



ROZMOWA DORADCZA

Scenariusz nr 5

(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 wobec swojego klienta,
- jest zdolny do empatycznego rozumienia klienta, potrafi doświadczać rzeczywistości z uwzględnieniem jego perspektywy i przekazać swojemu klientowi własne empatyczne rozumienie.

1.2. Charakterystyka klienta/klientki

Klient niezatrudniony i niebezrobotny

Prawdopodobnie klient/klientka pracuje bez umowy o pracę, być może podejmuje się wykonywania prac sezonowych. Może podejmować zatrudnienie także za granicą, bez umowy o pracę. Klient/Klientka nie ma wewnętrznej motywacji do pracy i w ogóle nie widzi problemu, że nie pracuje, jednocześnie uważa, że nie ma szansy na zmianę sytuacji. Prawdopodobnie jest klientem/klientką pomocy społecznej.



Klient przychodzi do doradcy, ponieważ:

1. Został skierowany do doradcy przez np. pracowników pomocy społecznej.
2. W jego życiu pojawiły się jakieś okoliczności, które sprawiły, że jednak zmienił zdanie i chce podjąć pracę.

1.3. Czas trwania rozmowy

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

1. Pierwsze spotkanie: etapy I–III.
2. Drugie spotkanie: etapy IV–V.

2. Scenariusz rozmowy doradczej

2.1. ETAP I

Przygotowanie doradcy zawodowego do przeprowadzenia rozmowy

Według koncepcji Carla Rogersa niedyrektywny, towarzyszący, empatyczny, wspierający klienta i w pełni go akceptujący – pracujący według tzw. triady Rogersa.

1. W założeniu pracy doradcy ważne jest to, aby zweryfikował on przed spotkaniem z klientem/klientką, czy jest w stanie pracować zgodnie z koncepcją Rogersa.
2. Jeśli przed spotkaniem z klientem/klientką jest taka możliwość, doradca powinien maksymalnie zapoznać się z sytuacją klienta/klientki na podstawie dostępnej dokumentacji, tak aby wstępnie rozpoznać tę sytuację.
3. Doradca powinien także zapewnić sobie i klientowi/klientce odpowiednio przygotowane miejsce do pracy, aby rozmowa przebiegała bez zakłóceń z zewnątrz oraz aby przede wszystkim klient/klientka czuł/a się bezpiecznie, dzięki czemu proces doradczy będzie o wiele bardziej skuteczny. Jest to bardzo ważne, ponieważ istnieje duże prawdopodobieństwo, że klient/klientka może być oporny, niechętny do współpracy.



2.2. ETAP II

Nawiązanie pozytywnych relacji

1. Przedstawienie się.
2. Nawiązanie rozmowy.
3. Wspólne ustalenie zasad obowiązujących na spotkaniu – rodzaj kontaktu i jednoczesne włączenie klienta/klientki w rozmowę.
4. Poinformowanie klienta/klientki, ile czasu będzie trwało jedno spotkanie i że przewidziane są dwa spotkania, informacja na temat tego, co w ogóle jest celem spotkań z doradcą zawodowym i jakie z tego tytułu klient/klientka może odnieść korzyści, np. diagnoza predyspozycji zawodowych, pomoc w wyznaczeniu celów edukacyjnych i zawodowych, pomoc w podjęciu decyzji dotyczących wizji zawodowej klienta/klientki.

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/jej sytuacji osobistej, kwalifikacji zawodowych, umiejętności, zainteresowań, talentów, uczuć, wartości.

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

Zadaniem doradcy, poprzez zadawanie pytań, jest uzyskanie wiedzy na temat:

- relacji z bliskimi,
- kondycji fizycznej i psychicznej (stan zdrowia),
- wartości, którymi klient/klientka kieruje się życiu,
- tego, czym się interesuje i co lubi robić,
- tego, co chce robić w przyszłości,
- poziomu radzenia sobie obecnie w życiu,
- kwalifikacji i umiejętności,
- biegłości i umiejętności komunikacyjnej klienta/klientki,
- radzenia sobie w sytuacjach trudnych.



Badanie klienta/klientki adekwatnymi do jego/jej poziomu kwestionariuszami oraz informacja zwrotna dla klienta/klientki na temat wyników.

2. Koncepcja JA (self)

Doradca zawodowy stara się poznać koncepcję JA klienta/klientki, czyli system postrzegania własnej osoby (kim jestem, kim chcę być, do czego dążę, jaką mam wartość).

Zadaniem doradcy, poprzez zadawanie pytań, jest uzyskanie wiedzy na temat:

- postrzegania sytuacji zawodowej, umiejętności i kwalifikacji zawodowych,
- wartości, jaką mają one dla niego/niej,
- kondycji fizycznej i psychicznej (stan zdrowia),
- motywacji do działania (co go/ją motywuje),
- postrzegania siebie,
- biegłości i umiejętności komunikacyjnej klienta/klientki,
- radzenia sobie w sytuacjach trudnych.

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

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 w odblokowaniu 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.

Niezbędne warunki do jej wystąpienia:

- *autonomia osoby,*
- *właściwa, akceptująca atmosfera,*
- *pomoc w dostarczaniu materiałów do uczenia się, w rozwiązywaniu problemów natury poznawczej i emocjonalnej¹.*

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



2.5. ETAP V

Klient/Klientka przy wsparciu doradcy zawodowego ustala konkretne kierunki działań

Doradca zawodowy towarzyszy i wspiera klienta/klientkę w wyznaczaniu konkretnych celów, kierunków działania. Ustalane są tu konkretne działania wraz z wyznaczonymi terminami ich realizacji. Wizualizacja zmiany przez klienta/klientkę, a tym samym wzbudzenie motywacji do działania.

2.6. ETAP VI

Zakończenie rozmowy doradczej