *The skilled helper*. (4th ed.). Pacific Grove, CA.: Brooks/Cole.
- Egan, G. (1994). *The skilled helper*. (5th ed.). Pacific Grove, CA.: Brooks/Cole.

- Egan, G. (1998). *The skilled helper*. (6th ed.). Pacific Grove, CA.: Brooks/Cole.
- Egan, G. (2002a). *Skilled helping around the world*. Pacific Grove, CA: Thompson Learning.
- Egan, G. (2002). *The skilled helper* (7th ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

4. nodaļā izmantotā literatūra

- Amatea, E. S. (1989). *Brief strategic intervention for school behavior problems*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bamberger, G. G. (2001). *Lösungsorientierte Beratung - Praxishandbuch*. 2. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Bamberger, G. G. (2005). *Lösungsorientierte Beratung* (3. Aufl.). Weinheim, Basel: Beltz.
- Bandler, R., Grinder, J. (1979). *Frogs into princes*. Moab, VT: Real People Press.
- Bandler, R., Grinder, J. (1997). *Neue Wege der Kurzzeit-Therapie, Neurolinguistische Programme*. 12. Aufl. Paderborn: Jungfermann.
- Beutler, L. (1994). *What psychotherapy outcome research can teach us in the age of managed care*. Salishan, OR: Oregon Psychological Association, Spring 1994 Workshop.
- Budman, S. (Ed.). (1981). *Forms of brief therapy*. New York: The Guilford Press.
- Budman, S. H., Gurman, A. S. (1988). *Theory and practice of brief therapy*. New York: Guilford Press.
- Cade, B., O'Hanlon, W.H. (1993). *A brief guide to brief therapy*. New York: Norton.
- Carlson, J., & Sperry, L. Eds. (2000). *Brief therapy with individuals and couples*. Phoenix, AZ: Zeig, Tucker & Theisen.
- De Jong, P., Berg, I.K. (1998). *Interviewing for solutions*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- De Shazer, S. (1985). *Keys to solution in brief therapy*. New York: Norton.
- De Shazer, S. (1992). *Der Dreh, überraschende Wendungen und Lösungen in der Kurzzeittherapie*. 2. Aufl. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme.
- De Shazer, S. (1994). *Words were originally magic*. New York: Norton.
- De Shazer, S. (1997). *Wege der erfolgreichen Kurztherapie*. Stuttgart (Klett-Cotta). 6. Aufl.
- Durant, M. (1995). *Creative strategies for school problems. Solutions for psychologists and teachers*. New York: Norton.
- Ellis, A. (1996). *Better, deeper, and more enduring brief therapy*. New York: Brunner/Mazel.
- Fisch, R., Weakland, J. H., Segal, L. (1982). *Tactics of change. Doing therapy briefly*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Frank, J. D., Frank, J. B. (1991). *Persuasion and healing* (3rd ed.). Baltimore: Johns Hopkins Press.
- Furman, B., Ahola, T. (1992). *Solution talk*. New York: W. W. Norton.
- Garfield, S. L. (1994). *Research on client variables in psychotherapy*. In A. E. Bergin, S. L. Garfield (Eds.), *Handbook of psychotherapy and behavior change*, pp. 190–228. New York: Wiley.

- Segal, L. (1991). Brief therapy: The MRI approach. In A. S. Gurman, D. P. Kniskern (Eds.), *Handbook of family therapy* (Vol. 2). New York: Brunner/Mazel, pp. 171–199.
- Snyder, C. R., Irving, L. M., Anderson, J. R. (1991). Hope and health. In C. R. Snyder, D. R. Forsyth (Eds.), *Handbook of social and clinical psychology: The health perspective*. Elmsford, New York: Pergamon, pp. 28–305.
- Talmon, M. (1990). *Single-session therapy: Maximizing the effect of the first (and often only) therapeutic encounter*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Thompson, C.L., & Rudolph, L.B. (2000). *Counseling Children* (5th ed.). Belmont, CA: Wadsworth/Thompson Learning.
- Watzlawick, P., Weakland, J., Fisch, R. (1974). *Change: Principles of problem formulation and problem resolution*. New York: Norton.
- Webb, W. (1999). *Solutioning: Solution-focused interventions for counsellors*. Philadelphia: Accelerated Development.
- White, M., Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. New York: Norton.
- Wolters, U. (2006). *Lösungsorientierte Kurzberatung*. Leonberg: Rosenberger.

5. nodaļā izmantotā literatūra

- Bahrenberg, R., Koch, H., Müller-Kohlenberg, L. (2000). *Praxis der beruflichen Beratung*. 2. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer.
- Bamberg, E., Schmidt, J., Hänel, K., Hrsg. (2006). *Beratung, Counseling, Consulting*. Göttingen: Hogrefe.
- Brown, D. (1990). Models of Career Decision Making. In Brown, D., Brooks L. (1990), *Career Choice and Development*, 2nd ed. San Francisco/Oxford: Jossey – Bass, S. 396–421.
- Brown, D., Brooks, L., Associates, Eds. (1990). *Career Choice and Development: Applying Contemporary Theories to Practice*. 2nd ed. San Francisco/Oxford: Jossey - Bass.
- Brown, D., Brooks, L. u. a. (1994). *Karriere-Entwicklung*, Stuttgart (Klett-Cotta) (Originaltitel: *Career Choice and Development*, 1990).
- Brown, D., Brooks L., and Ass. (1996) *Career Choice and Development*, 3rd ed., San Francisco: Jossey-Bass.
- Bundesanstalt für Arbeit (BA). (2001). *BERUFEnet – Informationssystem zu Berufen im Internet unter „arbeitsamt.de“*.
- Corey, G. (1990). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*. 4th ed. Pacific Grove: Brooks/Cole.
- Crites, J. O. (1981). *Career Counseling - Models, Methods and Materials*. N.Y., St. Louis: McGraw-Hill.
- Dauwalder, J. P. (2007). *Beratung: Herausforderung für eine nachhaltige Entwicklung*, in: *Ztschr. Report 1/2007*, S. 9–19.
- Habel, N. (2007). *Coaching als Personalentwicklungsinstrument zur Karriereberatung – eine qualitative Untersuchung über Anwendung, Methoden und Techniken in der Praxis*, Mannheim: Universität (Magister-Arbeit).

- Hellberg, B. M. (2005). *Entscheidungsfindung bei der Berufswahl – Prozessmodell der Emotionen und Kognitionen*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Herr, E. L., Cramer, S. H., Niles, S. G. (2004). *Career Guidance and Counseling through the Lifespan* (6th ed.) Boston, N.Y., San Francisco: Pearson.
- Hick, A. (1992). *Entwicklung und Erprobung eines Kategoriensystems zur Erfassung von inhaltsbezogenen entscheidungsrelevanten Variablen*. Diplom-Arbeit Universität Mannheim, Lehrstuhl für Erziehungswissenschaft II.
- Hofer, M., Papastefanou, Ch. (1996). *Theoriebestände für pädagogisch-psychologisches Beratungshandeln*. In Hofer, M., Wild, E., Pikowsky, B., Pädagogischpsychologische Berufsfelder. Bern: Huber, S. 25–55.
- Hoffrage, U., Hertwig, R., Gigerenzer, G. (2005). *Die ökologische Rationalität einfacher Entscheidungs- und Urteilsheuristiken*, in: *Rationalität im Prozess kultureller Evolution*, Tübingen: Mohr Siebeck, S. 65–89.
- Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices – A Theory of Vocational Personalities and Work Environments*. 3rd ed. Odessa/Florida: PAR.
- Holling, H., Lüken, K. H., Preckel, F., Stotz, M. (2000). *Berufliche Entscheidungsfindung*, BeitrAB 236. Nürnberg: Bundesanstalt für Arbeit.
- Horan, J. J. (1979). *Counseling for Effective Decision Making*. North Scituate. Mass: Duxbury.
- Ivey, A. E. (1983). *Intentional Interviewing and Counseling*. Monterey: Brooks/ Cole.
- Ivey, A. E., Authier, J. (1983). *Microcounseling - Neue Wege im Kommunikationstraining*. Hrsg. von Ertelt, B. J. und Schulz, W. E. 1. Aufl. Goch: Bratt.
- Ivey, A. E., Authier, J. (1985). *Microcounseling – Neue Wege im Kommunikationstraining*. Hrsg. von Ertelt, B. J. und Schulz, W. E. 2. Aufl. Goch: Bratt.
- Ivey, A. E. (2000). *Führung durch Kommunikation*. Leonberg: Rosenberger.
- Janis, J. L., Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of the conflict, choice and commitment*. New York: The Free Press.
- Kirsch, W. (1970/71). *Entscheidungsprozesse*, Band I–III, Wiesbaden: Gabler.
- Kirsch, W. (1977). *Einführung in die Theorie der Entscheidungsprozesse*. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
- Klein, G. (2002). *The Fiction of Optimization*, in: Gigerenzer, G., Selten, R., (Eds.), a.a.O. pp. 103–121.
- Krumboltz, J. D. (2003). *Creating and capitalizing on happenstance in educational and vocational guidance*, in: *SVB/ASOSP, Internationaler AIOSP Fachkongress, Schlussbericht Bern 2003*. (www.svb-asosp.ch/Kongress/Start.htm)
- Krumboltz, J. D., Lewin, A. S. (2004). *Luck is no accident: Making the most of happenstance in your life and career*, Atascadero, CA: Impact Publishers.
- Mauch, W. (1986). *Typen von Ratsuchenden nach ihren Informationsstrukturen in Entscheidungsberatungen der Arbeitsberatung und der Berufsberatung*. (Diplom-Arbeit), Universität Mannheim, Lehrstuhl Erziehungswissenschaften.
- Mellers, B. A. et al. (2002). *Group Report: Effects of Emotions and Social Processes on Bounded Rationality*, in: Gigerenzer, G., Selten, R. (Eds.), a.a.O., pp. 263–279.
- Selten, R. (2002). *What Is Bounded rationality?*, in: Gigerenzer, G., Selten, R. (Eds.), a.a.O. pp. 13–36.

- Trinemeier, H. G., Ertelt, B. J. (1978). Praxisnahe Übungen an der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim. In Zeitschrift „Arbeit und Beruf“. Heft 10.
- Trisoglio-Wanka, J. (2008). Überprüfung neuerer Erkenntnisse der Entscheidungsforschung im beruflichen Kontext, Mannheim: Universität (Diplomarbeit).
- Walsh, W. B. (1990). A Summary and Integration of Career Counseling Approaches. In Walsh, W. B., Osipow, S. H.. Career Counseling – Contemporary Topics in Vocational Psychology. Hillsdale: Erlbaum, S. 263–282.
- Wegmann, O. (2005). Individuelle Entscheidungsstrategien in der beruflichen Laufbahn im Vergleich zu Modellvorstellungen der beruflichen Laufbahnberatung, Mannheim: Universität (Diplomarbeit).
- Wresch, A. (2008). Von der Notwendigkeit einer Umstellung auf heuristische Modelle in der berufsbezogenen Beratung, Mannheim: Universität (Diplomarbeit).
- Wütherich, B. M. (2000). Laufbahnberatung in mittelständischen Betrieben – Eine explorative Untersuchung über Praxis und Unterstützungsbedarf. (Diplomarbeit), Universität Mannheim, Lehrstuhl Erziehungswissenschaft II.

Par autoriem

Ph.D. Bernds-Joahims Ertelts, diplomēts komerczinību pasniedzējs, profesors, vada mediju didaktikas un ārvalstu attiecību centrālo nodaļu Vācijas Nodarbinātības aģentūras profesionālajā augstskolā Mannheimā. Viņš ir profesors Manheimas universitātē, viesprofesors Čestohovas universitātē Polijā un goda profesors Segedas Universitātē Ungārijā. Kopš 1972. gada profesors Ertelts ir piedalījies Vācijas Valsts darba aģentūras attīstībā un konsultantu izglītošanā. Viņš ir autors neskaitāmām nacionālām un starptautiskām publikācijām par konsultēšanas metodiku un konsultantu izglītošanu.

Ph. D. Viljams E. Šulcs ir Manitobas Universitātes konsultēšanas izglītības profesors Kanādā. Kopš 1971. gada viņš veic konsultēšanas izpētes projektus un ir izveidojis vairākas mācību programmas konsultantiem „Human Resources Development” Kanādā. Vairāki ilglaicīgi zinātnisko pētījumu projekti viņu atveduši uz Vāciju. Profesors Šulcs ir specializēto laikrakstu līdzizdevējs un neskaitāmu nacionālu un starptautisku publikāciju par konsultēšanas metodiku un konsultēšanas tehniku autors. Viņš darbojas kā eksperts dažādās valstīs konsultantu kvalifikācijas un attīstības nozarēs.



