



# ROZMOWA DORADCZA

## Scenariusz nr 1

(na podstawie koncepcji Carla Rogersa)

### 1. Założenia scenariusza rozmowy

#### 1.1. Wymagania dotyczące doradcy zawodowego pracującego według koncepcji Carla Rogersa

Doradca:

- jest osobą zintegrowaną, spójną, dba o to, by zachowywać się kongruentnie w relacji ze swoim klientem, potrafi na bieżąco wychwycić własną niespójność i pracować nad nią, co sprawia, że jest postrzegany/a jako osoba autentyczna,
- doświadcza prawdziwego, bezwarunkowego, pozytywnego nastawienia, akceptacji klienta,
- jest zdolny do empatycznego rozumienia klienta, potrafi doświadczać rzeczywistości z uwzględnieniem jego perspektywy i przekazać swojemu klientowi własne empatyczne zrozumienie.

#### 1.2. Charakterystyka klienta/klientki

Osoba pracująca, niezagrożona zwolnieniem z pracy, która chciałaby odkryć alternatywne możliwości własnego rozwoju zawodowego.

#### 1.3. Czas trwania rozmowy

Dwa spotkania trwające od 1 godz. 30 min. do 2 godz.

1. Pierwsze spotkanie dotyczy etapów I–III.
2. Drugie spotkanie dotyczy etapów IV–V opisanych w niniejszym scenariuszu.



## 2. Scenariusz rozmowy doradczej

### 2.1. ETAP I

#### Przygotowanie doradcy zawodowego do przeprowadzenia rozmowy

1. Zapoznanie się z koncepcją Carla Rogersa, na której podstawie została skonstruowana rozmowa doradcza.
2. Poznanie sytuacji osobistej klienta/klientki na podstawie dostępnej dokumentacji (jeśli jest to możliwe).
3. Przygotowanie odpowiedniego miejsca rozmowy zapewniającego intymność i bezpieczeństwo.

### 2.2. ETAP II

#### Nawiązanie pozytywnych relacji

1. Stworzenie pozytywnej i przyjaznej atmosfery, uważnego słuchania, akceptowania i przyjacielskiego wspierania.

Doradca zawodowy podczas przedstawiania się podaje również informacje, które pozwalają na ocieplenie jego wizerunku i pomagają skrócić dystans.

Doradca powinien powiedzieć kilka słów o sobie w kontekście wykonywanej pracy, próbować znaleźć wspólną płaszczyznę zainteresowań czy doświadczeń życiowych z klientem/klientką (np. na podstawie wcześniejszej lektury dokumentacji). Dbając o komfort klienta/klientki, może zaproponować miejsce do siedzenia i/lub coś do picia.

2. Nawiązanie rozmowy, doprecyzowanie celów i tematu rozmowy.

Doradca omawia przebieg spotkania, określając orientacyjny czas spotkania, żeby klient/klientka wiedział/a, jak zaplanować sobie czas.

Celem spotkania z doradcą zawodowym jest:

- uwolnienie i rozwój własnego potencjału klienta/klientki, co wyraża się w sprawnym funkcjonowaniu społecznym oraz poprzez realizowanie celów życiowych,
- przedstawienie możliwości doksztalcania osób dorosłych i/lub zatrudnienia na rynku lokalnym i poza nim (prezentacja aktualnych analiz rynkowych trendów na rynku pracy).



## 2.3. ETAP III

### Rozmowa (zbieranie faktów) oraz badanie za pomocą testów i kwestionariuszy

Doradca koncentruje się na dwóch aspektach tworzących osobowość klienta/klientki:

#### 1. Zasoby klienta/klientki (organizm)

Zadaniem doradcy zawodowego jest poznanie tego, czego doświadcza klient/klientka (pole fenomenologiczne): jego sytuacji osobistej, kwalifikacji zawodowych, umiejętności, zainteresowań, talentów, uczuć czy wartości.

Klient/Klientka może wskazać na najważniejsze sytuacje w jego/jej życiu (kamienie milowe), które wpłynęły/mogły wpłynąć na to, kim jest teraz.

#### 2. Koncepcja JA (self)

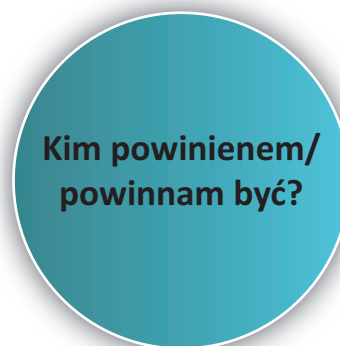
Doradca zawodowy stara się poznać koncepcję JA klienta/klientki, czyli system postrzegania własnej osoby (odpowiedź na pytania: Kim jestem?, Kim chcę być?, Do czego dążę?, Jaką mam wartość?).

*Self*, czyli ja – to system postrzegania własnej osoby: Kim jestem?, Kim chcę być?, Do czego dążę?, Jaką mam wartość?

#### Propozycja ćwiczenia.

Opis ćwiczenia:

Klient/Klientka uzupełnia każde koło, odpowiadając na pytanie.





Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Odpowiedzi z koła:

- JA REALNE („Kim jestem?”) – dostarczają informacji na temat m.in. poczucia własnej wartości, postrzegania siebie itp.;
- JA IDEALNE („Kim chcę być?”) – dostarczają informacji na temat marzeń, planów itp.;
- JA POWINNOŚCIOWE („Kim powinienem być i dlaczego?”) – dostarczają (mogą dostarczyć) doradcy zawodowemu informacji odnośnie do poczucia własnej wartości klienta/klientki, jego/jej relacji z rodzicami, poziomu samoakceptacji itp.

Doradca zawodowy przy diagnozowaniu może posłużyć się testami i kwestionariuszami. Ważną informacją dla niego będzie:

- poziom samoakceptacji klienta/klientki,
- zewnątrz- lub wewnątrzsterowność klienta/klientki,
- typ dotychczasowej kariery zawodowej,
- system wartości klienta/klientki.

Szczególną uwagę należy zwrócić na wartości klienta/klientki i związany z tym wykonywany/planowany typ kariery zawodowej (rysunek poniżej):



Oznaczenia:

P – praca, R – rodzina.



## 2.4. ETAP IV

### Samoaktualizacja – proces odszukiwania pomysłu na siebie

Doradca zawodowy, poprzez zadawanie pytań pomagających w odkrywaniu i zwerbalizowaniu celów klienta/klientki, towarzyszy mu/jej w odkrywaniu siebie i pomaga odblokować jego/jej zdolności do rozwoju samego/samej siebie według jego/jej własnych zamiarów.

*W każdym człowieku istnieje tendencja aktualizująca, czyli dążenie do rozwoju i doskonalenia się.*

Warunki niezbędne do jej wystąpienia:

- *autonomia osoby,*
- *właściwa, akceptująca atmosfera,*
- *pomoc w dostarczaniu materiałów do uczenia się, w rozwiązywaniu problemów natury poznawczej i emocjonalnej<sup>1</sup>.*

## 2.5. ETAP V

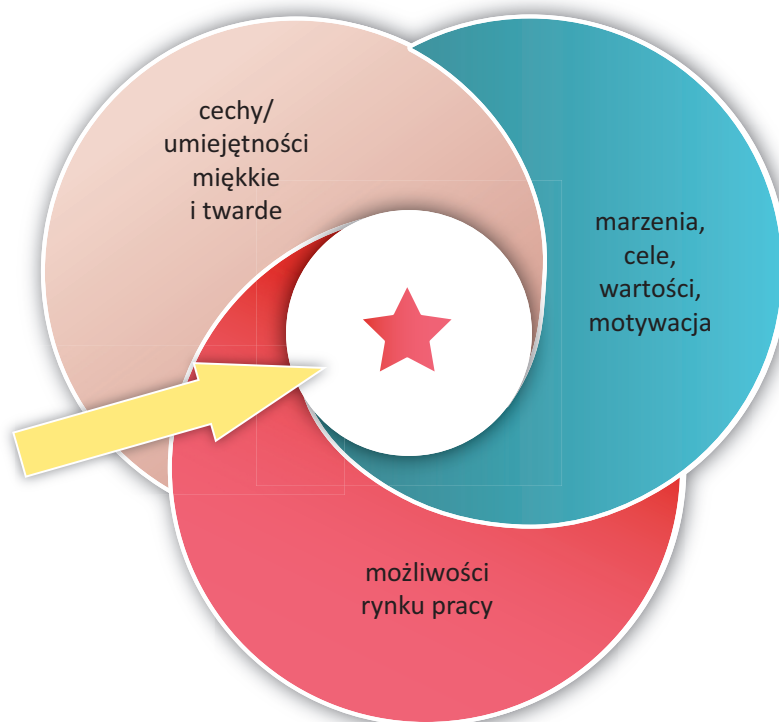
### Klient/Klientka przy wsparciu doradcy zawodowego ustala konkretne kierunki działań

Doradca zawodowy pomaga klientowi/klientce w określeniu kierunków możliwych działań, stworzeniu spójnego i realnego planu działania wraz z terminami realizacji.

Pomagając w ustalaniu celów, doradca zawodowy musi wziąć pod uwagę wewnątrz- czy zewnątrzsterowność klienta/klientki. Doradca zawodowy nie może stracić z oczu perspektywy rynku pracy, na którym działa klient/klientka.

<sup>1</sup> Rogers C. R. (1991). *Terapia nastawiona na klienta. Grupy spotkaniowe*. Thesaurus Press, Wrocław.

## Propozycja analizy.



Przy analizie poszczególnych okręgów można wykorzystać następujące narzędzia:

1. Oś czasu/indywidualna ścieżka rozwoju (IŚR), (okrąg niebieski) – klient/klientka prezentuje swoje marzenia/plany/dążenia, zaznaczając je na osiach czasu w perspektywie od 3 do 5 lat. Może zastosować podział na kilka osi uwzględniających płaszczyzny życia (np. pracę, pasję, rodzinę).

Oś czasu/IŚR może być rozczłonkowana, wtedy jako cel można zaproponować przeprowadzenie analizy, która z dróg dla klienta/klientki jest bardziej optymalna (lub dać mu/jej czas na samodzielną analizę i wybór).

Po ustaleniu wizji siebie w podziale na płaszczyzny można przystąpić do sformułowania celów zawodowych/życiowych.

Wskazane jest spotkanie doradcy zawodowego klientem/klientką pół roku/rok później, tak aby podczas kolejnego spotkania można było nawiązać do osi czasu/IŚR i ją zaktualizować.

Modyfikacją osi czasu/IŚR może być tzw. rzeka czasu, w której umieszczamy informacje z przeszłości, teraźniejszości i przyszłości.

2. Analiza SWOT (okręgi fioletowy i zielony), gdzie S (wewnętrzne pozytywne) i W (wewnętrzne negatywne) dotyczą cech i umiejętności klienta/klientki, a O (zewnętrzne szanse) i T (zewnętrzne zagrożenia) obrazują szanse i zagrożenia na rynku pracy.



Analizując rynek pracy, bierzemy pod uwagę zarówno rynek lokalny, jak i ogólnopolski, europejski, globalny, rozkładając akcenty w zależności od sytuacji zawodowej i/lub planów klienta/klientki.

#### Interpretacja analizy SWOT:

- Sytuacja SO (strategia maxi–maxi)

Klient/Klientka, u którego/której przeważają mocne strony, a w otoczeniu dominują szanse. Strategia maxi–maxi to silna ekspansja i zdywersyfikowany rozwój (np. awans, zmiana pracy przy jednoczesnym inwestowaniu we własny rozwój, tj. kształcenie, nowe atrakcyjne certyfikaty).

- Strategia WO (mini–maxi)

Klient/Klientka, który/która ma przewagę słabych stron nad mocnymi, ale sprzyja mu/jej układ warunków zewnętrznych. Strategia rozwoju zawodowego powinna polegać na wykorzystywaniu tych szans przy jednoczesnym poprawianiu niedociągnięć wewnętrznych (np. uzupełnianie brakujących kompetencji zawodowych).

- Strategia ST (maxi–mini)

Źródłem trudności rozwojowych klienta/klientki jest niekorzystny dla niego/niej układ warunków zewnętrznych. Klient/Klientka może przewyciężyć ten niekorzystny układ, przeciwstawiając mu duży potencjał wewnętrzny, wykorzystując do maksimum swoje liczne mocne strony, starając się dostosować do niekorzystnych warunków zewnętrznych (np. przyjmując czasowo stanowisko nieadekwatne do swoich kompetencji, zdobywając jednocześnie nowe, unikatowe umiejętności cenne na rynku pracy).

- Strategia WT (mini–mini)

Klient/Klientka w sytuacji WT ma małe szanse na rozwój, działa w nieprzychylnym otoczeniu, a jego/jej osobisty potencjał zmian jest niewielki. Nie ma istotnych mocnych stron, które mógłby/mogłaby przeciwstawić zagrożeniom zewnętrznym i wykorzystać do poprawienia słabych stron. Musi zupełnie przeformułować swoją drogę zawodową, zdobyć nowe kwalifikacje. Często jest to jednak kwestia także motywacji oraz otwartości na zmiany.