

PROFESINIO KONSULTAVIMO
METODAI IR TECHNIKOS

II

Parengė: Švietimo mainų paramos fondas
Konsultavo: Lietuvos darbo rinkos mokymo tarnyba

Iš anglų kalbos vertė Vilija Dulevičiūtė
Redagavo Rita Malikėnienė
Maketavo ir spausdino UAB „Sapnų sala“
Tiražas 200 vnt.

TURINYS

SSGG (SWOT) ANALIZĖ	4
<i>Luminita TASICA, Edukologijos institutas, Bukareštas</i>	
AUTOBIOGRAFIJA IR SAVĖS CHARAKTERIZAVIMAS	19
<i>Adina IGNAT, „Stefan cel Mare“ universitetas, Suceava</i>	
ATPASAKOJIMAS	32
<i>Mihaela CHIRU, Edukologijos institutas, Bukareštas</i>	
METAFORA KONSULTAVIME	41
<i>Gabriela LEMENI, Carmen AVRAMESCU,</i>	
<i>Psichologijos ir edukologijos fakultetas, Babes-Bolyai universitetas, Cluj Napoca</i>	
SCENARIJUS	56
<i>Luminita TASICA, Edukologijos institutas, Bukareštas</i>	
ASMENINIS PROJEKTAS	71
<i>Michaela CHIRU, Edukologijos institutas, Bukareštas</i>	
DARBO KLUBAS	79
<i>Luminita DANES, Nacionalinė užimtumo agentūra, Bukareštas</i>	

SSGG (SWOT) analizė

Luminita TASICA, Edukologijos institutas, Bukareštas

Istorija

XIX a. pradžioje didėjanti konkurencija tarp stambių pramoninių kompanijų sukėlė didelį susidomėjimą konkurencingos vadybos sprendimais.

Korporacinių bendrovių sprendimų priėmėjai suprato, kad sėkmė daugiausia priklauso nuo strateginių sprendimų, priimamų kartu su valdybos nariais, kokybės. Tačiau iš pirmo žvilgsnio atrodantys teisingi kai kurie strateginiai planai dažnai baigdavosi kompanijų nesėkme ir bankrotu.

Būtent dėl to XX a. 5-ajame ir 6-ajame dešimtmečiais buvo vykdoma daug tyrimų vadybos ir ypač strateginės analizės srityje (pirmiausia juos atliko Stanfordo tyrimų institutas, JAV, pateikęs 5000 direktorių ir vadybininkų, vadovaujančių sėkmingoms organizacijoms, klausimyną, sudarytą iš 250 klausimų). Rezultatų apibendrinimas atskleidė, kad nesėkmę lėmė esminės informacijos išskaidymas tarp skyrių kompanijos viduje. Tai neleido sprendimų priėmėjams susidaryti bendro įspūdžio apie situaciją, sulėtino trumpalaikių sprendimų priėmimą, tad buvo priimtos klaidingos ilgalaikės strategijos. Siekiant išvengti tokių klaidų buvo surinkta informacija apie vidinius veiksmus (tei-

giamus ir neigiamus), kuri buvo sujungta su išoriniais veiksniais, turinčiais įtakos kompanijai.

Taip prasidėjo procesas, atvedęs prie SSGG (SWOT) metodologijos sukūrimo. Iš pradžių taikytas ekonomikoje, kur su kaupu pasitvirtino jo efektyvumas, metodus vėliau greitai tapo labai populiarus. Jis buvo pradėtas taikyti rinkodaros ir organizacinės kultūros srityse, išsiplėtė į socialinių paslaugų, demografinės politikos, karinių strategijų, žmoniškųjų išteklių, viešųjų ryšių, išradimų, psichologijos, švietimo ir karjeros sritis. Metodas buvo diegiamas visose šiose srityse ir įvairiais būdais taikomas strateginio planavimo procesuose.

Šiuo metu strateginės vadybos mokslo srityse laikomasi nuomonės, kad SSGG (SWOT) analizė yra būtina priemonė siekiant ilgalaikių bet kokios organizacijos tikslų (asmenų, grupių ar bendruomenių), kartu su kitomis strategijomis: paremtomis poreikiais (PEST – politinė, ekonominė, socialinė, technologinė analizė (angl. *political, economic, social, technological analysis*)), produktyvumu (JIT – tinkamu laiku (angl. *Just In Time*)), kokybe (TQM – visuotinė kokybės vadyba (angl. *Total Quality Management*)).

Teorinės ištakos

SSGG (SWOT) yra akronimas, sudarytas iš žodžių: *Stiprybės, Silpnybės, Galimybės, Grėsmės* (angl. *strengths, weaknesses, opportunities, threats*).

Žvelgiant giliau, SSGG (SWOT) analizė apima daugiau prasmių, atsižvelgiant į taikomą perspektyvą.

Vadovaujančiąsias pozicijas užimančiams asmenims SSGG (SWOT) reiškia **vadovavimo proceso metodą**, taikomą siekiant suprasti strateginę įmonės ar organizacijos padėtį, arba **vadybos modelį**, taikomą firmoje siekiant „įvertinti jos stiprybes ir silpnybes, kurios kartu su turimų galimybių ir grėsmių, esančių už kompanijos ribų, analize apibrėžia jos dabartinę vietą rinkoje“ (http://121.ro/content/show_article).

Šis metodas taip pat yra „viena iš **pagrindinių priemonių** (šalia PEST analizės) poreikių analizei. Poreikių analizė yra įžanginis bet kurio valdymo projekto rengimo etapas“ (Paus, 2003).

Žvelgiant iš rinkodaros paslaugų perspektyvos, SSGG (SWOT) analizė yra „**pagrindinis modelis, nurodantis kelią ir kryptį**, ji sudaro **rinkodaros planų rengimo pagrindą**. Tai atliekama įvertinant organizacijos stiprybes (kas gali būti padaryta) ir silpnybes (kas negali būti padaryta), galimybes (potencialiai palankios sąlygos)

ir grėsmes (potencialiai nepalankios sąlygos). Tai **svarbus planavimo žingsnis**. Metodo vertė dažnai yra nepakankamai įvertinama, nepaisant jo paprastumo. SSGG (SWOT) analizės paskirtis – surinkti informaciją analizuojant aplinką, suskirstyti šią informaciją į vidinius (SS-Su) ir išorinius veiksnius (GG-OT)“ (Duncan, apud Ferrell, 1998).

SSGG (SWOT) analizė yra verslo ar projekto **aprašymo modelis**, kuris dėl jame skiriamos dėmesio veiksniams, turintiems didžiausią poveikį organizacijai, pasitvirtina kaip lengvas ir prieinamas būdas šiems pagrindiniams veiksniams nustatyti ir perteikti.

Kalbant apie organizacijos kultūrą, metodas yra „**organizacijos dabartinės situacijos ir konteksto monografija**, sudaranti žmogiškųjų, materialinių, informacinių ir dalininkų suteikiamų išteklių bazę. Diagnozė, reikalinga konsultavimo veikloms planuoti, nustatoma atliekant poreikių analizę. Šia diagnoze pagrindžiama subjekto strategija (konsultanto, kliento, mokytojo)“ (Paus, 2003).

Žmogiškųjų išteklių, karjeros planavimo ir konsultavimo srityse metodas yra „**priemonė, dažnai naudojama strateginio planavimo procesuose**“. SSGG (SWOT) analizėje susitelkiama į vidinę ir išorinę realybę, tiriant vidinėje aplinkoje esančias stiprybes ir silpnybes bei su išorine aplinka susijusias galimybes ir grėsmes“ (www.eva.ro/cariera/articole).

Metodo pristatymas

Profesinio konsultavimo, orientavimo ir karjeros planavimo paslaugų srityje SSGG (SWOT) buvo pritaikyta tiesioginių ir netiesioginių naudos gavėjų poreikiams, naudojant SSGG (SWOT) ir kaip analizės **metodą, techniką ar instrumentą** (pa-prastasis, lentelės variantas), ir kaip **strateginės vadybos modelį** (metodo kompleksinis, trijų etapų variantas).

Metodo esmę jau 7-ajame dešimtmetyje užfiksavo du Amerikos strategai: „SSGG (SWOT) analizė padeda suprasti ir tobulinti aplinką, kurioje turi būti plėtojama veikla. Tai vyksta sudarant sąlygas subalansuoti vidinius (SS-Su) ir išorinius (GG-OT) veiksnius, kurie gali įvairiomis formomis įsiterpti ir daryti įtaką veiklos plėtotei ir eigai. Tai yra svarbūs žingsniai nustatant ir apibrėžiant savo pačių pajėgumus, taip pat elementus, reprezentuojančius konkurencinius pranašumus. Analizės tikslą apibūdina: savo pačių situacijos įvertinimas, privalumų suvokimas, silpnųjų pripažinimas, galimybių sužinojimas, taip pat galimų pavojų prevencija“ (Thompson, Strickland, 1986).

Konsultanto ir kliento dialogas gali prasidėti tokiais klausimais, kaip:

- Kokie yra Jūsų gebėjimai, gabumai, silpnybės, trūkumai?
- Kaip galėtumėte išryškinti savo gabumus ir įveikti silpnības?
- Kokios yra galimybės ir kokie pavojai kalbant apie Jūsų karjerą?

Pirmas etapas: *keturių veiksmų nustatymas ir analizė*

Analizė pradedama **keturiais veiksmų identifikavimo sąrašais**, taikomais klientui, kliento karjerai, darbo rinkai ir organizacijai.

Siekiant pagerinti supratimą, tipiška SSGG (SWOT) analizė struktūruojama **keturių langelių lentelėje (matricoje)**:

Stiprybės	Silpnybės
Galimybės	Grėsmės

Skirtingai nuo ekonomikos, paslaugų ir rinkodaros sričių, kuriose vidiniai veiksniai (stiprybės, silpnybės) nusako vidinę įmonės (organizacijos) situaciją, žmogiškųjų išteklių srityje šie veiksniai (kaip matyti pirmiau pateiktoje lentelėje) apibūdina individualius gebėjimus, savybes, gabumus, kompetencijas ir trūkumus, žinių, išsilavinimo ar patirties trūkumą. Specialistų nuomone, tai yra SSGG (SWOT) analizės žmogiškųjų išteklių srityje stiprybė. Identifikuojant veiksnius, susijusius su vidine asmens prigimtimi, auksinė taisyklė – analizės objektyvumas ir realizmas (tai taip pat tinka organizacijoms).

Jei planuojant karjerą SSGG (SWOT) metodą ketinama taikyti institucijai (švietimo ar užimtumo paslaugų teikėjui), ana-

Sąrašai gali būti struktūruojami pagal toliau pateiktos lentelės pavyzdį:

VIDINIAI	<p>Jūsų stiprybės: (gabumai, privalumai, kompetencijos) Įvaldyti teigiami aspektai, kurie gali būti naudojami karjerai plėtoti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darbo patirtis • Išsilavinimas, kvalifikacijos • IRT žinios (techninė, programinė įranga, programavimas) • Perkeliameji gebėjimai (komunikaciniai, darbo komandoje, lyderiavimo) • Asmeninės charakteristikos (profesinė etika, savidrausmė, gebėjimas dirbti stresinėse situacijose, kūrybiškumas, optimizmas, energingumas) • Sėkmingi santykiai ir kontaktai • Ryšiai su prestižinėmis profesinėmis organizacijomis 	<p>Jūsų silpnybės: (silpnybės, trūkumai, ydos) Turimi neigiami vidiniai aspektai, kurie gali būti pakoreguoti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darbo patirties trūkumas • Žemas išsilavinimo lygis • Siekių, savęs pažinimo ir informacijos apie profesijas trūkumas • Nepakankamas išsimokslinimas IRT • Neišlavinti perkeliameji gebėjimai • Nesugebėjimas ieškoti darbo • Neigiamos asmeninės charakteristikos (darbo etikos pažeidinėjimas, motyvacijos trūkumas, neryžtingumas, baikštumas, emocinis nestabilumas)
IŠORINIAI	<p>Jūsų karjeros galimybės: Nekontroliuojamos išorinės teigiamos aplinkybės, kurios gali būti naudingos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teigiamos tendencijos tose srityse, kuriose gali būti sukurta daugiau darbo vietų (ekonominis augimas, globalizacija, technologinė modernizacija) • Daugelyje sričių reikalaujama asmeninių gabumų • Gera savivizina ir sugebėjimas pasiekti karjeros tikslų • Pareigų paaukštinimo ir asmeninio tobulėjimo galimybės • Palanki geografinė vieta • Stiprus profesinis tinklas 	<p>Grėsmės Jūsų karjerai: Nekontroliuojamos išorinės neigiamos aplinkybės, kurių poveikį galima sumažinti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darbo pasiūlymų sumažėjimas atitinkamoje srityje • Konkuravimas su tai pačiai kartai priklausančiais žmonėmis • Varžovai patyrę darbo paieškoje • Varžovai baigę prestižines mokyklas • Kliūtys karjeros kelyje (kvalifikacijų ir mokymų trūkumas, nėra pinigų) • Apribotas profesinis tobulėjimas, rutiniškas darbas be galimybių paaukštinti pareigas • Kompanijos nesuinteresuotos Jūsų kvalifikacijomis

lizė atliekama laikantis standartinės SSGG (SWOT) procedūros, taikomos bet kuriai organizacijai:

Stiprybės žymi institucijos privalumus (pvz., rinkos segmentą, darbuotojų skaičių) ir aspektus, kurie suteikia jai galios, palyginti su kitomis konkurencinėmis institucijomis. Konkretus šių stiprybių pasireiškimas organizacijose skiriasi, bet iš esmės jis nurodo išteklius ir galimybes pagrįstas bazines kompetencijas.

Silpnybės reiškia silpnuosius aspektus, kurie lemia trūkumus, palyginti su kitomis organizacijomis išorinėje konkurencingoje aplinkoje. Stiprybių ir silpnųjų poliai kiekvienoje organizacijoje identifikuojami lyginant su organizacijos konkurentais. „Nors silpnybės dažnai suprantamos kaip „logiška“ priešingybė grėsmėms, firmos stiprybių trūkumas tam tikroje srityje arba rinkoje nebūtinai yra silpnybė, išskyrus atvejį, kai tai yra konkurencingumo silpnybė. Stiprybės ir silpnybės gali būti išmatuotos atliekant vidinį arba išorinį auditą“ (Bratianu, 2000).

Galimybės yra palankūs veiksniai, suformuoti išorinės makroaplinkos jėgų (demografinė, ekonominė, technologinė, politinė, teisinė, socialinė ir kultūrinė dinamika) ir tam tikrų rinkos segmentų: kartos narių, vartotojų, paskirstymo kanalų, tiekėjų.

Ar yra darbo rinkai įtaką darančių demografinių pokyčių? Ar gali partnerystės

daryti įtaką produktų ar paslaugų poreikiui? Ar galima perkeliamašias kompetencijas ir gabumus naudoti kitais, neįprastais būdais? Ar gali tyrimų ir plėtos departamento tyrimo metu gautos žinios būti paverstos pinigais pardavinėjant licencijas, technologijų idėjas? Siekiant nustatyti turimas galimybes konsultantui tenka svarbus vaidmuo. Kartu su klientu turi būti išgryninti tokiaame procese glūdintys netikrumai.

Grėsmės yra išorinės aplinkos nulemti neigiami aspektai ir apribojimai, kurių vadyba negali kontroliuoti. Jie priklauso tokiam rizikos tipui, kuri, jei jos bus nepaisoma, taps chroniška. Grėsmės yra susijusios su galimybėmis ir konkurencija.

Antras etapas: strategijų nustatymas

Siekiant išanalizuoti dabartinę situaciją, turėtų pakakti užpildyti keturis langelius pagal keturių veiksnių sąrašą. Šis pirmasis žingsnis buvo labiausiai paplitęs šeštajame ir septintajame XX a. dešimtmėčiais, kai metodą perėmė kitos sritys.

Konkurencija reikalavo ilgalaikių sprendimų, todėl analizė buvo tęsiama nustatant patvarias, funkcionalias, efektyvias ir sėkmingas strategijas siekiant užtikrinti ilgalaikį, ne tik trumpalaikį, veiklos vykdymą.

Toliau pateikiami keli svarbiausi klausimai, kurie, anot strateginės vadybos specialistų, yra būtini vadovams, besirū-

pinantiems savo firmų ar klientų pažanga: „Kokių veiksmų turi būti imtasi remiantis stiprybėmis, silpnybėmis, galimybėmis ir grėsmėmis? Kokio kelio reikia laikytis: susitelkti į firmos stiprybių naudojimą siekiant galimybes paversti kapitalu? Ar stengtis sukaupti daugiau stiprybių siekiant sukurti daugiau galimybių? Ar reikėtų minimizuoti silpnybes ir išvengti grėsmių?“ (Bratianu, 2000).

Remiantis SSGG (SWOT) matrica gali būti nustatyti nauji tikslai. Gali būti parengtos keturios alternatyvios strategijų kategorijos ir tiek pat veiksmų planų.

„SSGG (SWOT) analizės rezultatas? Keturios strateginės alternatyvos. Nepaisant to, kad tikslus stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių suformulavimas yra labai subtilus ir daug laiko atimantis dalykas, jų pavertimas strateginėmis alternatyvomis yra tikras menas! Gretutinė idėja yra gauti naudos iš stiprybių ir galimybių derinio, išvengiant silpnybių ir grėsmių derinio arba jį neutralizuojant“ (Markovits, 2003). *Management models. SWOT analysis*: http://121.ro/content/show_article.php3?article_id.

Siekiant susidaryti geresnį bendrą vaizdą, iš vidinių **SS-SU** veiksmų gali būti suformuota vertikali ašis, o iš išorinių **GG-OT** veiksmų – horizontali ašis. Sujungiant vidinius ir išorinius veiksmus gali būti pasiektos tokios strateginės alternatyvos:

	S [stiprybės (angl. <i>strengths</i>)]	
O [galimybės (angl. <i>opportunities</i>)]		T [grėsmės (angl. <i>threats</i>)]
	W [silpnybės (angl. <i>weaknesses</i>)]	

S-O (stiprybių ir galimybių) strategijos (strategijos, kuriose naudojamos stiprybės siekiant gauti naudos iš galimybių). Tai *max-max* tipo strategijos, kurios sujungia strategijai parengti palankiausius elementus. S-O strategijose naudojamos organizacijos stiprybės ir galingi elementai, siekiant, kad ji gautų daugiausia naudos iš išorinių galimybių. Organizacija rinkoje tampa dinamiška ir agresyvi, sukuria sau konkurencinį pranašumą, palyginti su kitomis organizacijomis.

W-O (silpnybių ir galimybių) strategijos (strategijos, kuriomis siekiama sumažinti silpnybių poveikį naudojantis galimybių privalumais). Tai *min-max* tipo strategijos, nes jose vidinės silpnybės sujungiamos su išorinėmis galimybėmis. Organizacija praktiškai stengiasi naudoti

galimybes, kad panaikintų silpnybes arba paverstų jas savo privalumais ar sau palankiomis aplinkybėmis.

S-T (stiprybių ir grėsmių) strategijos (strategijos, kuriose naudojamos stiprybės siekiant išvengti grėsmių arba kad jos būtų kiek įmanoma sumažintos). Tai *max-min* tipo strategijos, nes jose naudojamos organizacijos stiprybės siekiant išvengti išorinių grėsmių ar jas sumažinti. Šios strategijos yra gynybos strategijos, kurios gali būti paverstos puolimo strategijomis, jei tik teisingai įvertinamas vidinių ir išorinių jėgų santykis.

W-T (silpnybių ir grėsmių) strategijos (strategijos, kuriomis siekiama panaikinti silpnybes ir sumažinti grėsmių poveikį). Tai *min-min* tipo strategijos, kuriomis siekiama kiek įmanoma sumažinti silpnybes, jei galima išvengti išorinių grėsmių. Tai gynybos strategijos, kurios dažnai naudojamos tais atvejais, kai organizacija mažėja ir siekiama išvengti bankroto.

Aprašytosios strateginės alternatyvos yra bendrojo pobūdžio. Jas reikia pritaikyti prie kliento ypatumų ir turinį sudaryti pagal konkrečias kiekvienos organizacijos sąlygas. (Duncan, apud Ferrell, 1998).

Trečias etapas: apsvaistymas ir sprendimų priėmimas

Kad galėtų veikti ir pagal reikalavimus, ir pagal galimybes, klientai turi priimti

sprendimą dėl tinkamiausios strategijos. Galutinis bet kurios strategijos tikslas – subalansuoti vidinius ir išorinius veiksmus, kad būtų pasiekta ar įtvirtinta trokštama veikla. Paprastai dominuojanti strategija (puolamoji ar gynybinė) taikoma kartu su korekcine (pvz., min-max-min). Taigi klientas gali leisti sau būti agresyvesniam, jei suvokia stiprybes ir galimybes, ir tuo pačiu metu dirbti siekdamas ištaisyti ir sumažinti ydas; bet jei stiprybių nepakanka ir kyla grėsmė, jis taiko gynybinę strategiją.

„Kita problema – sprendimų priėmimas. Net tuo atveju, jei matrica buvo išplėtotą rūpestingai, sprendimai priimami atlikus kruopščią analizę. Priimant sprendimus svarstymai, susiję su kiekvienoje alternatyvoje slypinčiomis konkrečiomis rizikomis ir su rizikomis, turinčiomis ryšį su ištekliais, gali turėti tokią pat svarbią reikšmę kaip ir pati analizė“ (Marcovits, 2003). Organizacijų atveju sprendimas yra susijęs su sėkmingos strategijos parinkimu. „Sėkmingomis strategijomis siekiama gauti didžiausią kiekvieno bendrojo rodiklio vertę organizacijai būdinyje atskaitinėje sistemoje (efektyvumas, kokybė, naujovės ir jautrumas kliento poreikiams) ir didžiausią matavimo vieneto, priskiriamo kiekvienam rodikliui, vertę“ (Bratianu, 2000).

Tikslinės grupės

Metodas gali būti taikomas visoms klientų kategorijoms.

Trumpasis variantas (matricos analizė) dažnai naudojamas dirbant su mokiniais, universitetų studentais ir darbo ieškantais jaonais žmonėmis.

Ilgasis variantas (įskaitant strategijos parengimą) rekomenduojamas studijų ciklą baigiantiems mokiniams, paskutinio kurso studentams, absolventams, norintiems pasikonsultuoti dėl karjeros, suaugusiesiems.

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

1 pavyzdys. Studentė A.T.M., 12 klasė

Pirmas etapas: keturių veiksmų analizė

Stiprybės/ Gabumai/ Kompetencijos	Silpnybės/ Ydos/ Trūkumai
<ul style="list-style-type: none"> • Mokyklos mokinė, paskutiniai metai, specializacija – socialiniai mokslai ir šiuolaikinės kalbos • IQ¹ : 110 • Labai geri daugelio mokomųjų dalykų rezultatai, ypač humanitarinių ir šiuolaikinių kalbų • Papildomai mokosi šiuolaikinių kalbų. Geri rezultatai iš užsienio kalbų ir literatūros konkursų • Teatro klubo ir poezijos klubo narė • IKT žinios: PC • Gerai išugdyti perkeliemieji gebėjimai (komunikacijos, komandinio darbo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ribota savižina • Subjektyvumas • Nepakankama informacija apie profesijas, kurių siekia • Nėra lyderiavimo įgūdžių • Nesugebėjimas ieškoti darbo • Emocinis nestabilumas • Baikšti, neapsisprendusi, dvejojanti • Pažeidžiama stresinėmis sąlygomis • Nepasitiki savimi • Žema savivertė

¹ Intelkto koeficientas

Stiprybės/ Gabumai/ Kompetencijos	Silpnybės/ Ydos/ Trūkumai
<ul style="list-style-type: none"> • Asmeninės charakteristikos: socialiai, komunikabili, puikiai kalba užsienio kalbomis • Literatūrinis ir poetinis talentas (lengvai rašo prozą ir eiles) • Vyraujantys asmenybės bruožai: sąžiningumas, moralumas, teisingumas • Optimizmas, energingumas • Motyvacija studijoms ir darbui • Aktyvi laisvalaikio ir aistringa turistė • Malonios išvaizdos 	
Galimybės / Šansai	Grėsmės/ Rizikos
<ul style="list-style-type: none"> • Intelektuali šeima, tėvai įgiję aukštąjį išsilavinimą, dirba menų / kultūros srityje, paslaugų sektoriuje • Aukštesnis nei vidurinės klasės gyvenimo būdas, informacija ir lavinimosi galimybės • Mokosi prestižinėje mokykloje • Jos siekiamos veiklos sritys yra paklausios ir siūlo daug darbo vietų • Gabumai ir kvalifikacijos padeda jai sėkmingai siekti karjeros komunikacijos, turizmo, paslaugų, tarptautinių santykių srityse • Dabartinės jos kvalifikacijos leidžia jai siekti aukštojo išsilavinimo • Pakankama motyvacija ir valia laikyti baigiamuosius ir stojamuosius egzaminus • Gyvena netoli sostinės, patogioje studijoms vietovėje • Daug draugų, santykiai ir ryšiai bendruomenėje 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurencija su jos kartos kolegomis • Varžovai motyvuoti ir turintys geresnių darbo paieškos arba stojimo į aukštojo mokslo instituciją įgūdžių • Varžovai baigę didesnį prestižą turinčias mokyklas • Ribotos finansinės galimybės • Nepakankamas stipendijų, kurias galima gauti pasirinktoje specializacijoje, skaičius • Dėl atstumo tarp namų ir fakulteto reikia važinėti į mokslus arba išsinuomoti gyvenamąjį plotą, o tai sudaro papildomų išlaidų

Antras etapas: strategijų nustatymas

Šios klientės SSGG (SWOT) analizė sudaro sąlygas tokioms strateginėms alternatyvoms nustatyti:

S-O (stiprybių ir galimybių) strategija: norėdama toliau siekti išsilavinimo, klientė suvokia, kad jos kvalifikacija, gabumai ir pasirinkto fakulteto siūlomų mokymosi programų sąlygos leidžia jai siekti aukštojo išsilavinimo. Ji gali taikyti puolamąją mobilizacijos strategiją, kad išlaikytų būsimus egzaminus (baigiamuosius ir priėmimo į fakultetą).

W-O (silpnųjų ir galimybių) strategija: individualiuose konsultavimo užsiėmimuose klientė lavins emocinės kontrolės strategijas, kad įveiktų baikštumą stresinėmis sąlygomis ir sustiprintų pasitikėjimą savimi. Ji išmoks teisingai save vertinti ir taikydama egzaminų modeliavimo metodus lavins perkeliamuosius gebėjimus (pvz., komunikacinius).

S-T (stiprybių ir grėsmių) strategija: realus savo stiprybių įvertinimas, pasitikėjimas ir kruopštus rengimasis egzaminams yra būdai, padėsiantys įveikti išorinius pavojus: kolegų konkurenciją per stojamąjį egzaminą, mažas finansines galimybes (stipendija), atstumą nuo namų (studentų bendrabutis).

W-T (silpnųjų ir grėsmių) strategija: klientei neprireiks gynimosi strategijų

(*min-min*), nebent jai nepasisektų (mažai tikėtina). Ištikus nesėkmei bus persvarstytas pirminis strateginis planas.

Trečias etapas: apsvarstymas, sprendimo priėmimas ir veiksmų plano parengimas

Klientė turės pasirinkti iš galimų alternatyvų, atsiversiančių jai pabaigus mokyklą. Ją domina karjera turizmo, komunikacijos, viešųjų ryšių, literatūros, paslaugų arba žurnalistikos srityse. Todėl ji turi pasirinkti, kur stoti: tarptautiniai ekonominiai santykiai (Ekonomikos studijų akademijoje); socialinė komunikacija ir viešieji ryšiai (Literatūros fakultetas Bukarešto universitete), vidaus ir tarptautinio turizmo fakultetas (Rumunijos-Amerikos universitetas), Žurnalistikos fakultetas (Hyperion universitetas, Bukareštas). Galiausiai ji nusprendė stoti į du pirmuosius fakultetus (valstybiniai universitetai, nėra mokesčio už studijas), kuriuose paskirtos skirtingos stojimo datos (atvejo analizė yra tikra, klientė buvo priimta į abu fakultetus su stipendija, ji vėliau privalės nuspręsti, ar sugebės mokytis abiejuose fakultetuose).

2 pavyzdys: Savivaldybės psichologinės-pedagoginės pagalbos centras

*Pirmas etapas: keturių veiksmų analizė**

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> • Konsultavimo specialistų kompetencija, profesionalumas ir entuziazmas • Finansavimo šaltiniai: biudžetas švietimui ir nuosavos lėšos • Išplėstas konsultavimo tarnybų tinklas Bukarešto mokyklose • Centro inicijuotų ir įgyvendintų programų sėkmė • Rengiami nauji projektai • Kliento poreikius patenkinančios paslaugos ir veiklos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne juridinis asmuo • Nėra tinkamos erdvės konsultavimo veikloms • Konsultavimo paslaugų teikimo ir sekretoriato vietų atskyrimas • Nepakanka komunikacinių priemonių dirbant su individualiais klientais ir institucijomis
Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none"> • Vietos valdžios parama švietimui • Teisinė ir finansinė Švietimo ministerijos parama siekiant išplėsti konsultavimo tarnybų mokyklose tinklą • Edukologijos instituto metodologinis koordinavimas ir mokslinė pagalba • Bendradarbiavimas su šios srities tarptautinėmis organizacijomis tęstinio mokymo ir tobulinimosi srityje • Galimybės ir pasiūlymai įsitraukti į įvairius Europos projektus ir programas 	<ul style="list-style-type: none"> • Visuomenės santūrumas psichologinių-pedagoginių ir konsultavimo paslaugų atžvilgiu • Neskatinantys atlyginimai verčia specialistus ieškoti geriau mokamo darbo • Nepakanka savanoriško darbo • Sunkumai vežant moksleivius iš kitų miesto dalių į centrinę būstinę • Konkurencija su privačiais konsultavimo centrais

* Matrica buvo sudaryta bendradarbiaujant su Bukarešto psichologinės-pedagoginės pagalbos centro konsultantais

Antras etapas: strategijų nustatymas

S-O (stiprybių ir galimybių) strategija: turėdamas tokias stiprybes ir galimybes (labai gerai apmokytas personalas ir palankios išorinės sąlygos tikslinės grupės konsultavimo poreikiams patenkinti), Savivaldybės centras gali taikyti agresyvią strategiją geriems rezultatams pasiekti.

W-O (silpnybių ir galimybių) strategija: komunikacinės ir su vieta susijusios silpnybės gali būti pakoreguotos prašant didesnės paramos (finansavimo) iš vietos švietimo institucijų (mokyklų inspekcija) ir bendruomenės.

W-T (silpnybių ir grėsmių) ir S-T (stiprybių ir grėsmių) strategijos: svarbiausi Centro elementai yra motyvuotų ir profesionalių konsultantų komanda, kvalifikacijos ir įsipareigojimas. Platus profesinių ryšių tinklas (bendradarbiavimas, mokymų teikėjai ir naudos gavėjai) tiek šalyje, tiek užsienyje neutralizuoja privačių konkurentų keliamas grėsmes. Gynybinės strategijos gali būti taikomos tik kraštutinėse situacijose, jei kiltų grėsmė pačiam Centro egzistavimui.

Trečias etapas: apsvarstymas, sprendimų priėmimas ir veiksmų plano parengimas

Taikydamas puolamąją strategiją Centras parengė ilgalaikės sėkmės užtikrinimo veiksmų planą (tapimas juridiniu asmeniu, finansinė parama ir komunikacinės

priemonės, dalyvavimas nacionaliniuose ir tarptautiniuose projektuose bei programose kaip steigėjui arba partneriui).

Klausimai, būtini SSGG (SWOT) analizei atlikti:

Stiprybės:

- Ką Jūsų galite atlikti labai gerai?
- Kokie yra Jūsų privalumai?
- Kas paskatino Jus apsispręsti dėl mokyimo įstaigos?
- Kokie buvo Jūsų motyvai ir kas padarė Jums įtaką?
- Ar šios priežastys yra Jūsų įgimtų savybių rezultatas?
- Ko Jūs tikėtės iš savo darbo?
- Kokie Jūsų svarbiausi pasiekimai?
- Kam turite būti dėkingas už šiuos sėkmės atvejus?
- Kaip Jūs matuojate (vertinate) savo sėkmę?
- Kokias žinias ir praktinio darbo patirtį Jūs galite pasiūlyti kompanijai?
- Ką Jūs labiausiai vertinate, kas Jums buvo vertingiausia?

Silpnybės:

- Kas gali būti patobulinta?
- Ką Jūs atliekate blogai?
- Ko Jums reikėtų vengti?
- Ko Jūs nežinote savo darbo srityje?
- Kaip Jūsų kvalifikacijų spragos veikia Jūsų veiklą?
- Prisiminkite nemalonią situaciją mokymo įstaigoje (arba darbovietėje), susidariusią dėl Jūsų asmeninių ar profesinių trūkumų.

Galimybės:

- Ar Jūsų pasirinktoje srityje yra daug žadančių perspektyvų?
- Koks aukščiausias veiklos lygmuo pasirinktoje srityje?
- Kokių pastangų įdėjote, kad rastumėte darbą pasirinktoje veiklos srityje?
- Kuo galėtumėte papildyti savo pasirengimą, kad galėtumėte pasinaudoti esamomis galimybėmis?
- Ar Jums praverstų papildomas mokymasis?
- Kaip greitai būtų įmanoma padaryti pažangą siekiant karjeros?
- Galimybių gali atsirasti dėl:
 - IRT ir produkcijos pokyčių,
 - Vyriausybės politikos pokyčių,
 - visuomeninės, demografinės situacijos, gyvenimo būdo ir t. t. pokyčių?

Grėsmės:

- Su kokiomis kliūtimis neišvengiamai susiduriate?
- Ar reikalavimai pasirinktoje srityje dažnai keičiasi?
- Ar technologinė pažanga kelia grėsmę Jūsų užimamoms pareigoms?
- Kokios dabartinės rinkos tendencijos vyrauja Jūsų specialybėje?
- Palyginti su naujai atsiradusiomis sritimis, ar susidomėjimas Jūsų sritimi mažėja?
- Ar Jūsų veiklos sritis priklauso nuo politinių, ekonominių, socialinių konfliktų?
- Ar yra rizikos, kad Jūsų interesų srityje įvyks pokyčių darbo politikoje?

- Kaip ekonominė plėtra paveiktų Jūsų darbą ir komandą, kurios dalimi esate?
- Ar Jūsų kompanija gali Jums pasiūlyti mokytis, kad palaikytumėte savo konkurencingumą?

Metodo įvertinimas

SSGG (SWOT) metodologija yra pagrindinis strateginės vadybos instrumentas. Šiuo metu be veiklos strategijomis paremtos vadybos nė viena kompanija neišgali padaryti sėkmingų prognozių. Lygiai taip pat ir karjeros planavimas negali būti veiksmingas neparengus strateginių SSGG (SWOT) alternatyvų. Jau yra sudaryti ir žodžiai „to swot“ [veiksmazodis – vert.], „swotting“ [daiktavardis – vert.].

Konsultavimo ir konsultavimo paslaugų srityje šis metodas taikomas pirminiam bendravimo su klientu etape, kad klientui būtų galima pateikti ne tik jo turimų išteklių ir poreikių perspektyvą, bet ir galimus sprendimus, kurių reikia išorinėms aplinkybėms.

Privalumai:

Pagrindinių vidinių ir išorinių elementų išdėstymas sąrašė yra paprastas, greitas ir nedaug pastangų reikalaujantis procesas. Dėl to galima pamanyti, kad preliminarini tokiu pobūdžio analizė atrodo kaip žaidimas ir galima neįvertinti jos svarbos, ypač kalbant apie neapmokytus mokinius ir paauglius, linkusius paniekinamai žiūrėti į šį metodą.

Metodo populiarumą taip pat lėmė gausa tų sričių ir klientų kategorijų, kuriems šio metodo rezultatai gali būti naudingi.

Metodo prieinamumas ir sparta bet kokio amžiaus grupėse didina jo taikymo dažnumą ir pirmenybę, palyginti su kitais daug pastangų reikalaujančiais metodais.

Visapusiško administravimo atveju, kai konsultantai padeda klientams parengti strategijas ir priimti su karjera susijusius sprendimus, klientams gali būti pateiktos kitos pasirinkimo galimybės, jie gali išmokyti objektyvios savianalizės, išgryninti savo pačių vertybes, pritaikyti realius ir pagrįstus elgesio būdus.

Trūkumai:

Visų dabartinio formato SSGG (SWOT) etapų perėjimas reikalauja laiko tyrimui atlikti, pastangų siekiant objektyvesnio įsivertinimo (ypač kalbant apie labai jaunus klientus arba institucijas, kurios susidūrė su konkurencija ir kurioms reikalingos įtvirtinimo / atsako strategijos).

Siekdami išvengti subjektyvumo klientai privalo remtis nuoširdžiu kitų žmonių įvertinimu, nors tai kartais turi tendenciją apriboti savianalizės autonomiškumą.

Siekdamos išspręsti šiuos daug laiko atimančius klausimus, kai kurios JAV fir-

mos sukūrė interaktyvias programas, kurias klientai gali nusipirkti savarankiškam darbui.

Taigi SSGG (SWOT) analizė gali būti taikoma remiantis:

- kliento poreikiais: poreikių ir išteklių analizė gaunama adekvati;
- siekiu gauti informaciją apie klientą, iširti darbo rinką, paskatinti asmeninę rinkodarą, planuoti ir daryti karjerą (išryškinamos vertybės, nustatomos kompetencijos, parengiamas veiksmų planas);
- naudos gavėjais: konsultavimas turėtų vykti ne grupėse, bet individualiai;
- konsultavimo proceso etapais (pvz., nustatant dabartinę kliento situaciją);
- standartizavimo laipsniu: pusiau standartizuota analizė (SSGG (SWOT) standartas).

Literatūra:

Bratianu, C. (2000). *Management strategic*. Bucuresti, Editura CERES.

Developing Your Strategic SWOT Analysis (1999). In: *Austrainer* (www.austrainer.com/archives/1397.htm).

Ferrel, I. (1998). *Marketing Strategy*. New York, Hartline.

Jigau, M. (2001). *Consilierea carierei*. Bucuresti, Editura Sigma.

Paus, Viorica (2003). *Parteneriat si dialog social. Ghidul formatorului*. Bucuresti, CSDR, BIM, UNDP, UNDP, UNICEF.

Swoting Your Way to Success (1999). In: BHC (www.bradhuckelco.com.au/swot.htm).

Thompson, A. Arthur, Jr.; Strickland, A. J. (1996). *Strategy Formulation and Implementation*. Texas, Business Publication Plano.

http://121.ro/content/show_article.php3?article_id=1636&page_nr=1

www.agero-stuttgart.de/REVISTA-GERO/COMENTARII/analiza%20SWOT.htm

www.computerworld.ro/?page=node&id=4493

www.eva.ro/cariera/artico142.html

www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm

www.mindtools.com/rpages/Design-YourLife.htm

www.quintcareers.com/SWOT_Analysis.html

www.startups.co.uk/YV9tqyc.html

www.stfrancis.edu/ba/ghickul/stu-webs/btopics/works/swot.htm

Autobiografija ir savęs charakterizavimas

Adina IGNAT, „Stefan cel Mare“ universitetas, Suceava

Istorija

Humanitariniams mokslams svarbus Šventojo Augustino (354–430) ir Šventojo Tomo Akviniečio (1225–1274) raštuose aptariamas „psichologinis mąstymas“, nes čia pabrėžiama sąžinė, klausimų kėlimas ir savęs tyrinėjimas. Šventojo Augustino dvasinė autobiografija gali būti laikoma tikru sąžinės tyrinėjimu, kuris patvirtina paties išminčiaus žodžius: „Neieškokite tiesos išorėje; atsisukite į save; tiesa slypi žmogaus viduje“.

Teorinės ištakos

Autobiografijos kaip individualybės išreiškimo istorija literatūroje ir humanitariniuose moksluose yra sena. Žmonės nuo seno domėjosi asmeniniu kitų žmonių pasaulio pateikimu, vaizdavimu; todėl autobiografija yra viena populiariausių literatūros formų. Asmeninės biografijos gimė iš individo polinkio pasidalyti asmenine samprata, susijusia su gyvenimo patirtimi.

Žvelgiant iš psichoanalizės perspektyvos, pabrėžiama autobiografijos įtaka savęs atradimui, atsižvelgiant į tai, kad Freud „padarė viską, ką galėjo, kad mes galėtume atsiskleisti kuo visapusiškiau“ (Jaccard, 2000).

Savęs charakterizavimas yra procesas, kurio metu individas pats įžengia į asmeninę realybę.

George Kelly (1995) siūlo taikyti savęs charakterizavimo metodą kaip priemonę konstruktyvumui, apibūdinančiai individualią asmenybę, įvertinti.

Dirbdamas su asmeninių konstruktyvumų psichologija Kelly ieškojo alternatyvos deterministinei teorijai, kuri buvo būdinga analizei ir biheviorizmui. Pastarieji charakterizuoja Amerikos psichologiją iki XX a. 4-ojo dešimtmečio. Kelly žmogų traktavo kaip aktyvų ir iniciatyvų veikėją savo gyvenime, kuris geba siekti pokyčių (taigi asmuo nėra nei savo aplinkos, nei praeities kalinys). Individas asmeniniu pagrindu suformuoja konstruktyvus, kurie padeda jam regėti pasaulio įvykius; sukuria savo būdus realybei suprasti. Asmeninių konstruktyvumų teorija parodo, kad individas valdo asmeninius pokyčius.

Vienas iš asmeninių konstruktyvumų psichologijos principų yra tas, kad suprasti kitą asmenį reiškia pažinti jo pasaulio suvokimo būdą ir sprendimų priėmimo stilių. Kelly tvirtina, kad konsultantas, teikdamas pagalbą individualaus keitimosi procese, pirmiausia turėtų suprasti, kaip klientas

sukūrė savo pasaulį – kokia koncepcija glūdi po šiuo pasauliu.

Kelly taikomi duomenų rinkimo metodai skirti padėti konsultantui konsultavimo proceso pradžioje susidaryti tikslų vaizdą apie svarbiausius tarpasmeninius santykius ir (arba) dominuojančias kliento pasaulio charakteristikas. Du iš šių metodų yra **konstruktų sistema ir savęs charakterizavimas raštu**. Abu metodai buvo laikomi ne testais, bet pradžia interpretuojant ir konsultuojant asmeninio pokyčių įvertinimo klausimais.

Savęs charakterizavimas suteikia svarbių duomenų, kurie gali būti analizuojami išskirstant juos į pagrindines temas. Savęs charakterizavimas suteikia svarbią informaciją apie kliento suvokimą ir pasaulio konstravimą: klientas aprašo save, santykius, gyvenimo kontekstą.

Internetinėje asmeninių konstruktų psichologijos enciklopedijoje savęs charakterizavimas apibūdinamas kaip autentiškas kokybinis metodas. Kelly stengiasi laikytis savo pirmojo principo: „Jei nežinai, kas negerai su kuriuo nors žmogumi, paklausk jo, ir galbūt jis tau atsakys“ (Kelly, apud Ivey, 1980). Konsultantas neturėtų kreipti ypatingo dėmesio į tai, ar asmeninė individo pasaulio vizija yra teisinga ar klaidinga. Konsultantas turėtų koncentruotis į tai, kaip klientas mato save ir savo santykius su kitais. Informacijos analizė turi būti sutelkta ne į procentinę teigiamų/neigiamų,

malonių/nemalonių teiginių išraišką, bet į paprasčiausią įsiklausymą į „prigimtį, kuri atskleidžia pati save“. Tokiu būdu siekiama suprasti kito asmens asmeninių konstruktų sistemą.

Savęs charakterizavimą rekomenduoti na naudoti konsultavimo mainų pradžioje. Šis metodas, sujungtas su besąlygišku priėmimu, padės išplėtoti pasitikėjimu grįstus konsultanto ir kliento santykius, užtikrins patikimą jų tęstinumą. Priėmimas ir pagarba yra esminiai aspektai kuriant atmosferą, kurioje klientas jaučiasi pakankamai saugus, kad žengtų kitus žingsnius tirdamas ir koreguodamas savo gyvenimo būdą.

Kitas teorinis požiūris, pagrindžiantis savęs charakterizavimą kaip savęs tyrinėjimo metodą, yra Daryl Bem (1970) savęs suvokimo teorija. Šioje teorijoje kalbama apie savižiną/savęs pažinimą, įgytą stebint savo paties elgesį, be jokio kognityvinio disonanso. Savęs suvokimas išreiškiamas objektyviu savęs įvertinimu tam tikrose situacijose. Toks savęs įvertinimas yra panašus į savęs charakterizavimą.

Graikų tyrėja Athena Androutsopoulou (2001) pristato savęs charakterizavimą kaip pasakojamąją priemonę, kuri gali būti naudojama individualiuose ir šeimų konsultavimo užsiėmimuose. Ji teigia, kad Kelly metodas (savęs charakterizavimas) galėtų praversti pasakojant istorijas terapijos metu – pagal tokią schemą savęs api-

būdinimas turėtų tapti naratyvu, kuriame atsispindėtų visas asmuo. Savęs charakterizavimas konsultantui naudingas tuo, kad padeda atpažinti „kodus“ bei „asmenines ir šeimos temas“. Metodas atskleidžia svarbą, kurią žmonės suteikia deryboms, rašymui, ir galiausiai reprezentuoja būdą, kuriuo savasis Aš ir šeima yra suvokiami bei patiriami tam tikru jų [klientų – vert.] istorijos momentu.

Metodo pristatymas

Autobiografija yra retrospektyvus tęstinis metodas, kurį taikant individas skatinamas tyrinėti savo asmenines patirtis.

Pagal šį metodą subjektas turi bendradarbiauti atlikdamas savęs įvertinimą. Metodas pagrįstas gebėjimu apžvelgti savo paties veiksmus, juos analizuoti, išreikšti nuomonę apie save, stebėti ir suprasti kitų reakcijas.

Autobiografija laikoma lengvu darbo metodu, nes asmuo įtraukiamas į pasakojimą (dažniausiai raštu) apie svarbius įvykius savo paties raidoje. Holban koordinuotame darbe išskiriami du autobiografijos tipai: oficialusis, kurio metu renkama oficiali informacija apie identifikacinius duomenis (gimimo data ir vieta, tėvai ir šeima, mokykla ir gyvenimo sąlygos); ir kitas, kuriuo siekiama suprasti asmenybės funkcionavimo būdą. Šių dviejų autobiografijų tipų skirtingumą lemia faktas, kad pirmasis tipas turi daugiausia informacinę

vertę, o antrasis – interpretacinę. Konsultavimo procese naudingi abu autobiografijos tipai, bet bendrajam asmens įvertinimui, vykstančiam pirmųjų konsultavimo užsiėmimų metu, esminis yra antrasis tipas.

Oficialioji autobiografija galėtų padėti pažinti jauną klientą, nes identifikuojami parametrai, susiję su kliento šeima, mokykla ir socialine aplinka, perteikiantys tolesnį asmenybės vystymąsi (Holban, 1978).

Kaip tyrimo metodas, autobiografija – tai subjekto kelionė per savo paties gyvenimą siekiant identifikuoti reikšmingus įvykius. Gaunama sistema, kurioje galima daryti jungtis tarp gyvenimo faktų ir psichologinės struktūros; jis taip pat suteikia galimybių interpretuoti asmenybės vystymąsi remiantis socialiniais santykiais. Autobiografija padeda lengviau suprasti, kaip klientas suteikia prasmę savo gyvenimo keliui, ir konsultantas įgyja galimybę identifikuoti kliento motyvacijos modelius ir konstruktyvius sistemas, kurias pasitelkęs klientas mato pasaulį.

Metodas sukuria vaizdą apie tarpasmeninius kliento santykius, prisitaikymą socialinėse grupėse ir adaptaciją institucinėse aplinkose. Taip mes galime gauti informacijos apie socialinę asmenybės dimensiją.

Būdas, kuriuo klientas įsitraukia į rašymo užduotį, konsultantui taip pat gali apibūdinti jo stebimą asmenybę.

Autobiografija padeda įvertinti/diagnozuoti/interpretuoti kliento asmenybę; ji suteikia naudingos informacijos siekiant suprasti, kaip klientas organizuoja savo gyvenimą ir kaip veikia pasaulyje, ir konstruktyvų sistemą, kurios pagrindu jis (ji) struktūruoja pasaulį. Visa tai išryškina pasaulį, kuriame gyvena klientas, ir kliento vaizdinį apie jo paties raidą šiame pasaulyje.

Gison Gibson ir Mitchell (1981) autobiografiją pristato kaip ataskaitos apie save metodą – vieną vertingiausių metodų, vertinančių klientą kaip aktyvų dalyvį. Šis metodas tiek konsultantui, tiek klientui padeda lengviau suprasti asmens stiprybes, silpnybes ir unikalumą.

Autobiografijos metodas skiriasi nuo kitų konsultuojant taikomų metodų, nes jis suteikia klientui galimybę aprašyti savo gyvenimą taip, kaip jis jį gyveno ir kaip dabar jį mato. Šis metodas klientui taip pat suteikia erdvės išreikšti, ką jis (ji) mano esant svarbų, pabrėžti tai, ką mėgsta ir ko nemėgsta, identifikuoti vertybes, aprašyti interesus ir troškimus, pripažinti sėkmę ir nesėkmes, išskirti reikšmingus tarpasmeninius santykius. Klientas atranda veiksmus ir įtakas, kurie suteikė prasmę jo gyvenimui ir kuriuos jis nesunkiai galėtų paaiškinti kitiems.

Autobiografija yra „asmens atminties atgaivinimas“, „subjektyviai interpretuojamas bendras veidrodis“, ji kyla iš refleksijos apie save ir savo raidą.

Autobiografinis procesas gali iškelti į paviršių traumines, nesuprastas patirtis, neišspręstus konfliktus, kurie galėjo sustabdyti kliento vystymąsi. Tuo pačiu metu metodas gali padėti suformuoti savo identitetą ir padėti netgi kognityviniame vystymuisi, nes apima susitaikymą ir visų gyvenimo etapų suderinimą. Taip įgyjama galimybė atgauti darną ir iš naujo atrasti egzistencijos prasmę.

Autobiografijos metodu galima tirti visas asmeninio gyvenimo dimensijas (profesinę, meninę, kognityvinę, emocinę), ir subjektas visas jas geriau įsisąmonina suvokimo, emociniu ir intelektualiniu lygmenimis.

Rašyti galima arba duodant tam tikrų nurodymų dėl temos pasirinkimo, epizodo ar svarbesnių santykių atrinkimo, arba tiesiog apmąstant visą gyvenimą be naratyvinio modelio. Šis procesas nusako atvirkščią naujų prasmų asmeniniame kelyje ieškojimo būdą. Metodas pagrįstas retrospekcija kaip kognityviniu procesu, reorganizuojančiu biografinę medžiagą siekiant išskirti reikšmingas gyvenimo dalis.

Autobiografija sėkmingai naudojama pagyvenusiems žmonėms konsultuoti. Manoma, kad ji turi tikrą terapinę vertę, nes skatina savimonę, savęs atskleidimą ir gebėjimą sukurti alternatyvias gyvenimo patirties interpretacijas (Botella, Feixas, 1992, *International Journal Ageing Human Development*).

Metodas gali būti traktuojamas kaip priemonė, kuri gali padėti suvokti tarpasmeninius santykius ir suprasti kasdienes patirtis pripažįstant įgytų patirčių svarbą.

Gibson ir Mitchell (1981) siūlo skirtingus darbo su klientu būdus, kai konsultantas mano, jog reikia naudoti autobiografiją: jis (ji) turėtų būti informuojamas apie tikslą ir būti užtikrintas, kad procesas bus konfidencialus. Konsultantas turėtų pateikti nurodymų, susijusių su autobiografijos turiniu arba jos taikymu. Jis turėtų pasiūlyti asmeninės biografijos rašymo vadovą. Autoriai pristato kelis autobiografijos rezultatų analizavimo ir interpretavimo modalumus: konsultantas turėtų sudaryti sąrašą visų dalykų, kuriuos jis mano esant svarbius kliento konsultavimo poreikiams; kartais konsultantas gali tik apibendrinti tuos dalykus, kurie jam atrodo svarbūs.

Toliau pateikiamas autobiografijos analizės modelis (Kiley, *Personal and Interpersonal Appraisal Techniques*). Springfield, Charles C. Thomas Publisher, 1975, apud Gibson, Mitchell, 1981):

- I. Reikšmingi įvykiai.
- II. Organizavimas – trukmė, kalba (žodyno pasirinkimas, išraiškos gilumas).
- III. Praleidimai, nutylėjimai, netikslumai.
- IV. Punktai, kuriuos reikia patikrinti.
- V. Apibendrinantys komentarai.

Gison Gibson ir Mitchell pasiūlė naujovišką požiūrį: autobiografinį garso įrašą

(rekomenduojama kai kuriems klientams tam tikromis aplinkybėmis). Autobiografinis garso įrašas suteikia klientui galimybę kalbėti apie savo gyvenimą. Konsultantas parenka šį metodą atlikęs įvertinimą ir nusprendžia, ar žodinė kalba yra tinkamesnė už rašytinę. Šis autobiografijos tipas naudingas asmenims, kurie save geriau išreiškia žodžiu nei raštu. Jis sudaro sąlygas laisvai pateikti detales, kurios kitu atveju greičiausiai būtų pražiūrėtos; lyginant su parašytu tekstu, mažesnė tikimybė, kad įrašas bus cenzūruojamas; žodinė išraiška gali suteikti svarbios informacijos apie emocinį konkrečių įvykių poveikį.

Autobiografinis procesas gali būti struktūruojamas chronologiškai arba remiantis kriterijais, kurie palengvina retrospektyvią analizę. Jigau (2001) pateikia kelis profesiniam orientavimui reikšmingus kriterijus: išsilavinimą, profesinį mokymąsi, socialinį veiklos kontekstą, asmeninius pasiekimus.

Kaip psichologinio tyrimo metodas autobiografija panaši į prisiminimą, pokalbį ir psichoanalizę, kurie visi priklauso retrospektyvinei analizei. Autobiografija nuo biografijos skiriasi savo subjektyviu pobūdžiu; klientas pats raštu pasakoja apie savo asmeninį kelią.

Autobiografija taip pat yra susijusi su savęs charakterizavimu. Jų skirtumas tas, kad savęs charakterizavimas yra išsamus savęs ištyrimas.

Savęs charakterizavimas priklauso tai metodų kategorijai, kurioje pirmenybė teikiama kuo tikroviškesnio vaizdo konfigūravimui žvelgiant iš kliento perspektyvos, ji pravartanti konsultavimo vadyboje; ji atspindi asmeninį požiūrį, savęs vaizdinį.

Savęs charakterizavimas priskiriamas metodams, kuriuose reikalaujama kliento bendradarbiavimo (Holban, 1972). Pagrindinį šio metodo ypatumą sudaro informacijos apie psichologinį savitumą atskleidimas.

Šis metodas sudaro sąlygas „dekoduoti asmeninę formulę“ (Holban ir Gugiuman, 1972), nes jį taikant lengviau gauti žinių ne tik apie asmeninę charakteristiką (kurią galima ištirti kitais metodais), bet ir apie asmeniškiausius klausimus (nepasiekiamus taikant kitus metodus).

Gison ir Mitchell (1981) savęs charakterizavimą pateikia kaip metodą, kai reikalingas kliento dalyvavimas, suteikiantį konsultantui informacijos apie subjekto savęs vaizdinį. „Portretas“ yra asmeninė savo paties asmenybinio „turinio“ perspektyva, kuria greičiausiai bus pasidalinta. Autorių nuomone, savęs charakterizavimas yra nestandartinis žmogaus įvertinimo metodas; „nestandartinis“ rodo, kad tai platesnis ir subjektyvesnis požiūris į informacijos rinkimą ir interpretavimą.

Jei kliento gebėjimas suprasti yra gerai išstobulintas, tikimybė pasiūlyti klientui

tinkamas ir efektyvias konsultavimo paslaugas didėja.

Psait (apud Holban, 1978) pateikia tris metodo charakteristikas, išskirtas pagal siūlomos informacijos pobūdį:

- savęs charakterizavimas kaip informacijos šaltinis apie asmenybės struktūrą ir gylį;
- savęs charakterizavimas kaip informacijos šaltinis apie subjekto nuostatas savo paties atžvilgiu;
- savęs charakterizavimas kaip veiklos rezultatas.

Savęs charakterizavimas taip pat gali būti traktuojamas kaip naratyvinis metodas gyvenimo įvykiams atpasakoti remiantis unikalia struktūra; jį taikant sukuriama tema, kurios šiai struktūrai suteikia prasmę.

Savęs charakterizavimo ypatumai (Holban, 1978):

- savęs įvertinimas – klientas įvertina savo paties gebėjimus;
- subjektyvumas – klientas apibūdina savo paties asmenybę, ir žino arba yra informuotas apie jos atskleidimą;
- skersinio pobūdžio – klientas apie savo paties asmenybę pateikia išsamią informaciją, turimą šiuo konkrečiu jo raidos etapu.

Taikant savęs charakterizavimo metodą laikomasi pažinimo vientisumo principo, ir metodas yra kelio į asmens vien-

tisumą pradžia. Konsultantas disponuoja informacija apie kliento asmenybės pušiausvyrą. Metodus suteikia vertingos informacijos apie kliento kultūrinę prigimtį, konsultantas gali su juo dirbti taikydamas kokybinę asmenybės vystymosi būklės interpretaciją. Naudojant savęs charakterizavimą, priklausomai nuo kliento galimybių prisidėti prie savęs atskleidimo, į paviršių iškeliami informacija apie individualų potencialą (fizinį, psichologinį, tarpasmeninį ir kt.), pasiekimus (įgūdžius, įpročius, darbo metodus), troškimus (asmeninis planas, tikslai).

Rašytinis turinys suteikia informacijos apie kliento savižiną ir savižinos šaltinius: grįžtamasis ryšys iš kitų (tėvų, mokytojų, draugų); savo paties elgesio stebėjimas (savęs suvokimo teorija, angl. *Self Perception Theory*, Bem, 1970), kartu apibrėžiant asmenines nuostatas ir jausmus; lyginimas su kitais (siekiant įsivertinti ir tobulintis). Šis turinys taip pat gali padėti kaip informacijos šaltinis kalbant apie asmeninį planą, kognityvinę struktūrą, įsitikinimus, pirmenybes ir vertybių hierarchiją.

Šių nuostatų išmanymas suteiks konsultantui galimybę atrasti konkrečias kryptis, kuriomis reikia dirbti siekiant kliento bendradarbiavimo. Turinio analizė leidžia atpažinti svarbiausius žodžius ir posakius, ji taip pat leidžia identifikuoti asmenybės bruožus, matomus elgesio lygmeniu. Savęs charakterizavimas at-

skleis asmens nuomonę apie save; savi-vertė susiformuoja iš to, kaip pats asmuo vertina savo elgesį, intelektą, socialinį sėkmingumą, ir iš kitų žmonių vertinimo. Savęs charakterizavimas gali suteikti informacijos apie atribucijos sistemą (kontrolės vietą), asmeninius įsitikinimus, savybių vertinimą, būdą, socialinių santykių pobūdį, problemų sprendimo ir sprendimų priėmimo stilių, motyvaciją, Aš vaizdą (realų ir trokštamą), gebėjimą rizikuoti, nuostatas savo paties, kitų ir darbo atžvilgiu. Savęs charakterizavimas yra sistema, kuri gali atskleisti reikšmingą informaciją apie emocinį kliento vystymąsi, emocinę brandą ar nebrandumą, kuriuos rodo priklausomybė arba emociinės kontrolės galimybės. Tai informacija, kuri leis suprasti kliento gyvenimo būdą ir vertybių sistemą. Visi šie dalykai padidins ir konsultanto, ir kliento supratimo lygį.

Metodas rekomenduojamas įžangi-niams konsultavimo užsiėmimams, taip praturtinant konsultanto žinias.

Konsultantas atlieka kokybines interpretacijas, kad nustatytų svarbius kliento asmenybės ir istorijos aspektus.

Savęs charakterizavimas gali būti naudojamas įvairiuose etapuose. Konsultantas tam tikru konsultavimo proceso metu gaus atgalinės informacijos apie kliento asmenybės struktūros ir savęs suvokimo pokyčius.

Jei yra galimybė naudoti kliento savianalizę, savęs charakterizavimas gali suteikti reikšmingos informacijos apie psichologinį sudėtingumą ir leisti pamatyti bendrą individualios psichologinės realybės vaizdą (Psait, apud Holban, 1978).

Tikslinės grupės

Naudoti autobiografiją ypač rekomenduojama dirbant su tais suaugusiais, kurie lengvai save išreiškia (Holban, 1978). Šis retrospektyvinis tyrimo metodas paremtas individo gebėjimu atnaujinti asmeninę istoriją ir išskirti duomenis, reikšmingus savo psichologinei raidai.

Konsultuojant vaikus šis metodas gali būti taikomas kaip žaidybinis pratimas, suteikiant vaikui instrukcijas, kurios padėtų lengviau atskleisti save.

Savęs charakterizavimas kaip analizės metodas rekomenduojamas daugiausia dirbti su studentais ir suaugusiais. Konsultuojant vaikus metodas naudingas asmeniui tobulėjimui, praktikuojant savirefleksiją.

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

Bendrieji pratimai

1. Sudarykite trumpą savo paties biografiją aptardami asmenines vertybes, troškimus, gyvenimo patirtis, susijusias su sprendimų priėmimu.

2. Toliau pateikiami keli orientaciniai klausimai autobiografijai:

- Kokios yra sėkmingos ar nesėkmingos mano gyvenimo situacijos, sritys?
- Ar buvo sunku pasiekti sėkmę? Jei taip, kokių papildomų pastangų turėjau įdėti?
- Kada aš buvau apdovanotas, kada kritikuojamas?
- Kaip man sekėsi organizuoti savo darbą, studijas, kitas veiklas?
- Kokia kitų nuomonė apie mano darbo stilių, mano studijas? Ar šios nuomonės sutinka su manąja? Kas buvo tie kiti?
- Kokios mano nuostatos valdžios atžvilgiu? Kada ir kaip pasiekiau, kad manęs išklaustytų?
- Kaip tuomet mačiau save? Kaip dabar matau save?

Vaikų konsultavimo pratimai

Kalnai ir slėniai / piešimo pratimas (adaptuota iš Shapiro, 1998)

Instrukcijos: nupieškite horizontalią liniją, atspindinčią Jūsų gyvenimą. Viename gale užrašykite savo gimimo datą, kitoje – šiandienos datą. Nupieškite „kalnus“ virš linijos visiems gražiems, teigiamiems savo gyvenimo įvykiams pažymėti ir „slėnius“ žemiau linijos liūdniems, blogiems gyvenimo momentams. Pabandykite prisiminti tiek abiejų rūšių įvykių, kiek tik galite.

Konsultantas gali atlikti kokybines interpretacijas.

Gyvenimo kvadrantai

Užpildykite kvadrantus reikalaujama informacija. Aprašykite svarbiausiais žodžiais tuo metu Jūsų gyvenime vykusius dalykus.

Mano gyvenimas prieš 10 metų	Mano gyvenimas prieš 5 metus
Mano gyvenimas dabar	Mano gyvenimas po 5 metų

Laikotarpiai gali skirtis priklausomai nuo kliento amžiaus ir konsultavimo tikslo. Šis pratimas suteikia klientui nuoseklų vaizdą apie praeitį, dabartį, ateitį, kuris naudingas planuojant karjerą.

1 pavyzdys:

I dalis: mano ikimokykliniai metai (mano šeima, kur gyvenau, ankstyvieji prisiminimai, draugai, mėgstami ir nemėgstami dalykai).

II dalis: mano mokykliniai metai (pradinė, pagrindinė, vidurinė mokykla, universitetas, mokytojai, draugai, dėstomieji dalykai, mėgstamos ir nemėgstamos veiklos, reikšmingi įvykiai, patirtys, kelionės, rūpesčiai, sprendimai).

III dalis: mano suaugusiojo gyvenimas (kur gyvenau, darbo patirtys, draugai ir šeima, kelionės, hobiai, tęstinis mokymasis, rūpesčiai, sprendimai).

IV dalis: dabartinis aš.

V dalis: mano ateities planai.

2 pavyzdys

1. Reikšmingi žmonės mano gyvenime.
2. Reikšmingi įvykiai ir patirtys mano gyvenime.
3. Reikšmingos vietos mano gyvenime.

3 pavyzdys

Pradėkite savo autobiografiją nuo to laikotarpio, kurį jau galite prisiminti – ankstyviausių vaikystės atsiminimų.

Rašydami apie įvykius, kuriuos pasirinkote išlaikyti atmintyje, pabandykite parodyti, kaip jie paveikė Jūsų šiandieninę savijautą ir veiksmus.

Atvejo studija (adaptuota iš Gibson ir Mitchell):

Subjektas yra penktas šeimoje gimęs berniukas. Tėvai niekada neleido jam suprasti, kad tai, ką jis daro, yra gerai arba reikšminga. Jo pravardė – „Niekas“ [angl. *Nobody*], jį persekioja mokykloje, jis įsitikinęs, kad yra nevertas, jog jį prisimintų mokytojai, klasikai ir t. t. Jo vyresnis brolis, turintis humoro jausmą, perdarė jo pravardę į NB.

Iš šio išraiškingo apibūdinimo konsultantas įžvelgia atsainų kliento elgesį ir menką savivertę.

4 pavyzdys

Peter Madison (Asmenybės ugdymas koledže, angl. *Personality Development in College*), 1969) pasiūlė tokius autobiografinius metmenis (www.mentalhelp.net):

1. *Bendras prisistatymas: Kas Jūs esate ir kas yra Jūsų šeima, kokia Jūsų padėtis šeimoje, svarbūs žmonės Jūsų gyvenime šiuo požiūriu.*
2. *Ankstyvieji vaikystės prisiminimai: ypatingi įvykiai, neatsižvelgiant į eiliškumą ar konotacijas.*
3. *Vaikystės mintys ir koncepcijos: dalykai, kurie Jums rūpėjo augant, kas Jūsų tikrieji tėvai, kaip atsiranda vaikai, kas yra mirtis, dėl ko tėvai geria ar kovoja, ką reiškia „eiti į darbą“.*
4. *Jūsų savęs suvokimas vaikystėje: kaip jautėtės savo paties atžvilgiu, gebėjimai ir silpnybės, kuriuos manėte turintis, kitų elgsena Jūsų atžvilgiu.*
5. *Reikšmingi asmenys šeimoje, kurioje užaugote, ir dabartinėje situacijoje: bendras santykių pobūdis, ankstyviausi atsiminimai apie juos, jausmai vienas kitam.*
6. *Kaip įveikdavote vystymosi krizes?*
7. *Aprašykite save iš skirtingų perspektyvų: kaip Jus mato kiti (pvz., priešinga lytis, mokytojai ir vadovai, draugai). Kaip manote, koks Jūs esate iš tikrųjų? Koks norėtumėte būti?*
8. *Kuo Jūs panašus ir kuo skiriatės nuo savo tėvų ir kitų šeimos narių: fizinis, asmenybės, nuostaty, vertybių ir elgesio palyginimai.*
9. *Šeimos santykiai: paralelė tarp to, kokie santykiai vyravo šeimoje tarp tėvų, brolių ir seserų, ir kokie santykiai yra dabar.*
10. *Kaip reikšmingi asmenys mato Jūsų ateitį?*
11. *Seksualinės patirties istorija: ankstyvieji prisiminimai, kaip sužinojote apie seksą, nuostatos sekso ir lyčių atžvilgiu, polinkiai, geros ir blogos patirtys.*
12. *Mokyklos ir darbo istorija: tėvų, draugų ir Jūsų nuostatos mokyklos ir karjeros atžvilgiu. Kiek Jūsų laiko tenka darbui, ir kiek laisvalaikiui?*
13. *Draugystės, meilės, socialinis gyvenimas: ankstyvieji draugai, Jūsų „gauja“, pirmoji meilė, sportas, religinė veikla, bendradarbiai, geriausi draugai, mylimieji ir t. t. Kokio tipo bendruomenėse Jūs gyvenate?*
14. *Krizės, apgailėstavimai, didžiausi išgyvenimai: kokius dalykus norėtumėte būti vykus kitaip Jūsų gyvenime? Ko Jums reikėjo ir ko Jūs negavote?*

15. *Būsimi pasikeitimai Jūsų gyvenime: svarbiausi tikslai 1–5–10–20 metų. Ką reikia patobulinti savyje, kad pasiektumėte šiuos tikslus? Kurį pagalbos sau planą reikėtų pradėti pirmiausia?*
16. *Reakcijos į autobiografijos rašymą: prieš rašymą, rašant ir pabaigus rašyti.*
17. *Pagrįsti lūkesčiai: kas, tikėtina, nutiks (ne ko Jūs tikitės, kad nutiks) Jūsų gyvenime?*
18. *Gyvenimo grafikas: nupieškite savo gyvenimą taip, kaip jį atvaizdavote; naudokite simbolius arba reikšminius žodžius.*

Metodo įvertinimas

Autobiografijos privalumai:

Autobiografija pateikia mums kliento vaizdinį apie jo gyvenimą, padeda mums suprasti jo reprezentacinę sistemą, suteikia vertingos informacijos apie kultūrinę, etninę ir socialinę prigimtį.

Autobiografija suteikia klientui galimybę įgyti *įžvalgą* (galimybę interpretuoti savo paties istoriją); klientas savo asmenybėje gali atrasti naujų tendencijų, performuoti nuostatas savo paties ir reikšmingų žmonių atžvilgiu. Asmeninės istorijos pasakojimo patirtis – ypač kalbant apie suaugusiuosius – gali praturtinti žinių apie save bazę, paskatinti savirefleksiją, stimuliuoti veiklą (Gibson ir Mitchell, 1981) arba pašalinti egzistencinę įtampą.

Autobiografijos trūkumai:

Autobiografinis pasakojimas pirmiausia priklauso nuo kliento gebėjimo išreikšti save ir nuoširdumo; jis taip pat priklauso nuo galimybių atlikti retrospektyvią savianalizę ir gebėjimo atpažinti bei iškelti į dabartį praeities patyrimus; be to, jis taip pat priklauso nuo asmens sugebėjimo pateikti realistiškas visų šių patirčių, įgytų asmenybės raidos procese, interpretacijas.

Sąlygos

Autobiografija vertinga tuomet, kai asmuo sugeba atlikti introspekciją ir savianalizę, atsekdamas reikšmingus gyvenimo įvykius ir atvirai pristatydamas savo gyvenimą. Reikalingas pasitikėjimu ir besąlygišku priėmimu grįstas abiejų šalių santykis.

Psichologiniame tyrime autobiografijos vertė yra nulemta konteksto, kuriame klientas pateikia pasakojimą; bendros dvasinės būsenos; nuotaikos ir bendros sveikatos būklės tuo metu. Autobiografijos rašymo kokybė priklauso nuo kliento vertybių, kurios daro įtaką dabartinėms praeities patirčių interpretacijoms.

Savęs charakterizavimo privalumai:

Savęs charakterizavimas sukuria sistemą, kuri suteikia klientui galimybę gauti atsakymus į klausimus apie jo gyvenimo koncepciją, save, prasmingumą.

Metodas suteikia galimybę gauti informacijos apie psichologinį asmens portretą ir Aš vaizdą, kurio negalima gauti taikant kitus metodus. Metodas, taikomas įvairiuose etapuose, gali atskleisti individualios raidos vaizdą ir sudaryti sąlygas adekvatesniam konsultavimui. Kadangi į savęs charakterizavimą integruota savirefleksija, jis yra asmeninio tobulėjimo priemonė, padedanti atrasti ir įsisąmoninti asmeninius išteklius, išaiškinti patirtas sunkias situacijas.

Naudodamas savęs charakterizavimą individas gali suformuoti savo identitetą ir darnos pojūtį, o tai leis savo patirtimi pasidalinti su kitais.

Savęs charakterizavimo trūkumai:

Savęs charakterizavimas priklauso nuo savianalizės potencialo ir nuo to, ar bus perduodama asmeninė informacija. Informacijos svarbumas kinta priklausomai nuo kliento nuoširdumo ir konsultanto patikimumo.

Metodas yra pagrįstas savižina, jam reikalingas „gebėjimas analizuoti, gera savivertė, realizmas, intuicija, aiškumas, introspekcija, teisingas savęs vertinimo kriterijų naudojimas, atsakingumas“ (Jigau, 2001).

Sąlygos savęs charakterizavimui:

- Pasitikėjimu grįstų santykių sukūrimas tarp konsultanto ir kliento.

- Klientas turi žinoti, kad pateikta informacija bus naudojama tinkamai.
- Saugumo, pasitikėjimo, priėmimo atmosferos sukūrimas, taip palengvinant atsiskleidimą.

Metodas turi būti taikomas nuovokiai ir taktiškai. Konsultantas turėtų gebėti gautą informaciją tvarkyti orientuodamasis į konsultavimo proceso naudingumą.

Literatūra

Androutsopoulou, Athena (2001). *The Self – Characterization as a Narrative Tool: Application in Therapy with Individuals and Families in Family Process*. Vol. 40, issue 1.

Constantin, Ticu (2004). *Evaluarea psihologica a personalului*. Iasi, Polirom.

Dafinoiu, Ion (2002). *Personalitatea. Metode de abordare clinica. Observatia si interviul*. Iasi, Polirom.

Ginson, R. & Mitchell, M. (1981). *Introduction to Guidance*. New York, Macmillan Publishing Co.

Havarneanu, Cornel (2000). *Cunoasterea psihologica a persoanelor*. Iasi, Polirom.

Holban, Ion & Gugiuman, Ana (1972). *Puncte de sprijin in cunoasterea individualitatii elevilor. Ghid*. Bucuresti, Editura Didactica si pedagogica.

Holban, Ion (1978). *Cunoasterea elevului. O sinteza a metodelor*. Bucuresti, Editura Didactica si Pedagogica.

Ivey, Allen & Simek-Downing, Lynn (1980). *Counseling and Psychotherapy: Skills, Theories and Practice*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.

Jaccard, Roland (2000). *Freud*. Bucuresti, Editura Aropa.

Jigau, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. Bucuresti, Editura Sigma.

Kelly George (1955). *The psychology of personal constructs*, New York, Norton.

Pavelcu, Vasile (1982). *Cunoasterea de sine si cunoasterea personalitatii*. Bucuresti, Editura Didactica si Pedagogica.

Reber, Arthur (1985). *The Penguin Dictionary of Psychology*. London, penguin Books.

Schiopu, Ursula (2002). *Introducere in psihodiagnostic*. Bucuresti, Editura Fundatiei Humanitas.

Shapiro, D. (1998). *Conflicttele si comunicarea*. Bucuresti, Editura Arc.

Tomsa, Gheorghe (1999). *Consilierea si orientarea in scoala*. Bucuresti, Casa de Editura si Presa Viata Romaneasca.

www.theory.org.

<http://encyclopedia.thefreedictionary.com/>

<http://psychclassics.yorku.ca/>

Atpasakojimas

Mihaela CHIRU, Edukologijos institutas, Bukarešta

Istorija

Atpasakojimas iškilo penktojo dešimtmečio viduryje kaip metodas, suteikiantis tyrėjams ir vadovams galimybę pažinti ir pagerinti korporacinės organizacijos kultūrą iš vidaus. Metodas taip pat buvo skirtas sudėtinės socialinės grupės lūkesčiams identifikuoti. Grupę reprezentavo baltieji darbininkai vyrai, daugiausia ir atliekantys šį profesinį vaidmenį.

Šiuo metu Šiaurės Amerikos ir Europos kultūrose karjerai nebesuteikiamas privileijuotas įsipareigojimo visam gyvenimui statusas, priešingai nei Japonijos kompanijose. Dabar ieškomi lankstūs žmonės, kurie turėtų atlikti įvairias ir netikėtas užduotis, o ne tokie darbuotojai, kurie visą savo aktyvų gyvenimą išliktų lojalūs vienos rūšies veiklai. Karjeros formuojamos „*parduodant asmenines paslaugas ir kompetencijas darbdaviams, įgyvendinantiems ar norintiems įgyvendinti konkrečius projektus*“ (Kalleberg, Reynolds, Marsden, apud Savikas, 2003). Derybos dėl kiekvieno naujo projekto reikalauja prisitaikyti prie pasiūlymų, reikalavimų, siekiamų tikslų, iš naujo sukurti santykius su gamybos atstovais ir darbo aplinka, internalizuoti neseniai įgytas žinias, praplėsti tam tikrų gebėjimų pritaikomumo sritį, ugdyti aktyvaus

tobulėjimo nuostatas ir suvokti tęstinio tobulėjimo reikmę.

Poindustriniame amžiuje asmens profesinis naratyvas įgyja naujas koordinates. Mobilumas vertinamas daug labiau nei stabilumas, nes juo akcentuojamas nuolatini prisitaikymas prie naujų globalios ekonomikos reikalavimų; specializacijos spektro praplėtimas; formalių / neformalių / savaiminių organizacinių mokymosi išteklių aktyvavimas; savęs išreiškimas visais įmanomais būdais darbe ir su darbu susijusioje kūryboje.

Teorinės ištakos

Atpasakojimas tuo pačiu metu gali būti laikomas ir konsultavimo paslaugų *metodu, ir rezultatu*. Žmogaus prigimčiai būdinga susieti įvykusius dalykus; kaip dabarties modalumą, savęs atskleidimą, supratimą (gaunant pagalbą) ir teigiamą transformaciją. Klientų motyvacija „atpasakoti save“ skiriasi priklausomai nuo asmenybės tipo, poreikio gauti patvirtinimą iš reikšmingų žmonių, troškimo sukurti elgesio modelius tose grupėse, kurioms jie priklauso ar nori priklausyti, siekio išsiskirti iš minios, polinkio šokiruoti atskleidžiant, tendencijos šlietis prie daugumos, poreikio gauti savo idė-

jos palaikymą arba pateisinti tam tikrus jausmus.

Donald Super (1957) suformavo *karjeros plėtojimo teoriją*, pagrįstą profesinių etapų, būdingų individui ir atskiroms kartoms, koncepcija. Joje teigiama, kad kiekvienas asmuo, nepriklausomai nuo ekonominių, psichologinių ar kultūrinių sąlygų, karjerą apibrėžiančioje terpėje pereina nuoseklius ciklus: *augimo, tyrinėjimo, tvirtinimo, administravimo, užbaigimo*. Ši teorija funkcionavo 1960–1980 metais kaip argumentas to darbo pasaulio vystymosi etapo, kuriame atsirado bendrosios rinkos, paklausa ir pasiūla iškeltos į svarbiausią vietą, vyko nacionalinės švietimo reformos, skatinama lygybė visose socialinio gyvenimo srityse. Profesinių vaidmenų vizija suponuoja prisitaikymą prie komplekso veiksnių (kvalifikacijos profilis, dinamiškos darbo užduotys, darbo laikas ir kt.), kurie turėtų patenkinti sistemos poreikius. Procesas prasidėjo paskutiniame XX a. dešimtmetyje, kai pereinant nuo industrinės ekonomikos prie informacija ir pažangiomis technologijomis pagrįstos ekonomikos (Herr, 2003) reikėjo transformuoti *karjeros plėtojimo teoriją*, kad ji pateisintų daugialypius perėjimo etapus asmens gyvenime: iš mokyklos į darbą, iš vieno darbo į kitą, nuo vienos profesijos prie kitos. „Profesiniai ciklai“ dabar gali būti suprantami kaip mažieji ciklai ar veikla, padedantys iš naujo kurti karjeros pokyčius. Žmogaus tobulėjimas tapo tikslu, o karjera (darbo ir santykių) – įgyvendinimo

priemone. Naratyvinis požiūris akcentuoja natūralų darbo integravimą į asmeninį gyvenimą, o ne į tam tikrą darbovietę.

Karjeros etapai sukuria *profesinę habitus* (Savickas, 2003), t. y. bendrąją erdvę, kurioje individo darbo patirtys yra integruotos su reikšmingais dalykais bendruomenės lygmeniu, ir jais remiantis duotuoju laiku organizuojama socialinė ir profesinė struktūra. O kita vertus, *habitus* suteikia kodą, leidžiantį iššifruoti asmens reikšmingumo darbinėje patirtyje kilmę, suteikia galimybę perduoti asmeninį reikšmingumą kitiems individams.

Individų, priklausančių bendruomenėms su tam tikrais ekonominiais santykiais ir darbo kultūra, karjeros atpasakojimai sudaro tokį metodologinį pagrindą, kurį galima naudoti konsultuojant karjeros klausimais ir supažindinant su nauju darbu.

Metodo pristatymas

Karjeros atpasakojimai, arba karjeros istorijos, yra įvykių, patirčių ir žmogiškųjų santykių, susijusių su profesine asmens raida, rinkinys. Visiškai kitaip nei ataskaita, išdėstymas ar santrauka, atpasakojimas suponuoja asmens *bendradarbiaujamo pobūdžio nuostatą*, kuri suteikia galimybę pristatyti konsultantui ar kitam asmeniui svarbius savo karjeros momentus ir emocinę jų potekstę duotojoje socialinėje struktūroje.

Klientai ir konsultantai kartu dirba prie šios naratyvinės struktūros, paremtos kliento detaliai nupasakotomis praeities patirtimis ir *dabartinėmis kompetencijomis*. Šio proceso pabaigoje apibrėžiami būsimos *socioprofesinės adaptacijos* būdai.

Atpasakojimuose išplėtos temos iš esmės nusako kiekvieno kliento charakteristiką: per prioritetus, pirmenybes, savižinos lygmenį, verbalizavimo gebėjimus, skvarbumą apčiuopiant jungtis tarp sudedamųjų sekų ar sprendimo priėmimo pobūdį. Sąsajas tarp faktų, suvokimų, veiksnių ir įvykių galima padaryti naudojant **nestructūruotą interviu** (Savickas, 1995) arba **sprendimų medį**. Konsultantas atseka kliento gyvenimą nuo vieno konkretaus momento iki kito, kurį sutariama laikyti ir kuris patvirtinamas tinkamu simbolinei gyvenimo istorijai parašyti. Tuo tikslu rekomenduojama kliento atpasakojime skatinti iškelti su atitinkamu periodu susijusius epizodus ir aprašyti vaidmenų modelius. Šios istorijos dažnai atskleidžia „neaiškiai struktūruotą“ (Law, 2003) *centrinę problemą*, traktuojamą kaip neigiamą, ir *tikslą*, kurio siekiama visą asmens gyvenimą, kartais užslėptomis formomis.

Manija išseivoti visą laiką arba investuoti vertingus išteklius į situacijas, kurios negarantuoja sėkmės, gali būti psichinių nukrypimų, autonomiškumo ir nepakankamo prisitaikymo ar netinkamo konsul-

tavimo ženklai. Profesiniai interesai gali būti traktuojami kaip tiltas, simboliškai sujungiantis *problemą* (atvaizduotą anksčiau istorijose) ir *sprendimą* (atvaizduotą vaidmenų modeliuose). Problemą sukėlę anksčiau atsiradę veiksniai (pvz., manipuliacijos žmonėmis, nepriklausomas sprendimų priėmimas, priklausymas elitui) kartais gali asmenį priversti visą gyvenimą organizuoti taip, kad šiuos veiksnius įgyvendintų realybėje, to netgi nesuvokiant sąmoningai.

Patyręs konsultantas, turintis gerų bendravimo įgūdžių, asmens istorijoje atseks esminius elementus ir aptars galimą poveikį pasakojamiems dalykams suteikdamas teigiamą grįžtamąjį ryšį.

Anot Law (2003), atpasakojimo elementai yra tokie:

- Veikėjai – identifikuojami užduodant tokius klausimus kaip: *kas dalyvauja, kokią įtaką jie daro vienas kitam, kokie jausmai rodomi?*
 - Susitikimas.
 - Prisijungimas ir atsiskyrimas.
 - Jausmai ir įtampa.
 - Išankstiniai įvykiai.
- Aplinkybės – atsakymai į tokius klausimus kaip: *kokios yra žmonių vertybės, kokius vaidmenis jie atlieka, kas kokią poziciją užima, kas yra savas (mūsiškis) / svetimas (iš išorės)?*

- Veikėjų vaidmenys konkrečiame kontekste.
 - Tarpusavyje susiję vaidmenys.
 - Alternatyvūs Aš įvairiose situacijose.
 - Vaidmens kultūrinė įvairovė.
- Diskusija – vedama keliant tokius klausimus: *ką žmonės galvoja, ką jie sako, kas klausosi, kas yra blokuojamas?*
 - Mokymasis.
 - Kultūra.
 - Nuomonės pakeitimas.
 - Neatitikimas.
 - Įvykiai – atskleidžiami tokiais klausimais kaip: *kas vyksta, kodėl, kieno versija labiau tikėtina, kas dar gali būti pasakyta, kokia sėkmės ar atsitiktinumo svarba?*
 - Sėkmė ir mokymasis.
 - Sprendimas aiškinant.
 - Neracionalūs sprendimai.
 - Panašumas į kitų istorijas.
 - Reikšmė – pasiekama skatinant apmąstyti tokius klausimus: *kas gali suprasti prasmę, ar yra kitų požiūrių?*
 - Faktų svarba.
 - Veikėjų svarba kitiems veikėjams.
 - Lemiami momentai / atpasakojimo esmė.
 - Daugialypė svarba.

Naratyvinis konsultavimo metodas skatina *gyvenimo planavimą*, paremtą mode-

liais, kurie pasitvirtino kaip funkcionalūs arba būdingi asmeniui, o ne profesinio pasirinkimo ypatumais. Ankstesni atpasakojimai naudojami kaip argumentas parašyti koordinatas naujai asmeninei istorijai, pritaikytai prie socialinių ir asmeninių poreikių, kurioje profesinėms istorijoms ir įvykiams suteikiama didesnė svarba. Amundson (2003) kalba apie komunikacinius įgūdžius konsultuojant. Toliau pateikiame tuos iš jų, kuriuos manome esant privalomus konsultantui ir kurie turi būti naudojami skatinant atpasakojimą: perfrazavimas, patikslinimas, empatija, apibendrinimas, moderavimas, koreliavimas, blokavimas, apribojimas, parama, sutarimo pasiekimas, stiprybių skatinimas, konfrontavimas, savęs atskleidimas, sutarimų stebėjimas.

Atpasakojimo formos: proza (dienoraštis, laiškas, ataskaita, drama), poezija, metafora, (auto)biografija. Kai kuriuos aspektus kliento atpasakojime sunku apčiuopti – jie priklauso meta-komunikavimui; profesionalus konsultantas iš tono, kūno laikysenos, žvilgsnio ir pauzių turi įžvelgti galimus konfliktus (intrigas), nujautimus, spąstus, fantazijos polėkius, asmeninius mitus, žmogiškuosius modelius, kuriuos reikia panaudoti klientui esant dabartinės padėties. Nepriklausomai besijaučiantys klientai, konsultavimo užsiėmimo paprašyti kalbėti apie save ir savo gyvenimo patirtis, jaučia pasitenkinimą, galėdami kontroliuoti išvesdami, koreliuodami, atrinkdami ir interpre-

tuodami istorijos elementus. Socialiai ir emociškai nesubrendusiems klientams atpasakojimas gali sukelti diskomfortą dėl [prisiminimų] sukėlimo, priversti nuklysti nuo ataskaitinės sistemos, sukelti nepasitikėjimą metodo privalumais. Šiai karjeros vystymo teorijai svarbi *kalba* ir istorijai suteikiama *svarba*. Konsultantai privalo identifikuoti artikuliacinius esminių sekų mechanizmus, perimti svarbiausius kliento komunikacijos žodžius ir interpretuoti juos kaip veiklos galimybes siekiant padėti pagerinti situaciją.

Konsultantai klausosi klientų istorijų, bet jų pareiga – ištirti ir kitus šaltinius, tokius kaip *reikšmingų žmonių* istorijos arba *žiniasklaida*. Naujai sukurtas istorijos kontekstas reikalingas suteikti įrodymų apie nepaaiškinamus ar kontroversiškus praeities įvykius, sumažinti arba modifikuoti poveikį kalbamuojų metu ir suteikti elgesio modeliui naują perspektyvą.

Siekiant identifikuoti profesinių polinkių ypatumus ir sukurti konstruktyvią atmosferą, istorijas reikia ištyrinėti atidžiai. Taip klientai susidaro įspūdį, kad beveik viskas, ką jie sakė, yra svarbu ir jų patirtis yra iš esmės vertinga ne tik jiems patiems, bet netgi kitiems. Diskretiška ir efektyvi analizės procedūra atliekama naudojant *antrinius klausimus* (Amundson, 2003) pagal toliau pateiktus metodologinius etapus:

- patvirtinimas / paneigimas – suprasti, kaip susiklostė konkreči situacija;

- sekos – trukmei, raidai ir perspektyvai suprasti;
- kitų nuomonė – suprasti jų sampratas apie sprendžiamą klausimą;
- poveikis – pažadinti alternatyvias idėjas, po kurių – jei galima – sektų veiksmų planas.

Kitų žmonių istorijas tinka naudoti tuomet, jei jos padeda sustiprinti pasitikėjimą savimi, patvirtinti asmeninius gebėjimus ir pasiūlyti teigiamas kryptis.

„Gera istorija yra ta, kurioje kitų padaryti dalykai padeda suprasti tavo paties istoriją“ (Law, 2003).

Atpasakojimo tiesa su faktine tiesa nesutampa daug dažniau nei sutampa, nes istorijos gija pinama iš buvusių įvykių, prisimenamų selektyviai; iš išgyvenimų ir pakartotinių išgyvenimų sukeltų emocijų; kitų žmonių įspūdžių; vėlesnio vertinimo; trumpalaikių ir ilgalaikių pasekmių. Įvairūs požūriai į profesinio gyvenimo faktus paaiškinami reikšmingu poveikiu individui įvairiais jo gyvenimo momentais ir tolydžiu epizodo puoselėjimu atmintyje, čia ypatinga svarba tenka tęstinumo ir darnos išsaugojimui dabartinių ir būsimų pokyčių fone.

Tikslinės grupės

Atpasakojimas naudojamas dirbant su įvairiomis klientų kategorijomis. Kadangi būtina naratyvinio konsultavimo sąlyga

yra komunikaciniai įgūdžiai, metodas ypač taikytinas šioms gyventojų grupėms:

- mokiniams ir absolventams edukacinių ar profesinių sprendimų priėmimo metu;
- jauniems žmonėms ir suaugusiesiems, norintiems pakeisti profesiją;
- žmonėms, kurie nori ir siekia tęstinio profesinio tobulėjimo;
- žmonėms, kurie gali laisvai save išreikšti;
- žmonėms, kurių formalus mąstymo mechanizmas yra išsivystę iki tam tikro lygio (operavimas simboliais, priežastingumo išplėtojimas ir laikymasis, vertinimų atlikimas; introspekciniai gebėjimai; jausmų ir įsitikinimų įsisąmoninimas).

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

Atvejo analizė (iš Savickas, 1995):

Nagrinėjame medicinos koledžo paskutinio kurso studento atvejį, kai jis koledžo baigimo metais nerimauja ir nesijaučia pasirengęs priimti sprendimo dėl karjeros. Jaunuolis kreipiasi prašydamas konsultacijų dėl įsidarbinimo psichologijos sektoriuje.

Konsultantas objektyviam ir įvairiam kliento įvertinimui nusprendė naudoti

SDS (savarankišką paiešką, angl. *Self-Directed Search*, Holland, 1985), JVIS (Jackson profesinių interesų tyrimo priemonę, angl. *Jackson Vocational Interest Survey*, 1977) ir WVI (profesinių vertybių klausimyną, angl. *Work Values Inventory*, 1970).

SDS profesinių pasirinkimų (svajonių apie profesinį gyvenimą) puslapyje nurodė tokias profesijas: fizikas, slaugė, optikas, pardavėjas ir komercinių avialinijų pilotas. Galutinis SDS kodas: I-A-S.

JVIS parodė aukštus rezultatus šiose srityse: verslas, socialiniai mokslai, paslaugos asmenims, šeimos veiklos, medicinos paslaugos, nepriklausomybė ir tarpusavio pasitikėjimas; žemi rezultatai teko akademinėi veiklai ir pradiniam lavinimui, dar žemesni – mokymui, socialinėms paslaugoms, formaliam rašymui, darbui biure ir priežiūrai.

Atlikęs WVI testą jis gavo aukštus balus altruizmo, savarankiškumo, intelektualinės stimuliacijos, konteksto ir saugumo srityse; žemus rezultatus – vadybos, prestižo, įvairovės, kūrybiškumo ir panašių veiksmių.

Objektyvaus vertybių ir interesų testavimo rezultatai atitiko kliento abejones dėl tolesnių studijų pasirinkimo ir tuo pačiu metu parodė kryptį – tirti sveikatos ir pardavimo sektorius.

Subjektyvus įvertinimas atskleidė du ankstyvuosius prisiminimus:

- Dirbančios motinos buvo paliktas dienišės priežiūros įstaigoje; turėjo miegoti pilname vaikų kambaryje ir jam tai visiškai nepatiko; svarstymas, ar jo mama iš tikrųjų ateis ir parsives jį namo.
- Akinių nešiojimas mokykloje; vieną dieną buvo iškviestas prieš klasę ir turėjo nusivalyti akinius; jautėsi sutrikęs.

Kiti pažymėtini subjektyvaus įvertinimo rezultatai gauti dviejų vaidmenų modelių forma:

- Supermenas, skraidantis herojus; jis nerodė savo jausmų, bet neabejotinai turėjo humoro jausmą. Leido pasireikšti kitiems.
- Penkių narių komanda fantastiniame apsakyme. Jo mėgstami personažai naudojo žaislus, kad užkirstų kelią piktiems blogų vaikinių planams.

Konsultantas padarė išvadą, kad klientui svarbu **savarankiškumas ir individualumas**; tuo pačiu metu jam patinka būti komandos nariu; jis išdėsto klausimą išreikšdamas savo individualumą, nerodydamas jausmų. Su mokykla ir mokytojais susijęs diskomfortas išlikęs iki šiol. Nešvarių akinių pamoka skatina jį visada būti švarų ir atrodyti deramai.

Iš istorijos pasakojimo konsultantas padarė išvadą, kad kliento gyvenimas sutelkiamas į savarankiškumą ir savęs atskleidimą, tačiau šie bruožai išryškunami tik

glaudžiais ryšiais susietoje žmonių grupėje, kurioje mokslas yra pagrindinė problemų sprendimo priemonė. Jo vaidmuo tokioje grupėje – suteikti moralinę paramą savo humoro jausmu, išlikti racionaliam ir taikyti metodus. Klientas sugebėjo baigti koledžą draugų grupės dėka. Diskusijoje išaiškėjo, kad priežastis, dėl kurios jis abejoja, ar studijuoti mediciną, yra ta, kad jam sunku pripažinti išorinį autoritetą, kad jis negali susidoroti su ilgomis studijomis. Jis norėjo tapti komandos, kuri spręstų problemas naudodama mokslo žinias ir vertintų individualų narių indėlį, nariu.

Klientas nusprendė toliau tyrinėti tris medicinos srities profesijas (anesteziologo, optometristo ir farmacininko), kurios atitinka pagrindinius jo reikalavimus: leidžia būti komandos nariu ir naudoti mokslines priemones.

Siekdamas išspręsti kliento polinkį kliautis kitais (draugais ir motina), priimant sprendimus, konsultantas padarė sąsają tarp anksčiau identifikuotų vaidmenų modelių ir kliento pastangų būti savarankiškam, kurias atskleidė jo pripažintas interesas tapti pilotu. Klientui kaip pomėgį netgi buvo pasiūlyta lankyti skraidymo mažu lėktuvu pamokas.

Metodo įvertinimas

Privalumai:

- Atpasakojimas yra galimybė grįžti į praeitį ir atrasti vertybes ir įsitikinimus,

- kuriuos nulėmė asmens gyvenime įvykę įvykiai. Remiantis įgyta gyvenimo patirtimi, įmanoma į dabartinę asmens situaciją iš įvairių etapų ir kontekstų perkelti kitų gyvenimuose atsispindinčią svarbą. Konkrečias patirtis suformavusių kultūrinių, profesinių ir socialinių mechanizmų supratimas kokybiškai parengia šuoliui į aukštesnio lygio veiksmų planą. Darbas yra kompleksinė veikla, suteikianti daugybę asmeninio ir profesinio tobulėjimo galimybių; profesiskai konsultuojant atpasakojimas naudojamas kaip priemonė įvairovei skatinti ir galimoms būsimoms progoms naudoti.
- Istorijos yra ne prisiminimai, bet praeities rekonstrukcija, taigi kartą išgyventais įvykiais pagrindžiami dabartiniai pasirinkimai ir palaikoma būsima raida.
 - Atpasakojimą naudojant racionaliai ir efektyviai, klientai pagal savo pasirengimo lygį išsiaiškina savo pasirinkimo galimybes ir lavina sprendimų priėmimo įgūdžius. Tai subjektyvus autonomiškumo ir brandos praktikavimas suvokiant, kad žmogui nesvetima jokia (sava ar kitų) patirtis.
 - Atpasakojimo metu gyvenimo faktai išlaisvinami iš anonimiško atsitiktinumo ir įgyja unikalią kontekstinę ir individualią prasmę veikėjų, kontekstų ir abipusio poveikio tinkle.
 - Atpasakojimas padeda sumažinti tarpasmeninius ir (arba) grupinius konfliktus bei išspręsti neuztikrintumą.
 - Klientas skatinamas atvirai kalbėti apie savo troškimus ir tikslus, nesigrauziant dėl diskurso moralumo.
 - Platesniame kontekste svarbiausia tampa nauda asmeniniam identitetui – ugdant autonomišką, kūrybišką asmenybę, kuri patenkinta savo veikla pasaulyje. Su situacija ir kitais reikšmingais žmonėmis susijęs identitetas kuriamas remiantis pasakotojo perspektyva.
 - Klientas noriai operuoja sėkmingomis pasirinktimis, siekdamas rasti tinkamą, motyvuojančią istoriją, turinčią asmeninio tobulėjimo potencialą.
- Trūkumai:**
- Gali būti situacijų, kai istorija pasakotojui darys neigiamą poveikį; tokiu atveju konsultantas turi įsikišti, t. y. pertraukti arba panaudoti padedamojo pobūdžio ryšį.
 - Gali nutikti, kad klientas nepalaujamai koncentruosis į neigiamų patirčių, laikomų simptominėmis ir tendencinėmis, dėstymą. Be abejo, negalima atmesti prielaidos, kad šie įvykiai realūs, bet vaizdas vargiai gali būti toks paprastas, o interpretacija – vienpusiška. Konsultantas privalo pasiūlyti geriau subalansuotą požiūrį, platesnių pers-

pektyvų, įvairių atskaitos sistemų ir teigiamą grįžtamąjį ryšį.

- Praeitis asimiliuojama su dabar turimais ir ateities ištekliais. Konsultantas privalo sugebėti užtikrinti ir proceso, ir kliento etinį integralumą, gyvenimo patirtį naudoti nuolatiniam kliento galimybių realizavimui darbe ar per darbą gerinimui.

Literatūra

Amundson, Norman E. (2003). *Active Engagement. Enhancing the Career Counseling Process*. 2nd edition. Richmond B. B., Canada, Ergon Communications, p. 161–164.

Herr, Edwin L. (2003). The Future of Career Counseling as an Instrument of Public Policy. In: *The Career Development Quarterly*. Vol. 52, No. 1, September, university of

Cincinnati, Ohio, p. 8–17.

Kalleberg, Reynolds, Marsden (2003). Externalizing employment: Flexible staffing arrangements in US organizations. In: *Social Science Research*, 32, p. 525–552.

Law, Bill (2003). *Covering the Story*. In: The Career-learning Network www.hiho-hiho.com

Savickas, Mark L. (1995). Examining the Personal Meaning of Inventoried Interests During Career Counseling. In: *Journal of Career Assessment*, Vol. 3, No. 2, p. 188–201.

Savickas, Mark L. (2003). *The Theory and Practice of Career Construction*. In: Brown, S. D. and Lent, R. W. (Eds.) *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, p. 42–70.

Metafora konsultavime

Gabriela LEMENI, Carmen AVRAMESCU,

Psichologijos ir edukologijos fakultetas, Babes-Bolyai universitetas, Cluj Napoca

Istorija

Metaforos yra komunikacijos priemonė, kurią dažnai naudojame kurdami mus supančių sudėtingų reiškinių sampratą (Grant, Oswick, 1996, Ortony, 1993, apud Mignot, 2004). Naudojama metafora dažnai nurodo aukštesnį gebėjimo naudoti koncepcijas lygį.

Metaforos iš pradžių buvo naudojamos kaip organizacijos analizės metodas (*Images of Organization*, Morgan, 1986). Analizuodamas organizacijas metaforos požiūriu (*organizacija kaip „mechanizmas“*, „organizmas“, „kultūra“ ir „smegenys“) Morgan tyrinėjo suvokimo apie organizaciją ir vadovavimo organizacijai reikšmes, įrodė metodo naudą kūrybiškam ir lanksčiam problemų sprendimui. Paskatintas savo patirties jis pasiūlė „*sudėtinės metaforos metodą*“, t. y. organizacijos analizei naudoti visas keturias metaforas siekiant suprasti įvairius organizacijos aspektus. „*Nė viena metafora nepasako visos tiesos*“, tačiau „*visas metaforas galima daugiau ar mažiau taikyti tam tikroms situacijoms... tikrasis supratimas ateina tuomet, kai atsižvelgiame į kelias metaforas*“ (Morgan, 1986).

Vėliau metaforos buvo naudojamos organizacijos vadyboje kaip organizacijos

ir problemų sprendimo analizės ir aprašymo metodas. Kūrybiškas organizacijos konceptualizavimas įvairiomis metaforomis: skruzdėlynas, voras, keturi kambariai ir pan., paskatino „kūrybiško vadovavimo meno“ atsiradimą (Morgan, 1992, apud Inkson, 2002), kuris išvirto į naujoviškus daugelio organizacinių problemų sprendimus.

Teorinės ištakos

Metaforos iš pradžių buvo siejamos su perkeltiniu kalbos ir komunikacijos aspektu. Kadangi metafora buvo laikoma poetų ir politikų nuosavybe, metodas dėl žemo savo patikimumo lygio ir abejotinos mokslinės vertės nebuvo taikomas psichologiniuose tyrimuose ir praktikoje. Tačiau, įveikus mokslinį pozityvizmą, buvo iš naujo apsvarstyta keletas kūrybiškų ir lanksčių modelių, metafora buvo pritaikyta įvairiose konsultavimo srityse kaip efektyvus įvertinimo ir intervencijos metodas.

Profesiniam konsultavimui metaforą pradėta naudoti dar vėliau, ir panašu, kad ji daro didžiulį poveikį mažiausiai dviem sritims: viena – profesinio konsultavimo proceso konceptualizavimas; kita – pati proceso raida. Kalbant apie konsultavimo proceso konceptualizavimą, „metaforų

mūšis“ baigėsi nuvainikuojant anksčiau naudotą įprastesnę metaforos atitaikymą (Holland, 1997). Jis reiškė asmeninės ir profesinės charakteristikų persidengimą, o pagrindiniu profesinio konsultavimo proceso tikslu buvo laikomas teisingos karjeros asmeniui suradimas. Tai atvėrė duris tokioms metaforoms, kaip „ribų nebuvimas“ (Arthur; Rousseau, 1996), „savo nuožiūra vykdoma pameistrystė“ (Arthur; Inkson, Pringle, 1999), kurios padidino greito ir kūrybiško prisitaikymo prie pokyčių socialinėje ir profesinėje aplinkoje svarbą. Todėl manoma, kad konsultavimo tikslas – ugdyti aktyvią poziciją savo karjeros atžvilgiu, kuriai reikalingas lankstumas ir pozityvi galimybių vadyba.

Pokyčiai profesinio orientavimo konceptualizavimo procese tiesiogiai atitinka šio proceso vyksmo pobūdį. Konsultavimo procesas įgijo bendradarbiaujamąjį pobūdį ir buvo sutelktas į asmens karjeros konkrečios reikšmės tyrinėjimą arba į tai, ką vadiname „subjektyvia karjera“ (Gattiker; Larwood, 1986). Kartu su kitais profesinio orientavimo srityje taikomais metodais (atpasakojimo, vaizdingumą skatinančių pratimų, grafinio karjeros atvaizdavimo, kortelių rūšiavimo ir kt.) metaforos metodas gali įtraukti konsultantą ir klientą į kūrybišką karjeros tyrinėjimą, naudojant potencialą, padedantį kompleksiskai suprasti su karjera susijusius fenomenus.

Šiandieniniam amžiui būdingų ekonominių, socialinių ir kultūrinių transformaci-

jų fone svarbiomis konsultavimo proceso dimensijomis tapo teisėtos prasmės ieškojimas ir asmeninės karjeros tyrinėjimas bei jos santykis su kitomis gyvenimo sritimis (Peavy, 1997; Savickas, 2000, 2001). Panašu, kad tiek siekiant įvertinti dabartinę veiklą, tiek nustatyti tolesnius su karjera susijusius lūkesčius, svarbiausia kryptimi, su kuria siejamas individas, tapo su karjera susijusios sampratos, emocijos ir asmeninės vertybės (Collins; Young, 1986). Metaforų vartojimas konsultavime gali padėti suartinti teoriją ir praktiką (Amundson, 1997) bei apčiuopti specifinius proceso aspektus.

Metodo pristatymas

Metafora iš esmės yra kalbinė konstrukcija, vartojama panašumui tarp veiksmo ar objekto, įvykio ar patirties pabrėžti, viena vertus, ir sakinio ar plačiai vartojamo žodžio, kita vertus (Gowler; Legge, 1989, apud Inkson, 2004). Jos funkcija – „*perteikti nežinomą dalyką, pakeičiant jį terminais, nusakančiais žinomus dalykus*“ (El-Sawad, 2003) arba vizualizuoti sudėtingus fenomenus naudojant pažįstamus įvaizdžius (Amundson, 2005a).

Metaforos vartojamos kasdieniame su karjera susijusiame diskurse ir formaliosiose karjeros teorijose (Inkson; Amundson, 2002). Įprastos metaforos yra „karjeros takas / kelias / maršrutas / trekas“, „kelionė“, „sprendimų medis“, „galimybės“ ir kt. Įtakingos akademinės koncepcijos taip pat formuluojamos vartojant metaforiškus

terminus: „karjeros vaivorykštė“ (Super, 1990), „karjeros žemėlapis“ (Krumboltz, 1993), „karjeros konstravimas“ (Savickas, 2002), „profesinė asmenybė“ (Holland, 1997), „karjeros inkarai“ (Schein, 1978), „karjera be apribojimų“ (Arthur; Rousseau, 1996). Jos sužadina gyvus ir pažįstamus įvaizdžius, suformuoja specialiąją ir asmeninę įvykių perspektyvą. Karjeros metaforoms priskiriamas nevienodas statusas. Jos skiriasi atsižvelgiant į *informaciją* ir *šaltinius*. Tokios metaforos, kaip „kelionė“ arba „konstravimas“, kyla iš asmens patirties. Kitos, pavyzdžiui, „metų laikai“ arba „ištekliai“, yra *paremtos išoriniais situacijos vertinimais*. Tokiomis metaforomis, kaip „laiptai“ arba „varžybos“, apibūdinamos karjeros aplinkybės, o „inkarai“ arba „profesinė asmenybė“ nusako *karjerą plėtojančio asmens charakteristiką*.

Kalbant apie konsultavimą, metaforos kaip būdas patirti realybę remiantis aspektais, būdingais ir kitoms situacijoms, leidžia atlikti išsamesnę karjeros analizę, nes kompleksinė informacija apie šiuos fenomenus integruojama į paprastą įvaizdį. Konsultavimo procese metaforomis sukuriamas asmeniui tinkamiausias tyrinėjimo kontekstas, jos padeda atrasti asmenines su karjera susijusias charakteristikas ir reikšmingus aspektus.

Kalbant apie pagrindines karjeros metaforas, vieną išsamiausių pristatymų pateikė Kerr Inkson (2004). Autoriaus nuomone, karjeros konceptualizavimas iš esmės

gali būti sugrupuotas remiantis metaforomis, kilusiomis iš pagrindinių šios srities teorijų. Jos visą laiką darė didelę įtaką konceptualizuojant karjerą ir pačios tapo galimomis karjeros metaforomis.

Paveldėjimo metafora

Šia metafora išreiškiama samprata, kad karjera, kaip ir palikimas, gali būti perduota iš vienos kartos į kitą; asmens karjera yra daugiau ar mažiau paveldėta. Vartodami šią metaforą sociologai pabrėžia socialinės klasės, lyties ir etniškumo įtaką toms vertybėms ir siekiams, kuriuos vaikai gauna iš savo šeimų. Be to, ši metafora nurodo šeimoje sudarytą karjeros modelį ir finansines bei edukacines galimybes, kurias vaikai įgyja namuose.

Paveldėjimas karjeroje apima tokias dimensijas, kaip socialinė (socialinė struktūra), genetinė (paveldėtas IQ) ir psichologinė (tėvų nuostatos darbo ir karjeros atžvilgiu). Nors kai kurie konsultantai labiau mėgsta pabrėžti aktyvaus ir savarankiško karjeros formavimo aspektą (suprantamą kaip konstravimas), paveldėjimo komponentas negali būti ignoruojamas, nes jis atitinka keletą karjeros formavimo teorijų (Gottfredson, 2002). Klientas, pradėdamas suvokti „paveldėtąjį“ komponentą ir mastą, kuriuo pasireiškia šio komponento įtaka, įgyja galimybę apsispręsti, ar laikytis šio komponento kaip svarbiausio pagrindo, ar pasirinkti autonomiškos, kitokios nei tėvų, karjeros formavimą.

Konstravimo metafora

Ši metafora atitinka tas karjeros teorijas, kuriose pabrėžiamas aktyvus asmens vaidmuo apsprendžiant savo socioprofesinę raidą. Metafora nusako tokį karjeros planavimą, kuris suprantamas kaip racionalus procesas, kurio metu reikia surinkti informaciją, iškelti tikslus, priimti logiškus sprendimus ir pan. Aiškindami metaforą klientai dažnai savo karjeros valdymo išteklius kildina iš aktyvaus elgesio. Kita vertus, metafora gali būti siejama su intuicija, sprendimais, paremtais emociniais elementais, ir kt. Tuo atveju, kai klientas vartoja konstravimo metaforą, konsultanto vaidmuo – palengvinti kliento karjeros „sustatymą“.

Metų laikų metafora

Pagrindinės karjeros formavimo teorijos apima „amžių tarpsnius“ ir „etapus“. Levinson (1997) ir Super (1990) karjeras aprašo kaip sekas, etapus, atitinkančius tam tikrą amžiaus tarpsnį: „tyrinėjimas“, „stabilizavimas“, „pereinamieji vidutinio amžiaus laikotarpiai“, „palaikymas“, „mažėjimas“ ir kt. Levinson karjeros formavimą apibūdina kaip metų laikų seką (Asmens raidos metų laikai, angl. *The seasons of a person's life*), Levinson, 1997). Metafora gali pradėti ryškėti asmeniui mąstant apie jo vaidmenį visuomenėje arba profesijoje. Ji gali sukurti stereotipus, susijusius su karjeros formavimu ir profesiniu vaidmeniu (Townsend, 1993). Pavyzdžiui, gyvenenę žmonės, gyvenantys dinamiškoje

aplinkoje, kurioje vertinami pokyčiai ir plėtra, tačiau įsitvirtinęs senėjimo stereotipas (pagal kurį amžius reiškia lankstumo ir prisitaikymo prie naujų, kompleksinių užduočių susilpnėjimą), savo karjeros atžvilgiu padaro kompromisą ir, kalbant apie pokyčius jų karjeroje, užima žemo asmeninio veiksmingumo poziciją.

Konsultuojant galima nuspręsti keisti požiūrį į profesinius ciklus, kad jis taptų lankstesnis. Konkretus biologinis amžius nebūtinai yra susijęs su konkrečiu raidos etapu (55 metai ar 60 metų nebūtinai reiškia išėjimą į pensiją).

Atitikimo metafora

Viena iš labiausiai paplitusių profesijos psichologijos temų yra „asmens ir aplinkos atitikimas“ (Parsons, 1909; Holland, 1997). Kadangi mokslinėje literatūroje ši tendencija yra stipri, metafora yra svarbi profesiniam orientavimui, nes ji aptinkama daugumos profesinių konsultantų ir klientų asmeninėse karjeros teorijose. Tačiau „atitikimo“ metafora iškelia daug ir koncepcinių, ir praktinių problemų. Kokios svarbiausios asmens ir darbo aplinkos charakteristikos? Ar jas įmanoma „išmatuoti“ ir kaip tiksliai jos gali būti išmatuotos? Esminė problema, kurią iškelia ši metafora, yra statistinis asmens karjeros vaizdas dinamiško proceso kontekste. Vykstant labai greitai ar netikėtiems socialiniams, ekonominiams ir profesiniams pokyčiams metafora gali apriboti (psichologine prasme) asmens alternatyvas.

Kelionės metafora

Tai viena dažniausių metaforų, minima ir mokslinėje literatūroje, ir kasdienėje kalboje. Metafora pirmiausia nurodo karjeros kaip „geografinio“ judėjimo tarp darbų, profesijų, organizacijų ir kt. sampratą. Kelionės metafora yra patraukli, nes joje integruojamas judėjimas laike ir erdvėje, sudaroma galimybė po vienu skėčiu sutelkti kelias skirtingas informacijos rūšis. Metaforos sukeliama problema kyla dėl labai bendro kelionės koncepcijos pobūdžio. Kelionės charakteristikos gali būti nesuskaičiuojamos: galimos kryptys, greitos ar lėtos, kylančios ar besileidžiančios ir t. t.

Apskritai kelionės metafora sudaro galimybes analizuoti karjerą iš dviejų perspektyvų: „keliautojo“ elgesio (mikrokomponentas) ir kelio, kurį pasirenka keliautojas (makrokomponentas). Iki šiol konsultavimas buvo sutelktas į pirmąjį komponentą, o žvelgiant iš organizacijų perspektyvos įdomesnis antrasis. Karjeroje svarbu integruoti abu svarbiausius metaforos komponentus ir atlikti sudėtinę karjeros analizę iš šių įvairių perspektyvų.

Socialinio tinklo metafora

McMahon ir Patton (1999, apud Inkson, 2002) pabrėžė būtinybę į karjeros koncepciją integruoti socialinių santykių, modeliujančių karjerą ir jos modeliujamą, sistemą. Taigi darbo radimas yra glaudžiai susijęs su asmens socialinių santykių sistema, kuri

gali suteikti su darbu susijusios informacijos ir rekomendacijų. Palankaus socialinio tinklo kūrimas tapo gyvenimo būdu. Be to, svarbios tapo ir daugelis galimybių: asmeninis paaukštinimas, įspūdžio valdymas, reputacijos kūrimas ir kt. Taigi karjera dažnai yra konceptualizuojama kaip „asmeninė į darbą nukreipta politinė kampanija“.

Teatro metafora – karjera kaip vaidmuo

Šios rūšies metaforos taip pat dažnai vartojamos organizacijoms konceptualizuoti. Organizacijos čia traktuojamos kaip scena, kurioje darbdaviai (aktoriai) vaidina įvairius vaidmenis, dėvi tam tikrus kostiumus (uniformas), o jų veiklą dažniausiai „nukreipia“ vadovas.

Pagal šį karjeros apibrėžimą žmonių veiksmams išreiškia vaidmenų elgesį, žmonių atsaką į jų viršininkų, kolegų, pavaldinių ir kt. lūkesčius. Jie formaliai aprašyti darbo aprašuose, vidaus taisyklėse ir individualiose ar kolektyvinėse darbo sutartyse. Tuo pačiu metu organizacijos kultūra netiesiogiai apima pagrindinių arba pagalbinių veikėjų lūkesčius. Šių lūkesčių rezultatas – daugybė „psichologinių sutarčių“, kurios nepaliojama derinamos, o suderintos vėl derinamos iš naujo (Herriot; Pemberton, 1996). Vaidmenims būdingas elgesys ilgainiui virsta „scenarijumi“, kuriu remdamiesi žmonės „vaidina“.

Metafora gali apimti daugialypių vaidmenų sampratą. Asmuo vienu metu at-

lieka keletą vaidmenų (pvz., darbuotojo, studento, tėvo, draugo, asociacijos nario ir kt.) ir privalo atlikti visas paskirtas ar savanoriškai prisiimtas jų dalis. Konsultuojant asmuo gali būti paskatinamas tyrinėti ir analizuoti ryšį tarp atliekamų vaidmenų.

*Ekonominė metafora –
karjera kaip išteklius*

Pastaraisiais metais karjeros sampratoje įvyko didelių pokyčių. Karjera suvokiama jau nebe kaip „išlaidos“, bet greičiau kaip „uždarbis“. Personalo vadyba pavirto žmogiškųjų išteklių vadyba, ir vadovai apie savo darbuotojus dažnai kalba kaip apie „svarbiausius savo išteklius“. Tačiau iš esmės pagrindinius išteklius reprezentuoja ne kasdienis darbas, bet visa individo karjera. Organizacijos skatina karjeros idėją, manydamos, kad save vertinantys individai atiduos savo karjerą jų dispozicijai. Jie sudaro lengvesnes sąlygas darbuotojo pareigoms paaukštinti organizacijoje ir siūlo galimybių tobulėti ir tapti tam tikros srities ekspertu. Metaforos keliamą problemą – nuosavybės teisę į asmens karjerą. Kam karjera priklauso – darbuotojui ar organizacijai? Todėl metafora suteikia galimybių konsultavimo procese tyrinėti karjeros nuosavybės teises.

*Pasakojimo metafora –
karjera kaip istorija*

Daug savo žinių apie karjerą gauname iš žmonių „istorijų“. Be to, dalį informacijos

apie mūsų pačių karjerą suteikiame remdamiesi asmeninėmis istorijomis. Tokių istorijų yra daugybė: kai kurios mažiau struktūruotos (kalbamosios), kitos – struktūruotos (CV, motyvaciniai laišukai ir kt.). Istorijos apie asmens karjerą leidžia iširti būdingus bruožus, karjeros formavimo modalumus ir rasti priemonių toliau karjerą plėtoti.

Dažnai žmonių istorijose apie karjerą yra integruoti atpažįstami kultūriniai ir socialiniai elementai. Pavyzdžiui, Osland (1999, apud Inkson, 2002) studijuodamas kelių ekspatriantų pasakojimus apie karjerą, istorijose pastebėjo bendrų elementų, sutelktų į heroizmo, drąsos ir individualių kelionių idėjas.

Pasakojimo metafora labai gerai reprezentuojama žiniasklaidoje. Čia dažnai susiduriama su karjeros istorijomis, kurios pavirsta modeliais, o individai tampa produktais arba kompanijos prekės ženklais. Vartojant metaforą pagrindinė problema – atrasti ribą tarp realybės ir fikcijos.

Pasitaiko, kad konsultuojant šalia šių metaforų kategorijų atrandame kitų metaforų, paremtų individualiomis ir kultūrinėmis konsultuojamų žmonių patirtimis (Amundson, 2005a). Toliau pateikiami keli pavyzdžiai.

Metafora	Reikšmė
Anomalija	Nukrypimas arba nušalinimas nuo įprasto veikimo būdo
Nuotykis	Rizikinga iniciatyva su neaiškiais rezultatais
Meistriškumas	Kūrybiškas gebėjimų naudojimas siekiant rezultato
Kaleidoskopas	Kintamas pobūdis
Pašaukimas	Vidinis poreikis, stipri trauka prie veiklos ar aplinkos
Paroda	Būdas parodyti talentus
Vadyba	Naujų organizacijų ir struktūrų kūrimas
Dėlionė	Paveikslo, kurį reikia sudėlioti, detalės
Laiptai	Kilimo priemonė
Zenitas	Aukščiausias taškas; didžiausios galios, klestėjimo ir džiaugsmo laikas ar vieta

Konsultantas ir klientas gali laikytis skirtingų, kartkartėmis kontrastuojančių metaforų arba gali struktūruoti savęs ir pasaulio koncepcijas remdamiesi keliomis metaforomis. Konsultuojant jos gali būti lengvinantys veiksniai arba kliūtys.

Metaforų vartojimas konsultuojant suponuoja:

Metaforos / pagrindinių metaforų identifikavimą ir karjeros nagrinėjimą iš šios perspektyvos

Karjeros metaforos išreiškia ir kliento suvokiamus lūkesčius, ir frustracijas. Šių elementų nagrinėjimas įgyja svarbą karjeros tyrinėjimo procese. Metaforos – ne tik išraiškos forma, bet ir mąstymo struktūravimo būdas. Jomis realybė apibūdinama

pažįstamais terminais, taip sudarant galimybes pažvelgti į įvykius iš perspektyvos.

Todėl karjeros tyrinėjimo procesas yra skirtas kliento metaforai plėtoti. Kiekviena kliento sudaryta metafora klausimais gali būti išplėsta siekiant išsiaiškinti įvairių metaforos komponentų reikšmę. Pavyzdžiui, asmeniui konceptualizavus karjerą kaip kopimą į kalną, svarbu suvokti dabartinę jo poziciją, pradžios tašką ir tikslą, bendrakeleivius, bagažą, praėjusius ar dar laukiančius sunkumus ir kt. Šiais klausimais siekiama ištirti metaforos įvaizdį ir praplėsti jį kitais aspektais, kurie gali būti išreikšti metaforiškai. Pavyzdžiui, pirmiau pristatytame pavyzdyje gali būti nagrinėjamas ir motyvacinis aspektas (kas paskatino asmenį pasirinkti šį variantą), ir asmeninis pasitenkinimas, gaunamas pabaigus

kopti. Be to, gali būti nagrinėjamos susijusios metaforos, pavyzdžiui, karjera kaip vaidmuo, kaip santykis.

Susitelkdami į metaforą klientai suteikia konkrečią formą problemų sprendimo procesui, ir tokiu būdu aktyviau dalyvauja randant sprendimus.

Požiūrio lankstumo skatinimą vartojant naujas karjeros metaforas

Metaforos išreiškia konkrečią karjeros, kuri gali sudominti, viziją, bet jos supaprastina vizijos kompleksiskumą ir apriboja tyrinėjimo procesą. Todėl, pradėdami nuo daugialypės metaforos metodo (Morgan, 1986), autoriai siūlo vartoti kelias karjeros metaforas. Tad konsultavimo procese gaunama kompleksiškesnė ir realesnė karjeros perspektyva. Kuo lankstesnė mūsų vizija, tuo daugiau karjeros metaforų turėsime, ir jos atvers daugialypių pasirinkimo galimybių (Amundson, 1997). Vartojant daugialypes metaforas gautos perspektyvos gali būti traktuojamos kaip papildomi karjeros aspektai, jos gali būti integruotos į tos pačios karjeros kompleksinį ir realesnį vaizdinį.

Daugialypių metaforų sukūrimas yra antrojo lygmens strategija (einanti po pirminės metaforos ištyrimo), kai iš kliento reikalaujama apsvarstyti savo karjeros konceptualizavimo būdą iš kitos perspektyvos (pvz., iš kitų žmonių pozicijos – tai leidžia iširti klientų santykį su kitais).

Konsultantai gali arba pasiūlyti metaforų sąrašą, iš kurio klientai išsirinks jiems tinkamą metaforą, arba gali paprašyti klientų pasiūlyti kitokias metaforas.

Tikslinės grupės

Paaugliai

Mūsų vartojamas metaforas galima išreikšti ne tik žodžiais, bet ir vaizdais. Žodžiais išreiškiamos mūsų sampratos ne visada leidžia apčiuopti daug realaus laiko detalių. Alternatyvūs tyrinėjimo modalumai:

- a. piešimas (Amundson, 1998). Piešdami išreiškiame ir sunkiai įvardijamus elementus, pavyzdžiui, emocinį metaforos komponentą, ir santykį tarp metaforos elementų;
- b. fotografija (Mignot, 2000, 2004). Manoma, kad svarbi priemonė identifikuojant konsultuojamų asmenų vartojamas metaforas yra reikšmingų gyvenimo elementų nufotografavimas.

Konsultuojant paauglius ar savarankišką gyvenimą pradedančius žmones, vienas svarbiausių etapų – išsiaiškinti jų vertybes, principus ir lūkesčius karjeros atžvilgiu. Šių dalykų išreiškimas žodžiais tam tikrais atvejais skatina vartoti nelanksčius ir stereotipines metaforas. Visuomenėje yra daug geidžiamų vertybių, kurias paaugliai pirmiausia ir įvardija, tačiau jos dažnai yra tikrai teiginiai.

Siekiant geriau išnagrinėti asmens vertybes ir lūkesčius, gali būti naudojami ir vaizdai. Kieno nors kito ar pačių asmenų darytos nuotraukos yra metaforinė iš tikrųjų reikšmingų elementų reprezentacija. Konsultuojant metaforų nagrinėjimas turi du privalumus: pirmiausia, kelios nuotraukos suteikia išsamų kliento vertybių sistemos vaizdą; antra, per ilgesnį laikotarpį periodiškai darytos nuotraukos rodo, kaip keičiasi kliento reprezentacijos, ir yra konsultavimo proceso monitoringo metodas. Tęstinis metaforų monitoringas naudojant nuotraukas tinka vidurinių mokyklų mokinių profesinio orientavimo programoms.

Taigi metaforos kaip profesinio orientavimo priemonės neapsiriboja vienu proceso etapu ir nėra vartojamos tik atvejui konceptualizuoti ar konsultavimo planui parengti, bet gali būti kūrybiškai vartojamos visuose etapuose.

Suaugusieji

Suaugusieji retkarčiais savo karjerą suvokia kaip paveikslą: ją aprašo, pasakoja ir analizuoja, stengdamiesi suteikti prasmę praeities įvykiams, dabarties sprendimams ir ateities planams. Kiekvienas asmuo turi savo „akinius“, pro kuriuos žvelgia į karjerą. „Akiniai“ alternatyvų prasme gali apriboti gebėjimą matyti karjerą, arba, priešingai, gali pasiūlyti įvairių jos perspektyvų.

Naujo darbo ieškantys suaugusieji konsultuotis dažnai ateina su užblokuota

vaizduote, siaura perspektyva (Amundson, 2005b). Tą rodo sutrikimas, menkas pasitikėjimas savimi, bejėgiškumo jausmas kalbant apie naujas karjeros plėtotės galimybes. Tokiu atveju konsultanto užduotis – praplėsti perspektyvas ir atskleisti naujas galimybes. Vartojant metaforas į kūrybišką veiklą, tiriant naujas karjeros plėtojimo perspektyvas, gali būti įtraukiamos abi pusės. Metaforos gali paskatinti klientus mąstyti kūrybiškai, ir tai sukuria naujų nuostatų ir perspektyvų jų karjeros atžvilgiu.

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

Kūrybiško požiūrio į karjerą skatinimas vartojant metaforą

Metaforos, vartojamos profesinio orientavimo srityje, leidžia kūrybiškai pažvelgti į karjeros formavimą. Įvertinant metaforos kūrimo procesą gali būti ištirta daug karjeros aspektų, tai leidžia sudaryti kompleksinę ir galutinę perspektyvą. Metaforų kūrimą galima palengvinti ar stimuliuoti įvairiais pratimais.

Fiksuotas vaizdinys

Šiame pratime iš klientų reikalaujama detaliai aprašyti savo karjeros metaforą. Identifikavus tam tikrą metaforą, konsultuojamieji skatinami rasti konkrečių pavyzdžių, kaip ši metafora atsispindi realiaame gyvenime. Pavyzdžiui, identifikuojant

laiptų metaforą, konsultantas gali tyrinėti būdą, kuriuo ši metafora veikia lūkesčius ir įsitikinimus. Klientai gali vartoti tokias formuluotes, kaip „savo karjeroje aš turiu kopti laiptelis po laiptelio“. Tai gali reikšti, kad jie yra visiškai neatviri toms profesinėms galimybėms, kurios pagal tokią logiką neatitinka laiptelio į viršų. Kasdienis elgesys taip gali būti pavyzdžiu, kaip metaforos veikia kliento mąstymą: įvaizdis, nusakantis progresavimą mažais žingsniais („kopti laiptais lėtai, kad nenukrisčiau“), gali reikšti nepakankamą aktyvumą. Žmonės vengia išsiveržti į priekį, kad nepatirtų nesėkmės.

Tokia tvarka analizuojant kliento pateiktą fiksuotą vaizdinį, galima nustatyti neracionalius asmeninius įsitikinimus, mitus ir kliento regimas kliūtis. Pavyzdžiui, tyrinėjant metaforą iš fiksuoto vaizdinio perspektyvos svarbi sudedamoji dalis yra santykiai su kitais žmonėmis. Taigi jei asmuo mano, kad ant to paties „profesijos laiptų“ laiptelio išsitenka ne daugiau kaip vienas asmuo, jis neturės drąsos bandyti siekti kolegos užimamų pareigų. Naudojant tokio pobūdžio pratimą galima pakeisti sampratą ir lūkesčius, pareikalaujant lanksčiau mąstyti ir elgtis. Pavyzdžiui, pradėdami nuo „laiptų“ metaforos nagrinėjimo, galime išsiaiškinti, kad „laiptai“ kliento mąstyme yra mediniai, paklibę ir siauri. Nekeisdami pačios metaforos, galime pakeisti *laiptus* tvirtais, patogiais, plačiais, ant to paties laiptelio talpinančiais kelis žmones, su turėklais ir pan.

Dinamika

Šis pratimas sudaro galimybių išsamiai nagrinėti metaforas, naudojant jose integruotas dimensijas. Galime tirti trijų dimensijų vaizdų ilgį, plotį ir aukštį, o metaforų galime tirti tokias dimensijas: tęstinumą, santykius, emocijas, ateities perspektyvas, optimizmą, atsakomybę, kultūrinę ir socialinę įtaką, pasitikėjimą savimi ir kt. Pavyzdžiui, žvelgti į metaforą kontinuume reiškia tirti metaforą iš to lygmens, kuriame yra klientas dabartiniu gyvenimo momentu, palyginti įvairių momentų metaforas. Tokiu būdu klientai gali suvokti metaforos dinamiką ir būdą, kuriuo laikui bėgant ji įgyja naują reikšmę.

Kitų perspektyva

Tai pratimas, dažnai naudojamas daugelyje konsultavimo ar terapijos formų. Konsultantai prašo klientus apibūdinti vaizdą ar emociją „kitų akimis“. Tai būdas pradėti suvokti savo subjektyvumą duotosiose situacijose ir suprasti, kad kiti žmonės savo egzistencijos funkciją brėžia iš „kitos realybės“. Šis pratimas padeda klientams identifikuoti naujus požiūrio į tą pačią metaforą taškus, įvairias prasmes, kurias metafora įgyja kiekvienoje naujoje perspektyvoje. Atlikdami šį pratimą konsultantai gali nurodyti klientui kryptį, užduodami tokius klausimus:

Kaip manote, ar kiti asmenys savo karjerai apibūdinti galėtų vartoti tą pačią metaforą?

Kaip manote, kokioje situacijoje kitas asmuo galėtų vartoti tą pačią metaforą?

Ar manote, kad X Jūsų metaforai suteiktų tokią pat reikšmę?

Kokių panašumų ir skirtumų galite įžvelgti?

Ką manote apie Jūsų draugo (-ės) požiūrį?

Skirtumų ir panašumų atradimas įvairiuose požiūriuose į tą pačią temą leidžia kūrybiškai apsvarstyti situaciją ir įvertinti jos aspektus, išvengiant rizikos metaforas analizuoti linijiniu būdu.

Laiko linija

Laiko linijos naudojimas asmeninės karjeros metaforoje reikalauja, kad konsultuojamieji apžvelgtų gyvenimą **retrospektyviai ir su perspektyva į ateitį**, nurodytų tinkamą metaforą kiekvienam laikotarpiui, į kurį jie sutelkia dėmesį. Klientų gali būti paprašyta prisiminti tam tikrus savo gyvenimo momentus ir su šiais etapais susieti karjeros metaforą arba daryti projekciją į ateitį ir parinkti tam momentui tinkamą metaforą.

Pratimas gali paskatinti atrasti naują arba išplėtoti jau turimą metaforą. Pavyzdžiui, „kopimo į kalną“ atveju projekcija į ateitį gali išskelti „metų laikų metaforą“, nes kalnas yra tik vienas kalnas visoje kalnų grandinėje, į kurią reikia įkopti.

Perspektyvos pakeitimas

Atlikdamas pratimą konsultuojamasis turi pažvelgti į dabartinę metaforą per kitą metaforą. Taigi kliento, vartojančio augimo ir vystymosi vaizdinį išreiškiančią metaforą, galima paklausti: „*Kaip Jūsų karjeros metafora atrodytų, jei tai būtų kelionė?*“. Pratimas tam tikru lygiu panašus į pratimą su kitų žmonių perspektyva. Skirtumas tas, kad jei tam tikrose situacijose klientas, įsivaizduodamas kito asmens perspektyvą, susiduria su sunkumais (arba pastebimas pasipriešinimas), galima pasiūlyti šį naują tikrovės interpretavimo būdą.

Grupės perspektyva

Žmonės savo karjerą su tam tikra metafora dažnai susieja manydami, kad tai vienintelis būdas dalykams konceptualizuoti, ir įsivaizduodami, kad visi kiti apie savo karjerą mano lygiai taip pat.

Pratimu siekiama, kad klientas suvoktų skirtingų požiūrių į tą patį fenomeną egzistavimą. Klientai prašomi pasiteirauti draugų ir pažįstamų, kaip jie mato savo karjerą ir kokiais terminais ar metaforomis jas apibūdintų.

Metodo įvertinimas

Privalumai:

Informacijos sintezė

Pagrindinis metaforos vartojimo profesinio orientavimo srityje privalumas yra galimybė susintetinti kompleksinį informacijos spektrą į palyginti paprastą įvaizdį. Metaforos leidžia žmonėms integruoti įvairių sričių elementus: emocinius, kognityvinius, elgesio ir kt., kurie tam tikrose situacijose egzistuoja atskirai arba kurių ryšys toli gražu nėra akivaizdus. Šio įvaizdžio paskirtis – ne tik apibūdinti „esamus dalykus“, bet ir paskatinti įžvalgas apie karjerą (Amundson, 1998).

Kiekvienas įsivaizdavimas turi pagrindinių ir antraplanių elementų. Konsultuojant restruktūravimą galima atlikti perkeliant akcentą nuo pagrindinių prie antraplanių elementų ir pakeičiant visų elementų svarbą.

Vaizdinių naudojimas

Metaforos padeda vizualizuoti situacijas. Paprasti ir pažįstami įvaizdžiai leidžia mums lengviau inicijuoti su karjera susijusius veiksmus. Konsultuojant pastangos daug dažniau nukreipiamos į žodinį įtikinimą. Nors keitimosi žodžiais svarba nediskutuotina, konsultavimas gali būti papildytas tokiomis veiklos rūšimis, kurioms naudojamos kitos priemonės žinioms ir informacijai pagrįsti.

Informacijos struktūravimas

Metaforos padeda struktūruoti ir organizuoti situaciją. Tuo atveju, kai pasireiškia sutrikimas ir trūksta aiškumo, metaforos padeda sutvarkyti elementus ir pasiekti darną. Realybės ir metaforos sąsaja yra dviguba. Nors mes paprastai vartojame metaforas, kad geriau suprastume realybę, nėra neįprasta „vaikščioti“ pirmyn atgal tarp realybės ir metaforos, vienai padedant kurti kitą.

Nerimo sumažinimas

Žmonės, kurie kreipiasi dėl profesinio konsultavimo, dažnai turi neaiškias naujų karjeros formavimo galimybių perspektyvas, yra sutrikę ir susirūpinę, jų pasitikėjimas savimi yra menkas ir jie jaučiasi bejėgiai.

Su pažįstamomis situacijomis siejamos metaforos leidžia sumažinti nerimą ir sustiprinti asmeninio veiksmingumo jausmą. Nežinomų dalykų pavertimas žinomais paskatina asmenį aktyviau kurti pasirinkimo galimybes sprendžiant situaciją.

Kūrybiškumo ugdyimas

Metaforos pabrėžia panašumą tarp veiksmo, objekto ir patirties, viena vertus, ir pažįstamo įvykio, kita vertus. Priklausomai nuo asmeninės patirties tas pats įvykis gali būti konceptualizuotas skirtingai. Skirtingi požiūriai į situaciją taip pat sukuria

skirtingas galimybių sampratas. Taigi situacijos matymas iš daugiau nei vienos perspektyvos atveria kelias problemas sprendimo alternatyvas. Daugialypės metaforos profesinio orientavimo srityje padidina kūrybiškumą duotojoje situacijoje ir nurodo įvairių situacijos sprendimo galimybių.

Trūkumai:

Klaidingos interpretacijos

Metaforos yra komunikacijos priemonės, padedančios konsultuojamajam nustatyti mainų su konsultantu lygį ir pobūdį. Nors metaforos praverčia tyrinėjant karjerą, jos kartais gali sudaryti klaidingas situacijos interpretacijas. Būtina išsiaiškinti metaforą ir ją detalizuoti, kad abiejų pusių kalba ir lūkesčiai būtų suvienodinti. Konsultanto vaidmuo – pastebėti tuos momentus, kai metaforos prasmės išsiskiria. Siekdamas ištaisyti tokias situacijas, konsultantas grįžta prie neaiškių elementų ir neteisingo supratimo, akcentuoja tam tikrus elementus klaidingos sampratos ir integravimo atveju.

Kūrybiško proceso užblokavimas

Metaforos yra mūsų kūrybiškumo ir vaizduotės išraiška, lankščiau vartojamos jos atveria galimybes, padėdamos suformuoti skirtingus požiūrius į įvykius. Karjeros susiejimas su vienintele metafora ar nelankstus metaforos vartojimas gali užblokuoti kūrybiškumą. Metaforose inte-

gruota asmens karjeros vizija, koncentravimasis tik į vieną metaforą gali apriboti vizijos kompleksiskumą. Todėl siūloma vartoti kelias metaforas, nes konsultavimo procesas atvers kompleksiškesnių ir realesnių asmens karjeros perspektyvų. Rezultatai, gauti vartojant daugialypes metaforas, gali būti traktuojami kaip papildomi karjeros aspektai arba gali būti integruojami į vieną sudėtinį karjeros vaizdinį.

Kontrolės trūkumas

Metaforos yra nepastovios struktūros. Jos nėra fiksuotos ir todėl nėra visiškai sukontroliuojamos. Metaforos kūrimo algoritmo nėra. Metaforos yra konsultanto priemonės. „Objektyvesnių“ metaforų vartojimas tuo pačiu metu gali suteikti realesnį dinamikos vaizdą konsultavimo procese.

Literatūra

Amundson, N. E. (1997). Myths, Metaphors and Moxie: The 3M's of Career Counseling. In: *Journal of Employment Counseling*, 34, p. 78–84.

Amundson, N. E. (1998). *Active engagement: Enhancing the career counseling process*. Richmond, British Columbia, Ergon Communications.

Amundson, N. E. (2002). *Coloring outside the lines: boundary issues for counselors*. In: *Journal of employment counseling practice*.

Amundson, N. E. (2005a). *Using Metaphors in Career Exploration and Development*. Workshop booklet.

Amundson, N. E. (2005b). *Active Engagement and the Influence of Constructivism*. Workshop booklet.

Arthur, M. B.; Inkson K.; Pringle, J. K. (1999). *The new careers: Individual action and economic change*. London, Sage Publications.

Arthur, M. B.; Rousseau, D. M. (1996) (eds). *The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era*. Oxford, Oxford University Press.

Collin, A.; Young, R. A. (1986). *New directions for theories of career*. In: *Human Relations*, 9, p. 837–853.

El-Sawad, A. (2003). „Becoming a „Lifer“? unlocking Career through Metaphor“. In: *Business School Research Series*. Loughborough University. Loughborough.

Gattiker, U.; Larwood, L. (1986). Subjective career success: A study of managers and support personnel. In: *Journal of Business and Psychology*, 1, p. 78–94.

Gottfredson, L. C. (1996). *Gottfredson's theory of circumscription and compromise*. In: D. Brown; L. Brooks (Eds.). *career choice and development* (3rd edition, p. 179–232). San Francisco: Jossey-Bass.

Herriot, P.; Pemberton, C. (1996). Contracting careers. In: *Human Relations*, 49(6), p. 757–791.

Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Inkson, K. (2004). Images of career: Nine key metaphors. In: *Journal of Vocational Behavior*, 65, p. 96–111.

Inkson, K. Amundson, N. E. (2002). Career metaphors and their application in theory and counseling practice. In: *Journal of Employment Counseling*, 39, p. 98–109.

Krumboltz, J. D. (1993). Integrating career and personal counseling. In: *The Career Development Quarterly*, 42(2), p. 143–148.

Levinson, D. J. (1997). The mid-life transition: A period in adult psychosocial development. In: *Psychiatry*, 40, p. 99–112.

Mignot, Ph. (2000). Metaphor: a paradigm for practice-based research into career. In: *British Journal of Guidance and Counseling*, 28 (4), p. 515–531.

Mignot, Ph. (2004). Metaphor and „career“. In: *Journal of Vocational behavior*, 64, p. 45–469.

Morgan, G. (1986). *Images of organization*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.

Parsons, F. (1909). *Choosing a vocation*. Boston: Houghton Mifflin.

Peavy, R. V. (1997). *A constructive framework for career counseling*. In: T. L. Sexton; B. L. Griffen (Eds.). *Constructivist thinking in counseling practice, research, and training*. New York: Teachers College Press.

Savickas, M. L. (2000). *Renovating the psychology of careers for the twenty-first century*. In: A. Collin; R. A. Young (Eds.). *The future of career*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University press.

Savickas, M. L. (2001). The next decade in vocational psychology. Mission and objectives. In: *Journal of Vocational Behavior*, 59, p. 284–290.

Savickas, M. L. (2002). *Career construction: A developmental theory of vocatio-*

nal behavior. In: D. Brown and Associates (Eds.). *career choice and development*. San Francisco: Jossey-Bass.

Schein, E. H. (1978). *Career dynamics: Matching individual and organizational needs*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Super, D. E. (1990). *A life-span, life-space approach to career development*. In: D. Brown; L. Brooks (Eds.). *career choice and development: Applying contemporary theories to practice*. San Francisco: Jossey-Bass.

Townsend, P. (1993). Managing the older worker – don't just rinse away the gray. In: *Academy of Management Executive*, 7 (3).

Scenarijus

Luminita TASICA, Edukologijos institutas, Bukareštas

Istorija

Scenarijaus kilmė siekia antikinius laikus. Drama laikoma visų vėliau sukurtų scenarijų rūšių (strateginių, prognostinių, socioekonominių, vadybos, edukacinių, modeliavimo, terapinių ir kt.) motina, siejama su scenos meno, ypač ankstyvojo teatro, pradžia. Scenarijaus technika – nuo rašytinių žinių apie priešistorinių populiacijų ceremonijas iki dabartinio scenarijų rašymo – buvo plėtojama ir išsaugoma teatrui tobulėjant kartu su visuomenės raidos etapais: antikinis teatras, viduramžių teatras, Renesanso teatras, klasikinis, modernus, realistinis / siurrealistinis teatras. Bet tik XX a. pradžioje, atsiradus kinui, scenarijus iš tikrųjų tampa būtina pasirodymo meno dalimi, nes tuomet nebelieka jokios galimybės traktuoti scenarijaus rašymą kaip nors kitaip nei meno rūšį, lygiai kaip ir kitus kino kūrimo elementus: režisūrą, vaidybą, muzikos kūrimą, garsą, scenografiją ir kt.

Technologijų raida lėmė, kad per pastarąjį šimtmetį kino menas pamažu virto industrija, o scenarijaus rašymas tapo nepriklausoma sritimi. Šiandien vieningai pripažįstama, kad scenarijui sukurti reikia ne tik talento, bet ir rimtų mokymų. Dažniausiai scenarijaus vertė kartu su režisūra ir vaidyba lemia filmo sėkmę.

Scenarijaus technikos įtaka išplito į kitas sritis, kurios sėkmingai jį adaptavo: kultūrą (muzika, tapyba, literatūra, žurnalistika, radijas, viešieji ryšiai, televizija ir kt.), mediciną (psichoterapija) ir švietimą.

Karo mene ši technika naudojama specialioms taktiniams ir strateginiams scenarijams parengti. Karų istorijoje išlieka sėkmingi mūšio scenarijų modeliai, tapę žinomais dar antikiniame pasaulyje: Gavgamelos mūšis (334 m. pr. Kr.), kuriame Aleksandras Didysis su dešimt kartų mažesne kariuomene nugalėjo Darijų III, Maratono (490 m. pr. Kr.) ir Termopilų (480 m. pr. Kr.) mūšiai, o rumunų istorijoje turime Vaslui (1475), Calugareni (1595) mūšius, kuriuos laimėjo daug didesnės kariuomenės, bet kovojusios pagal naujus strateginius ir taktinius scenarijus, parengtus genialių vadų.

Kita scenarijų kategorija, kurią perėmė ir pritaikė švietimas ir karjeros vadyba, yra prognostiniai scenarijai, naudojami socioekonominėms ir finansinėms prognozėms, geopolitikos, demografijos ir meteorologijos srityse.

Nors prognostiniai scenarijai buvo nuolatini žmonijos diskusijų objektas dar nuo antikinių laikų (nepamirškime, kad

žymusis Delfų orakulas prašė pateikti „scenarijus“ svarbiems įvykiams, pavyzdžiui, karams ir kelionėms), mokslininkų dėmesį jie patraukė 4-ajame dešimtmetyje, kai tapo futurologijos – mokslo apie ateitį (pirmą kartą paminėto Flechtheim, 1943) objektu.

„Mūsų amžiuje visuomenę sudarančių procesų ir ekonominių, socialinių bei karinių santykių globalizacijos tarpusavio priklausomybę paskatino atskiro tyrimų lauko – futurologijos – atsiradimą“ (*Dictionary of Sociology*, 1993).

Nuo XX a. 7-ojo dešimtmečio, kai atsirado *karjerologija*, kaip „žmogiškojo potencialo vystymo visos karjeros metu mokslas“, strateginius ir prognostinius scenarijus imtasi aktyviai tirti bei taikyti ir profesiniam konsultavimui.

Teorinės ištakos

Žvelgiant etimologiškai, žodis *scenarijus* ir visa jo leksinė šeima turi lotynišką **sceana** šaknį, kurios reikšmė kinta priklausomai nuo konteksto funkcijos: scena, teatras, pasirodymas, pompa, intriga, retorikos mokykla. Tai atveria tiek pat sampratos galimybių (*Romanian Explanatory Dictionary DEX*, 1975; <http://dexonline.ro>).

Apibendrintai *scenarijus* (rumuniškai *scenariu*, prancūziškai *scenariu*, itališkai *scenario*) yra koncepcija, reprezentuojanti:

- glaustą pjesės, filmo, veiksmo ir pan. tekstą, kuriame paprastai pateikiami techniniai nurodymai režisūrai ir pastatymui. Scenarijai patenkina skaitytojų poreikius. Radijo scenarijai dažnai yra literatūrinių tekstų adaptacijos (ypač teatro pjesių forma), parengtos pagal radijo transliacijoms keliamus reikalavimus (Gutanu, 1999);
- scenoje vykstantį veiksmą, procesą arba įvykius;
- procesą, besirutuliojantį pagal iš anksto parengtą planą. Vėliau jis įgyja perkeltinę prasmę (<http://dexonline.ro>).

Iš žodžio *scenarijus* galima išvesti veiksmažodį, kuris reiškia perkelti tekstą, vyksmą ar įvykį į scenarijų (*Romanian Explanatory Dictionary*, 1988). Be to, rumunų kalboje buvo sukurtas daiktavardis, siekiant apibūdinti priverstinio pobūdžio tendenciją kurti *post-factum* mentalinius scenarijus bet kokiems socialinę reikšmę turintiems įvykiams.

Todėl dramos mene scenarijai apima ir rašytinę to, kas vyksta scenoje, bazę, ir patį vyksmą kaip procesą. Reikšmės buvo perkeltos į keletą sričių, bendrinėje kalboje „scenarijui“ šiandien apimant tiek rašytinę dalį, tiek vyksmo „filmą“ jo demonstravimo metu.

Konsultavimas šias reikšmes perėmė iš švietimo, naudojant scenarijus dramai,

vaidmenims atlikti, simuliacijai, debatams ir išaiškinimui dalyvaujant oponentui.

Ilgainiui sąvoka buvo papildyta pritaikant tradicinį dramos scenarijų specifinėms kitų sričių aplinkybėms. Turime omenyje karinę strategiją, kuri suteikia (strateginiam) scenarijui erdvės ir laiko perspektyvą, gylį, naudoja planavimą ir numatymą. Kariniame mene ir strateginėje vadyboje scenarijai išeina už įprasto teksto prasmės ribų, tampa euristiniu strateginio planavimo ir intuityvios prognozės metodu, kuriame „naudojami vadovų gebėjimai formuluoti plačias ir kompleksines vizijas, remiantis plačiomis informacinėmis žiniomis, susijusiomis su prognozės objektą sudarančiais fenomenais, procesais, veiksmu ar veikla“ (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/habian/a31.pdf).

Marketingo srityje, kurios tikslas – išlaikyti konkurencingumą, scenarijui suteikiamas aukštesnis statusas, kuris apibūdinamas kaip „sistemiškas tyrimas, kuriuo siekiama nustatyti galimą rinkos raidą, procesus, kurie gali daryti įtaką dominuojančiai pramonės šakai ar būdingiems rinkos aspektams; scenarijų sukūrimas leidžia kompanijai adaptuoti strategiją taip, kad didelių rinkos pokyčių sukeltos rizikos būtų minimalios“ (Lorenzo, 1993).

Socialinė prognozė ir vadyba yra naujausios sritys, pritaikiusios scenarijaus metodą ir įtraukusios jį į savo dabartinę metodologinę sistemą. Scenarijai kaip

prognozės priemonės analizuoja „kompleksinės sistemos raidą, pradedant nuo dabartinių sistemos tendencijų ir sąlygų, nuo išorinės aplinkos veiksmy jos atžvilgiu visumos“ (*Dictionary of sociology*, 1993).

Kaip vadybinė veikla scenarijai reiškia išsamų hipotetinės situacijos aprašymą ieškant sprendimų strategijos (Joita, 2000).

Rengiant svarbiausias strategijas ir prognozes (socialines, geopolitines, ekonomines), karybos meno ir (strateginės) vadybos srityse sistemiškai ir tuo pačiu metu naudojamas visas metodų derinys (ekstrapoliacija, euristika, tinkamumo medis, ekspertų kūrybiškumo stimuliavimas), kuriame scenarijai yra nepakeičiama priemonė. Žvelgiant iš šios perspektyvos, pabrėžiami mokslinis, ateities, euristinis ir kūrybinis scenarijaus aspektai.

Terminologinė ir semantinė analizė leido mums padaryti išvadą, kad scenarijus:

- yra sudėtinė sąvoka, nusakanti daugia- valentę, daugiafunkčę, lanksčią veiklą, susijusią su specifine sritimi (menine, moksline ar teorine bei praktine);
- vystėsi kartu su didžiųjų istorijos laikotarpių raida ir šiandien gali būti klasifikuojamas remiantis laiko kriterijais (skersinis, tęstinis ar praeities, dabarties, ateities), verte (kiekybinė, kokybinė), tematika (meninis, karinis, politinis,

demografinis, edukacinis, kultūrinis, meteorologinis ir kt.);

- priklausomai nuo to, kur taikomas, įvardijamas kaip metodas, technika, instrumentas, studija, „ginklas“, strategija, veikla, tekstas, procesas, planas (sąmoningas ar pasąmoninis), projektas, modeliavimas, problema, sprendimas ir kt.;
- užima didžiausią nei kada nors anksčiau erdvę daugelyje prognostinių mokslų ir tapo privaloma futurologijos dalimi;
- edukaciniame procese (kaip didaktinis scenarijus) neabejotinai tapo „strateginiu“ žmogiškųjų išteklių orientavimo elementu;
- profesinio orientavimo srityje jis gali būti naudojamas įvairiais būdais, kūrybiškai pritaikant visas jo formas.

Metodo pristatymas

Klientai prašo konsultacijų dėl įvairiausių gyvenimo problemų ir tikisi surasti patikimų savo problemų sprendimų.

Todėl specialistai privalo „perkurti“ klientams konkrečias jų situacijas – dalis po dalies, scena po scenos – kad padėtų jiems atlikti savo vaidmenį ir atrasti situacijos sprendimų alternatyvų. Tai yra modeliavimo tikslas kiekvienoje, ne tik konsultavimo, srityje. Nesvarbu, ar modeliuojama naudojant dramines priemones, žaidimus,

ar simuliacines priemones (techninės sistemos, kurios būna tikros ar elektroninės), jam reikalingas iš anksto parengtas scenarijus, dažniausiai rašytinis.

Modeliavimo scenarijai, atsižvelgiant į funkcinis ir struktūrinius jų principus, atkuria ar imituoja veiksmą, realų modelį mokymosi tikslais. Klientai kaip aktoriai pereina savo pačių vaidmens patirtį, nagrinėja variantus, naudodami dedukciją atranda sprendimus, užmezga santykius, priima sprendimus ir sprendžia konfliktus. Modeliavimo scenarijaus modelis būtų tinkamas profesiniam atitikimui, konkrečiai – išbandymui su teisės studentais.

Gyvenimo scenarijus yra pagrindinė transakcinės analizės koncepcija, apibrėžiama kaip „aiškinamoji asmenybės teorija ir psichoterapinė sistema, skirta asmeniniam augimui ir pokyčiams“ (www.mindmaster.ro/AnalizaTranzactionala/tabid/70/Dafault.aspx).

„Gyvenimo scenarijaus“ apibrėžimas: „*Nesąmoningas gyvenimo planas, atsirandantis vaikystėje, sustiprintas tėvų, patvirtinamas vėlesnių įvykių ir kulminuojantis destruktivių modelių visam likusiam suaugusiojo gyvenimui*“ (Nuta, 2000).

Tai atvejai, kai klientai (ypač mokiniai) patiria jų amžiui būdingų konfliktų, turinčių didelį emocinį poveikį ir neigiamų pasekmių mokymosi rezultatams. Mokyklose, kuriose yra specialistų komanda

(gydytojai, psichologai ir (arba) psichoterapeutai), terapijai paprastai pasirenkama psychodrama, sociodrama, kai naudojamas katarsis. Kadangi tai tiesiogiai susiję su psichologiniu konsultavimu šioje amžiaus grupėje, tikslinga apsvarstyti „gyvenimo scenarijaus suardymą priešnuodžiu“ (*idem*), naudojant psichoterapinę pagalbą ar intervenciją.

Situaciją suprantantis psichoterapeutas šį „gyvenimo scenarijaus“ aspektą privalo „sunaikinti, suardyti“ ir pakeisti ku nors, kas praverstų tolesniems kliento, kuris naudosis pakeistą gyvenimo scenarijų (tikėtina konstruktyvesni), veiksams.

Strateginiais scenarijais siekiama panaikinti atsitiktinumus. Jie yra pagrįsti:

- ankstesne lyderiavimo patirtimi, įgyta per praeityje „išmoktas pamokas“ ir ilgą vadovavimo praktiką;
- veiksnių, turinčių reikšmingą poveikį būsimiems veiksams, apibrėžimu;
- objektyviais įstatymais, principais, taisyklėmis, metodais ir procedūromis, normatyvinėmis sistemomis, kuriais paremti veiksmai ateityje gali įvairiai išsirutulioti;
- moksliniais metodais, skirtais įvairioms rengiamoms ir plėtojamoms hipotezėms ir alternatyvoms pagrįsti bei patikrinti.

Paaugliai ir jaunuoliai, atsidūrę karjeros kryžkelėje (mokymosi laikotarpio pabai-

goje arba ieškodami darbo), dažnai susiduria su sunkumais priimdami sprendimą. Tokiose situacijose būtina išanalizuoti aplinką (SSGG (SWOT)) ir parengti šių tipų **strateginį arba prognostinį scenarijus**: S-O (stiprybių ir galimybių), W-O (silpnybių ir galimybių), S-T (stiprybių ir grėsmių), W-T (silpnybių ir grėsmių) (žr. straipsnį **SSGG (SWOT) analizė**).

Šios rūšies scenarijai yra inspiruoti karybos srities ir laikomi kokybiniais metodais, taikomais „prognozėms šiose situacijose:

- statistinių duomenų apie tam tikrus fenomenus ar procesus trūkumas;
- nepakankamas saugumas kalbant apie ankstesnių duomenų (tais atvejais, kai jie turimi) validumą;
- netikrumas, susijęs su tendencijų, kurias lėmė ankstesni statistiniai duomenys, perkėlimu į ateitį“ (Joita, 2000).

Prognozė kaip ateities formavimo būdas ir kaip pranašavimo priemonė yra iš prigimties intuityvi ir euristinė.

Kalbant apie praktinį aspektą, kuris taikomas ir scenarijaus metodui, euristika yra:

- grupė metodų ir taisyklių, kuriais žmogiškasis subjektas (mūsų anksčiau minėtame pavyzdyje – planavimo analitikas ir sprendimo priėmėjas) nukreipiamas link geriausiai su duotąja situacija suderinto sprendimo ir eko-

nomiškiausio sprendimo, padedančio pasiekti tikslus;

- būdas spręsti sudėtingas problemas išvengiant per didelio supaprastinimo (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/stanciutele/a2.pdf).

Žvelgiant iš laiko perspektyvos, scenarijai gali būti **tęstiniai** arba **skersiniai**.

Tęstiniuose scenarijuose aprašomas fenomeno vystymasis nuo dabartinio momento orientuojantis į ateitį. Jais bandoma pagauti dinamišką galimos veiksmo eigos, jo raidos, galimybių išsidėstymo ir lūkesčių vaizdą (filmą). Struktūra yra panaši į medį su galimomis alternatyvomis, padedančiomis išspręsti situaciją.

Skersiniuose scenarijuose fiksuojama, kaip realybė atrodo tam tikru momentu (pvz., atliekant skersinę situacijos, bendros tam tikroms gyventojų kategorijoms, analizę; atliekant analizę fenomenų ar procesų vystymosi etapų pabaigoje). Jie erdvinių struktūrų forma suteikia statišką fenomeno ar proceso vaizdą (fotografiją) svarbiausiu jo raidos etapu.

Scenarijaus kūrimo etapai

Scenarijus rengiamas pagal standartinius etapus. Kiekvieną etapą sudaro įvairūs žingsniai, priklausomai nuo scenarijaus tipo ir sudėtingumo.

Pirmasis etapas: sistemos morfologijos

išdėstymas (sužinant išorinės aplinkos apribojimus ir įtakas). Bet koks scenarijus pradedamas nuo sistemos dabartinės būklės (t_0), ir nustatomas analizės laiko intervalas (t_n). Šiuo laikotarpiu įvyksiai transformacijai ištirti galima rinktis kelis scenarijų tipus (normatyvinį, tiriamąjį, paremtą tendencijomis, kontrastinį ir kt.). Be to, įprasta išsakyti, kokia pageidaujama dabartinė sistemos būklė, taip įgyjant vertės matą raidai iki t_n apibūdinti.

Antrasis etapas: apibrėžiami endogeniniai ir egzogeniniai kintamieji, kurie daro įtaką analizuojamos sistemos dinamikai.

Trečiasis etapas: išplėtojamos analizuojamo modelio prielaidos remiantis hipoteze, kuria remiantis galima apibrėžti, kaip pasiekti būsimą sistemos padėtį naudojant vertinamuosius sprendimus, susijusius su pageidaujama būkle ir normatyviniais principais.

Ketvirtasis etapas: išplėtojamas sistemos raidos, laikui bėgant, modelis. Sudarant modelį gali atsirasti apribojimų, susijusių su formaliu ryšių tarp komponentų pagrįstumu, vengiant įvairių apytikrių reikšmių (fenomenologinių tendencijų ar ekstrapoliacijų) klaidų.

Penktasis etapas: tęsiama scenarijaus plėtojimo veikla remiantis anksčiau pasirinktu scenarijaus tipu ir laikantis pradžioje nustatyto laiko intervalo (*Dictionary of Sociology*, 1993).

Išvardyti etapai būdingi prognostiniams scenarijams. Tuo atveju, jei „kljuojame“ kelis scenarijų modelius, gauname detalesnį šabloną, kuris pasitvirtino kaip funkcionalus ir profesinio orientavimo srityje. Jį naudojant reikėtų:

1. Apibrėžti objektą (įvykį ar veiksmą), apie kurį bus rašoma.
2. Nustatyti trukmę ir tikslą.
3. Identifikuoti pagrindinius veikėjus.
4. Identifikuoti tendencijas ir sąveikaujančius veiksmus.
5. Išsiaiškinti sunkiai numatomus aspektus.
6. Atrinkti ir sugrupuoti oponuojančias jėgas ir veikėjus.
7. Identifikuoti tikėtinus aukščiausius rezultatus (pozityvius ir negatyvius).
8. Suprojektuoti galimus scenarijus.
9. Parašyti alternatyvius scenarijaus tekstus.
10. Įvertinti scenarijus.
11. Nustatyti papildomo tyrimo poreikius.
12. Identifikuoti kiekybinio apskaičiavimo ir atrankos technikas tam scenarijui, kuris pasirinktas iš kelių galimų variantų.

Scenarijaus struktūra ir turinys

I veiksmas

- Pradinė padėtis ir pasirengimas.
- Tema ir spręstina problema.
- Palankios progos atsiradimas.
- Didžiausias iššūkis ar planų pakeitimas.

II veiksmas

- Eiga.
- Simbolinė veiksmo vieta.
- Kryžkelės.
- Apsvarstymas.
- Sprendimas.
- Komplikacijos.
- Atsisakymas – nauja galimybė.

III veiksmas

- Galutinis bandymas.
- Kulminacijos taškas.
- Rezultatas.
- Pabaiga.

Tikslinės grupės

Scenarijai gali būti rengiami su bet kio amžiaus klientais. Siekiant, kad scenarijų formuojamasis poveikis duotų geriausią galimą rezultatą, scenarijus reikia parinkti atsižvelgiant į kiekvieno kliento amžių ir konkrečią situaciją: modeliavimo ir skersiniai scenarijai dažniau naudojami vidurinėse ir profesinėse mokyklose, o tęstiniai, strateginiai ir prognostiniai dėl jų kompleksškumo ir reikalaujamo sunkaus darbo yra skirti studijų laikotarpio pabaigai (vidurinė mokykla ir universitetas), darbo pradžios laikotarpiui ar specifinėms gyvenimo situacijoms (ypač kalbant apie suaugusiuosius).

Pratimai, atvejų analizė, pavyzdžiai

Kaip pavyzdį siūlome situaciją, su kuria dažnai susiduriama: interviu dėl darbo teisinių konsultacijų kompanijoje. Pavyzdyje sujungti modeliavimo, skersinio ir dramatinio scenarijų aspektai, su strategijos S-O (stiprybės – galimybės) elementais pabaigoje ir prognostiniais pasiūlymais.

Pokalbių klausimai ir atsakymai buvo atrinkti iš kelių tikrų interviu ir laikomi „ti-

piškais“ bei „idealiais“ kalbamajai pareigybei. Apgaulingi klausimai (1–3, 7–8, 9–10) skirti atitikčiai vienas kitam patikrinti (sąžiningumo tinklelis), o svarbiausi aspektai (lemiantys darbo vietos gavimą) yra atsakymai į 8, 11, 14, 16 ir 18 klausimus.

Nustatyta 41–61 minutės interviu trukmė yra ilgesnė nei būna iš tikrųjų (kai interviu trunka apie 30 minučių). Taip yra dėl didelio klausimų skaičiaus, iš kurių klausėjas pasirenka svarbiausius.

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
Pasirengimas	1	1. Kodėl norite keisti darbą?	
	1–2	<i>Teisinės konsultacijos yra ta veikla, kurios norėjau imtis baigęs universitetą. Nors atlyginimas buvo geras, išėjau iš ankstesnio darbo, nes neturėjau galimybės siekti paaukštino. Firma, kuriai dirbau, buvo nedidelė, neturėjau perspektyvų savęs tobulinti</i>	Punktualumas Nepriekaištinga apranga Kultūringas elgesys Etiketas
Suradimas ir aplinkybės	1	2. Kaip Jūs sužinojote apie mūsų ketinimą samdyti žmogų užimti šią pareigybę?	
	1-2	<i>Aš reguliariai lankausi Jūsų svetainėje, kur pateikiamos klientams skirtos naujienos ir dokumentai. Aš taip pat perskaičiau skelbimą...</i>	Profesionali motyvacija Susidomėjimas sritimi

PROFESINIO KONSULTAVIMO METODAI IR TECHNIKOS II

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
Pagrindinis klausimas	1	3. Kodėl norite pas mus dirbti?	
	1–2	<i>Aš pasirinkau Jūsų firmą, nes ji yra respektabiliausia kalbant apie Jūsų klientus ir atsižvelgiant į tai, kad, kaip matyti iš Jūsų skelbimo, Jūs samdote tik puikiai dirbančius teisės konsultantus.</i>	Išsamios žinios apie firmos ir firmos konkurentų veiklą
Tema	1	4. Kodėl pasirinkote šią profesiją?	
	1–2	<i>Ši sritis traukė mane nuo vaikystės. Man pravertė profesinė mano tėvų patirtis, nes teisinė profesija yra mūsų šeimos tradicija</i>	Sąžiningumas. Glaustas ir tiesus atsakymas
Palanki proga	1	5. Ar esate kada nors anksčiau užėmęs tokias pat ar panašias pareigas?	Patirtis srityje
	1–2	<i>Taip, kaip minėjau savo CV, anksčiau darbe 6 mėnesius dirbau teisės konsultanto padėjėju</i>	Būti susipažinus su darbo priemonėmis
Sprendimo pasirinkimas	1	6. Jei galėtumėte grįžti į praeitį, ar pasirinktumėte tą pačią profesiją? Kodėl?	Pastovumas
	1–2	<i>Žinoma, nes man labai patinka spręsti teisinius atvejus ir padėti klientams</i>	Argumentacija
Didžiausias iššūkis	1	7. Kokie Jūsų veiklos aspektai Jums labiausiai patinka?	
	1–2	<i>Lojalumas, sąžiningumas, profesinė deontologija ir – kodėl gi ne – asmeninių nuopelnų pripažinimas</i>	Tikslumas, organizuotumas, sąžiningumas

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
Didžiausias iššūkis	1	8. Kaip manote, kokios asmeninės savybės būtinos šiai veiklai?	
	1–2	<i>Organizuotumas, griežtas įstatymo laikymasis, įtikinimas. Pastebėjau, kad žmonės, kurie kreipiasi dėl teisi- nių patarimų, nori greitų ir išsamių atsakymų. Tai man palanku, nes aš esu dinamiškas ir skrupulingas asmuo</i>	Pasitikėjimas savimi Asmeninių savybių, reika- lingų profesijai, išvardi- nimas
Didžiausias iššūkis	1	9. Kaip manote, kokios yra Jūsų stiprybės?	
	1–2	<i>Aš galiu labai greitai mokytis, tai galiu nedelsdamas įrodyti ir, kaip matyti iš mano CV, universi- teto pažymiai bei projektai rodo mano teisinius gebėjimus</i>	Stiprybės, pristatomos interviu metu
Atvirkštinė situacija	1	10. Kokie yra sudėtingi Jūsų profe- sijos aspektai?	
	1–2	<i>Poreikis būti nuolat informuoja- mam, darbas su sunkiais klientais, emocinis stresas</i>	Realumas Vertinimas
Kryžkelės	1	11. Kokios, Jūsų nuomone, yra Jūsų silpnybės?	
	1–2	<i>Aš kartais pernelyg nekantrauju ką nors atlikti ir man nepatinka priklaus- yti nuo kitų. Bet jei dirbu profesiona- lų komandoje, „defektų“ nematyti</i>	Skaidrumas Tobulėjimo ir pagerinimo galimybės
Eiga Bendrasis tikslas	1	12. Kaip apibūdintumėte įprastą darbo dieną ankstesniame darbe?	

PROFESINIO KONSULTAVIMO METODAI IR TECHNIKOS II

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
	1–2	<i>Paprastai aš dirbau pagal 8 valandų grafiką su pietų pertrauka. Aš susitikinėdavau su klientais, bet daugiausia sudarinėdavau bylas aukštesnes pareigas užimantiems kolegoms</i>	Disciplinuotumas ir efektyvumas, įprastos darbo valandos
Simbolinė schema	1	13. Papasakokite prašom apie vieną iš savo pasiekimų.	
	1–2	<i>Pirmiausia aš susipažindavau su teisine baze, susijusia su problema, dėl kurios klientas norėdavo konsultuotis. Vieną argumentą sudarytų aukšti balai, gauti universitete iš mokomųjų dalykų, tiesiogiai susijusių su sritimi. Be to, šiais metais aš nusipirkau programinę įrangą, skirtą teisės srities naujovėms.</i>	Realizuoti dalykai gali būti patvirtinti. Jų išvardijimas per daug neakcentuojant rodo saugumą ir savo vertės žinojimą.
Lemiamas momentas, nėra kelio atgal	1	14. Ar Jums kada nors teko sudaryti bylas verslui pradėti?	
	1–2	<i>Taip, aš dažnai buvau prašomas parengti tokius dokumentus verslo veikloms</i>	Patirtis darbdavio firmos veiklos srityje
Svarbiausios kliūtys	1	15. Ar galite dirbti ištikus stresui?	
	1–2	Mano praktikuotas gebėjimas susikonzentruoti ir frustracijos toleravimas padėjo man įveikti stresą	Emocinė pusiausvyrą

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
Komplikacijos Didesni iššūkiai	1	16. Ką Jums reiškia pinigai?	
	1–2	<i>Atlyginimą už atliktą darbą ir adekvatų pragyvenimo lygį</i>	Aiškumas
Galutinis bandymas	1	17. Ką Jūs galite pasiūlyti mūsų firmai?	
	1–2	<i>Profesionalumą ir lojalumą.</i>	Patikimumas
Kulminacijos taškas	1	18. Ar Jūs norite nuolat tobulinti profesiją?	
	1–2	<i>Taip, aš stengiuosi domėtis teisės naujovėmis. Pradėjau dirbti su kai kuriais tarptautiniais įstatymais, nes dirbau su užsienio klientais, turinčiais verslą Rumunijoje.</i>	Galimybė Iniciatyva
Išvada	1	19. Kokie Jūsų lūkesčiai dėl ateities?	
	1–2	<i>Šiuo metu aš noriu daryti karjerą ir sukurti šeimą</i>	Noras siekti daugiau
Sprendimas	1	20. Ar norėtumėte sužinoti ką nors specialaus apie pareigybę, kurią norite užimti mūsų firmoje?	
	1–2	<i>Taip, aš norėčiau sužinoti, ar Jūs siūlote specializuotas mokymo programas savo darbuotojams. Mane domina specializacija tarptautiniuose aplinkosaugos įstatymuose</i>	Rimtumas Atsakomybė

Veiksmai/ Momentai	Laikas, min.	Interviu klausimai / Atsakymai	Rekomendacijos dėl taktikos / Pasiūlymai veiksmams proceso metu
Viltis dėl naujos pradžios	1	Mes turime tokius kursus. Džiaugiamės girdėdami Jūsų norus, nes praėjusiais metais turėjome nedaug kandidatų, nors ši sritis yra perspektyvi.	

Metodo įvertinimas

„Gera surežisuotas filmas su geru scenarijumi garantuoja sėkmę“ – tai kino pasaulio moto, kuris karinėje strategijoje galėtų būti transformuotas konstatuojant, kad „karas, kovojamas pagal kruopščių scenarijų, strategine prasme yra pusiau laimėtas“. Kaip strateginis mūsų planas scenarijus laikomas „slaptu nugalėtojo ginklu“ – Aleksandras Makedonietis, „*une vision de maréchal*“ – Napoleonas, arba „perlu aktorius karūnoje“ – Lawrence Olivier (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/stanciutele/index.html).

Iš tikrųjų, senesnių ir naujesnių strateginio meno priemonių sąrašė scenarijus su savo siekiu numatyti ateitį užima aukščiausią poziciją.

Dėl savo atliekamo vaidmens scenarijaus technika priklauso kompleksiniams metodams, kurie yra ypač reikšmingi stra-

tegijai ir prognozei. Kalbant apie scenarijaus taikymo procesą, prieš scenarijų reikia atlikti poreikių analizę (SSGG, PEST), o po scenarijaus – sceninę ir strateginę-veiklos manifestaciją (modeliavimą, dramą, vaidmenų atlikimą ir kt.).

Ryšys tarp šių trijų metodų kategorijų nepanaikinamas ir tarpusavyje susijęs. Priežasties ir pasekmės grandinė triadoje taip pat palaikoma atliekant jų įvertinimą, perduodant privalumus ir trūkumus iš vienos kitai.

Privalumai:

- užkerta kelią nesėkmei, sumažina riziką ir atsitiktinius ateities įvykius;
- suteikia bendrą įvykių vaizdą (žvilgsnis iš paukščio skrydžio) ir nukreipia kliento problemos sprendimo link;
- dėl profesinių vaidmenų praktikavimo priartina profesinę sėkmę;
- ugdo kūrybišką vaizduotę ir gebėjimą

analizuoti bei sintetinti;

- lavina euristinio ir strateginio mąstymo mechanizmus;
- ugdo intuiciją, sprendimų priėmimo, prognozavimo ir konfliktų sprendimo įgūdžius;
- lavina meninius gebėjimus, emocių pusiausvyrą ir asmeninį disciplinuoatumą;
- socializuoja, koreguoja elgesio sutrikimus ir emocijas įtampas;
- ugdo vadybinius gebėjimus, orientaciją erdvėje ir laike;
- padeda konsultantui realistiškai įvertinti kliento galimybes ar pažeidžiamas vietas.

Trūkumai:

- reikalauja ilgai trunkančio dokumentavimo ir detalaus pasirengimo;
- remiasi ankstesne konsultanto patirtimi ir vadybiniais gebėjimais;
- dėl savo prognostinės prigimties sustiprina stresą ir nesėkmės baime, ypač kalbant apie nervingus klientus;
- reikalauja specializuotos psichoterapinės pagalbos tais atvejais, kai vaidmenų atlikimas priverstinai išlaisvina neigiamus dalykus.

Literatūra

American Society of Training and Development. Quick response beats long-term planning (1990). In: *Training and Development Journal*, 44 (10), p. 9–10.

Cazacu, A. (2003) *Didactica filosofiei*. Bucuresti, Editura Fundatiei ROMANIA DE MAINE.

Covey, S. R. (1990). *Principle-centered leadership*. New York: Simon & Schuster.

Dictionar de sociologie (1993). L. Vlasceanu; C. Zamfir (coord.). Bucuresti, Editura Babel.

Dictioanrul Explicativ al Limbii Romane (1975). Bucuresti, Editura Academiei.

Dumitru, Al. I. (2000). *Dezvoltarea gandirii critice si invatarea eficienta*. Timisoara, Editura de Vest.

Jigau, M. (2001). *Consilierea carierei*. Bucuresti, Editura Sigma.

Joita, E. (2000). *Management educational*. Bucuresti, Editura Polirom.

Legendre, R. (1996). *Dictionnaire actuel de l'education (2e edition)*. Paris, ESKA & Guerin.

Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science*. New York: Harper & Row.

Linnell, Rosemary (1987). *Approaching Classroom Drama*. Victoria, Australia, Edward Arnold Editor.

Lorenzo, A. L. (1993). *Managing uncertainty: Thinking and planning strategical-*

ly. In: *New Directions for Community Colleges*, 84, p. 47–60.

Mohammadi, J. (1997). *Strategic planning process resource manual*. Hartford, Connecticut: Capital Community-Technical College.

Nuta, A. (2000). *Secrete si jocuri psihologie. Analiza tranzactionala*. Bucuresti, Editura SPER.

Pettigrew, A. M.; Whipp, R. (1991). *Managing change for competitive success*. Oxford: Blackwell.

The International Encyclopedia of Education. Vol. 8. (1991). T. Husen (chief editor). Oxford, Pergamon Press.

Watts, A. G.; Law, B.; Killen, J.; Kidd, Jennifer; Hawthorn, Ruth (1996). *Rethinking*

Careers Education and Guidance. London and NY: Routledge, Taylor and Francis Group.

<http://agonia.net/index.php/article/57314/>

http://en.wikipedia.org/wiki/Scenario_planning

<http://future.wikicities.com/wiki/Scenario>

www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management

www.mindmaster.ro/AnalizaTranzactionala/tabid/70/Default.aspx.

www.spsychology.net/index.php?option=com_content&task=view&id=55&Itemid=32

Asmeninis projektas

Michaela CHIRU, Edukologijos institutas, Bukareštas

Istorija

Projekto metodą kaip pedagoginę iniciatyvą, kuria siekiama panaikinti griežtas ribas tarp dėstomųjų dalykų (išskirstytos atskirais dalykais mokymo programos) ir priartinti mokinius prie realaus gyvenimo, 1918 m. pristatė W. E. Kilpatrick (1870–1965). Kilpatrick teorijos, akcentuojančios formuojamąjį projekto metodo pobūdį, ištakos aptinkamos Dewey darbuose ir XX a. pirmosios pusės progresyviojo švietimo filosofijoje. Pagrindinė idėja – „mes išmokstame tai, ką gyvename“ (Beineke, 1998), o galutinis tikslas – demokratija ir geras charakteris. Mokinių susidomėjimas mokymusi stimuliuojamas nustatant vertingus tikslus socialinėse situacijose, kurie skatina pasitikėjimą, iniciatyvą, bendradarbiavimą, kurių siekdami mokytojai privalo sukurti sąlygas kolegoms, tėvams ir visuomenei bendradarbiauti. Bet koks į tikslą nukreiptas veiksmas įvertinamas kaip „projektas“.

Yra teigiančių, kad Kilpatrick nebuvo pirmasis, atskleidęs metodą. Knoll (1997) sukaupė amerikietiškuosius šaltinius, kuriuose dar prieš dešimt metų pristatoma žemės ūkio eksperto Stimsono „namų projekto plano“ koncepcija. Vokiečiai mini 1900 m. Richards ir Dewey „menų ir amatų progra-

mas“. Paskutiniai tyrimai (*idem*) rodo, kad projekto ištakos siekia 16 a. pabaigos italų architektūros ir inžinerijos darbus.

XX a. 6-ajame dešimtmetyje projektas buvo atgaivintas, ypač kalbant apie Šiaurės ir Centrinę Europą. Iš progresyviojo švietimo metodo ir psichologijos koncepcijos „projektu paremtas mokymasis“ save kildina daug švietimo ideologijų (pvz., judėjimas už bendruomenės švietimą, atvirą mokymo programą, praktinį mokymąsi). Užsienyje projektas buvo naudojamas mokinių pirminio profesinio mokymo metu, remiantis konstruktyviuoju metodu, mokymusi, kuris pagrįstas tyrinėjimu ir problemų sprendimu.

Teorinės ištakos

Asmeninis projektas yra ilgalaikis metodas, kurio rezultatai pastebimi, išmatuojami ir pripažįstami ne tik individualioje egzistencinėje schemoje, bet ir kalbant apie naudojamų išorinių išteklių kompleksiskumą bei įvykusių pokyčių pastovumą. Asmeninis projektas integruoja aiškiai suformuluotų ir tikslingai nukreiptų intervencijų paketo taikymą. Šios intervencijos paremtos filosofija, kurios esmė – neribotas potencialas pasiekti sėkmę ir pozityvių pokyčių reikšmę.

Projektas apima ir pradžios (idėjos, projekto) esmę, ir procesą, kuris suteikia šiai pradžiai tęstinumą ir paverčia ją realybe. Kai projektas jau pradėtas, eigos pobūdis kinta atitinkamai – iš „projekto“ į „veiksmų planą“ ar „taikymo strategiją“. Dažnai galutinis asmeninio projekto rezultatas neišlieka toks pats, bet pakinta savo forma, apimtimi, gyliu, požiūriu. Šie parametrai priklauso nuo dalyvaujančio žmogaus, kuris privalo naudoti poreikį ir (arba) galimybę pritaikyti asmeninį projektą specifiniams gyvenimo situacijos veiksniams.

Ruošiant palankią psichologinę aplinką asmeniniams projektams ir padedant aktyvuoti bei sutelkti išteklius, ypatingas vaidmuo tenka konsultantams. Visi turi savitą gyvenimo situacijų supratimo, reagavimo į jas ir integravimo stilių. Remiantis ankstesnėmis patirtimis ir lūkesčiais, galima tam tikriems momentams suteikti unikalų vertę ir susitelkti į jų augimo potencialą. Kalbant apie klientus, nesuvokiančius, kad neveiklumas taip pat išreiškia tam tikrą poziciją, konsultantas padeda jiems ištyrinėti pagrįstas pasirinkimo galimybes ir šansus pasiekti sėkmę. Tiems, kurie turi aiškią galutinio rezultato viziją, konsultantas pasiūlo „tikslą pasiekimo“ priemones. Dirbdamas su klientais, kurie yra ypač susidomėję metodu, konsultantas susitelkia į perspektyvų išryškirimą ir pasekmių įvertinimą. Proceso esmę sudaro veikla, sutelkti ir patikimi bandymai, palaikomos pastangos ir patirčių vertingumo atskleidimas.

Asmeninio projekto sudarymas prilygsta sutarties su savimi pačiu pasirašymui. Šia sutartimi subjektas atsideda nustatytų tikslų pasiekimui. Remdamasis tokia argumentacija Feller (1984) išplėtojo „darbo paieškos sutarties“ koncepciją, kad padėtų žmonėms, ieškantiems laisvų darbo vietų, bet dėl įvairių priežasčių greitai išvargstantiems. Pagal sutartį klientai turi „teisingai“ atsakyti į visus sutarties teiginius ir paskui atitinkamai veikti. Tokiu būdu jie galiausiai įsipareigoja sau patiems internalizuoti tas vertybes (pvz., pasitikėjimą savimi, išlaidų apribojimą, savo gebėjimų ugdymą, investavimą į fizinę ir psichinę sveikatą, pozityvų mąstymą, jausmus ir elgseną), kurios ilgai padėjo optimizuoti subjekto elgesį rinkoje ir padidino jo sėkmės galimybes.

Psichologine prasme panašiai aiškinamas netikėtas elgesys tų žmonių, kurie, pavyzdžiui, iki kalbamojo momento niekada nėra planavę ar nebuvo linkę planuoti karjeros ir nepatvirtino naudojant atitinkamas savybes, pavyzdžiui, organizuotumo, siekių, orientavimosi į tikslus. Aronson (2004) vartoja atitinkamus terminus – „išorinis pateisinimas“ ir „vidinis pateisinimas“.

Išorinis pateisinimas yra grupės ar situacijos spaudimas, dėl kurio asmuo sutinka su primesta kryptimi, dažnai neatsižvelgdamas į priežastį (pvz., „Jeigu mano draugai taip jaučiasi darbdavio, į kurį aš noriu kreiptis, įdarbinimo politikos atžvilgiu, tai

jie mane užbombarduos pavyzdžiais ir išvadosis, kurių aš neatremsiu, nes neturiu priešingų pavyzdžių, tik viltį, kad mano atveju bus kitaip“).

Vidinis pateisinimas yra procesas, kai asmuo atsiduria tam tikroje situacijoje ir pakeičia savo poziciją arba deklaruoja priešingus savo įprastai pozicijai dalykus iš pažiūros be jokios priežasties (pvz., „Iki šiol maniau, kad dėl solidžių pareigų firmoje mano bendradarbiai mane mėgs. Dabar aš teigiu, kad mano pareigos užtikrina man tik geras pajamas, bet iš savo bendradarbių aš neturėčiau tikėtis besąlygiškos draugystės“). Vėliau, siekdamas patvirtinti patikimumą, asmuo randa argumentų savo naujai pozicijai patvirtinti ir tampa aistringų jos šalininku.

Koncepcinis projekto veiklos pagrindas – karjeros planavimas. Papildomi terminai, kuriais apibrėžiama semantinė konsultavimo erdvė, yra: *strategija, taktika, logistika*. Anot Egan (1998), strategija yra praktinis tikslų pasiekimo planas. Taktika yra menas pritaikyti strategiją konkrečiai situacijai (įskaitant plano keitimą vietoje ir susitvarkymą su netikėtomis komplikacijomis), o logistika yra menas užtikrinti visus būtinus išteklius, kai to reikia. Galime neabejodami teigti, kad projektas apima visų trijų pirmiau paminėtų kategorijų aspektus ir kiekvienai jų suteikia vienovę, kryptį ir asmeninę reprezentaciją.

Metodo pristatymas

Asmeninis projektas savo kilme nėra konsultavimo metodas. Asmeninis projektas prilygintinas atvejo analizei ir tikslųjų mokslų eksperimentui, tačiau jis skiriasi tuo, kad nėra nei empirinis, nei hermeneutinis, be to, į jį integruotas konstravimas. Projektas buvo įvestas į mokymo programą profesionalizavus pareigybes.

Knoll tyrimas atskleidžia du istorinius projekto metodo modelius, kurie tobulesne forma tebetaikomi ir šiandien: pirmasis (pristatyta Woodward, 1887): mokiniai mokykloje įgyja įgūdžių ir žinių, kuriuos jie paskui savarankiškai ir kūrybiškai naudoja praktiniuose projektuose; antrasis modelis (įvestas Richards, 1900) vykdomas ne iki projekto, bet jį integruoja, yra paremtas idėja, kad jei mūsų siekis yra vertingi interesai ir tai, ką įgyjame, privalome laikytis „natūralios visumos“.

Asmeninį projektą kaip atsaką į vienus sistemas reikalavimus propaguoja daug sektorių. Pavyzdžiui, su asmeniniu projektu susiduriama vykdant ryšio su klientais politiką tose kompanijose, kurios realizuoja savo pačių produktus ir kurios šitaip [asmeniniu projektu] įvardija klientų lojalumui užtikrinti skirtą internetinę formą.

Su asmeniniu projektu susiduriame formaliojo ir neformaliojo švietimo sistemoje kaip su didaktinio stiliaus, nukreipto

į mokymosi individualizavimą, dalimi. Tam tikrais atvejais projektas gali būti taikomas grupei arba jame gali būti papildomų individualių užduočių, kurios komandos nariams yra papildomosios.

Asmeninis projektas konsultuojant apibūdinamas kaip bandomoji struktūra ir kaip jo atskaitos taškų pasiekimo stilius ir laipsnis. Pagrindinės asmeninio projekto analizės sritys yra šios:

- Užbaigtumas:
 - Tikslų apibrėžimas.
 - Tikslų specifikavimas pagal taikymo kontekstą.
 - Pokyčių mastas.
- Procesas:
 - Turimi ištekliai.
 - Kalendorius.
 - Asmenis ir socialinis poveikis.
 - Alternatyvūs planai.
- Įvertinimas:
 - Eigų įvertinimas.
 - Galutinis įvertinimas.
 - Sėkmingumo pripažinimas.

Asmeninis projektas yra individualus karjeros formavimo planas. Bet koks indėlis, skatinantis suvokimą, kontrolę, tobulinimą ir įsameninimą savo karjeros atžvilgiu, subjektams reiškia atskirą laimėjimą. Dėl to asmeniniuose projektuose gali būti taikomas daugiau nei vienas matavimo vienetas, pavyzdžiui, priimtas

arba atmetas, įgyvendintas arba neįgyvendintas.

Tikslinės grupės

Asmeninis projektas gali būti naudojamas konsultuojant visų tipų mokyklų mokinčius, universitetų studentus, ieškančius darbo absolventus, į darbo rinką grįžtančius ar darbą norinčius pakeisti suaugusiuosius.

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

Pavyzdys

Asmeninis projektas turėtų būti naudojamas toliau pateiktuose konsultavimo atvejų prototipuose:

1. Neveiklus klientas, abejojantis dėl veiklos dėl kurios nors iš toliau pateiktų priežasčių:

Pasyvumas (nieko nedaro, neprieštaraudamas priima kitų tikslus ir pasiūlymus, „paralyžiuta“ iniciatyva, žiaurus). Šiuo atveju neveiklumas ar atidėliojimas dėl mažareikšmių dalykų gali lemti neaitaisomą palankių galimybių praradimą (Schiff, 1975).

„*Išmoktas beįėgiškumas*“ – koncepcija, kurią naudojo Seligman (1975) depresijos sindromo, pasireiškiančio įvairiais intensyvumo lygiais, kontekste (nuo nestipraus beįėgiškumo, kai asmuo nesijaučia ypa-

tingai norintis ko nors imtis, iki visiško bejėgiškumo jausmo, susijusio su depresija). Bennet ir Bennet (1984) atsekė pozityviają bejėgiškumo pusę, pažymėdami, kad jei asmuo negali kontroliuoti tam tikros situacijos, nėra prasmės kurti jam kokių nors iliuzijų, kad gali būti priešingai, priskirti atsakomybės ir sukelti perdėtų lūkesčių. Svarbu išmokyti klientą atskirti dalykus, kuriuos galima ir kurių negalima kontroliuoti; pažvelgti į bejėgiškumą kitu kampu ir iškelti pagrįstus tikslus.

Nuginkluojantis monologas. Tai atvejis, kai susiduriama su klientu, ieškančiu argumentų įtikinti save, kodėl jis negali ar negalėtų daryti tam tikro dalyko: „Aš nepasirengęs“, „Aš neatitinku reikalavimų“, „Tai per sunku“, „Tai nesuveiks“. Gerai žinoma, kad drąsą atimantys pokalbiai su savimi kenkia planui nuo pat pradžios ir panaikina bet kokią veiklos galimybę.

Apskritas argumentas. Asmuo, negavęs to, ko norėjo, gali jaustis kaltas, ir tai sukuria kitus negatyvius elgesio būdus bei pritraukia nesėkmę (Pyszczynski; Greenberg, 1987).

Dezorganizacija. Tam tikra antraeilių gyvenimo aspektų dezorganizacija pasitelkiama kaip pateisinimas nesiimti tikrų iššūkių (Ferguson, 1987).

2. Klientas su entropinėmis tendencijomis. Entropija yra natūrali tendencija, kurią daugiausia išlavina praktika ir ne-

priklausoma valia, taip pat pagalba reikšmingiems žmonėms. Kadangi paprašius ji negali būti pakeista, klientas ir konsultantas neturi švaistyti laiko susitelkdami į priežastį, bet turi surasti būdų, kaip pasiekti rezultatų esamomis aplinkybėmis. Daugelio entuziastingai pradėtų planų atsisakoma susidūrus su kliūtimis ar kitais prioritetais. Brownell *et al.* (1986) atkreipė dėmesį į subtilų skirtumą tarp „*parengti klientus klaidoms*“ ir „*leisti daryti klaidas*“. Tai gali būti išversta į dichotomiją: „*daryti pagrįstas klaidas*“ ir „*atkakliai laikytis klaidų arba jomis naudotis*“.

3. Klientas, kuris sąmoningai pasirenka nesikeisti, nors akivaizdžiai turi savianalizės gebėjimą, gali identifikuoti problemą ir veiksnius, susijusius su pokyčiais, tačiau suvokia ir nusprendžia, kad „kaina“ yra per didelė arba kad paveiks kitus jo gyvenimo aspektus.

Atvejo analizė

„Frankas yra korporacijos direktoriaus pavaduotojas. Jis – žmogus, žinantis, ko nori, tad greitai pakilęs hierarchijos laiptais. Kompanijos prezidentas Vince greit išeis į pensiją, ir visos aplinkybės rodo, kad Frankas bus „pavaldėtojas“. Situacijos esmė: Vince yra ne tik puikus vadovas, bet ir tikras lyderis; jis žino, ką kompanija gali ir kuo galėtų tapti per 5–10 metų, gerai bendrauja su savo darbuotojais, yra jų gerbiamas, nors su jais yra griežtas. Frankas kitoks; jis elgiasi kaip vadovas ir abejoja, kai reikia skirti

užduotis, kad ir kokie kompetentingi būtų kiti asmenys. Kai turi nurodyti darbą, jis perfrazuoja sprendimus taip, kad jie atrodo nepagrįsti arba netinkamai pateikti. Jis – ne lyderis, bet „veiklos vadovas“.

Vieną dieną Vince kalbėjo su Franku apie galimybę perimti kompaniją ir užsiminė, kad tai galėtų įvykti automatiškai. Jis pasakė vertinantis vadybines Franko savybes, bet kartu įvardijo apribojimus, kurie kyla dėl Franko lyderiavimo savybių. Jis užsiminė, kad Franko stilius turėtų pasikeisti.

Tuomet Frankas susitiko su konsultantu, kuriuo pasitikėjo, bet iš jo sužinojo iš esmės tą patį. Nuo to laiko Frankas metus kasdieną dirbo su konsultantu po darbo. Jis buvo pasiryžęs tapti direktoriumi bet kokia kaina, net jei tai reikštų tapti tokiu lyderiu, kokį turėjo omenyje dabartinis direktorius. Būdamas labai sumanus jis parengė keletą strategijų savo planui įgyvendinti. Nepaisant to, jam nepavyko sugalvoti programos pagal nurodytas specifines vertinimo gaires. Konsultantas nuolat jam tai primindavo, bet Frankas visada buvo „pernelyg užsiėmęs“ arba teigė, kad tokia programa jam būtų nepakankamai lanksti. Tai gana keista, nes formalus planavimas buvo viena iš jo stiprybių verslo pasaulyje...

Frankas išliko toks pats įspūdingas kalbant apie verslo valdymo manierą, bet ne nuoseklus su strategijomis, kurios paskatintų jo kaip lyderio sėkmę. Po dvejų metų Vince kompanijos prezidentu paskyrė kitą žmogų.“

Metodo įvertinimas

Privalumai:

- akcentuojami asmeniniai prioritetai siekiant įtvirtinti arba pakeisti prioritetus, kuriuos primetė kiti asmenys arba sistema;
- į tikslo siekimo procesą įtraukiami reikšmingi žmonės ir pagerinamas tarpasmeninis bendravimas;
- padeda išvengti neapgalvotų, išteklius eikvojančių, pasmerktų veiksmų;
- padeda atrasti priežastis ir atlygį už ilgalaikę veiklą. Ilgainiui veiklos, kurios nepripažįstamos kaip teikiančios pasitenkinimą, turi tendenciją prarasti gyvybingumą, susilpnėti arba liautis;
- skatina neveiklumo pasekmių suvokimą, bet paliekama pačiam klientui nuspręsti, ar imtis iniciatyvos, ar ne;
- skatina kreiptis pagalbos į svarbius asmenis ir prisideda prie asmeninių kontaktų tinklo atnaujinimo;
- apima karjeros planavimo idėją, kuri sustiprina pasitikėjimą savimi ir pabrėžia asmens unikalumą gyvenimo situacijoje;
- padeda identifikuoti ir kaupti vidinius bei išorinius išteklius, reikalingus tikslui pasiekti;
- paremtas idėja, kad asmenybė, gebėjimai, motyvai, interesai gali keistis, bet kartu išlaikyti arba padidinti savo vertę;
- leidžia pamatyti profesines kompetencijas, kurias turi ar gali įgyti individas;
- numatoma sąveika ir ryžtingumas karjeros intervencijos atžvilgiu;

- kovojava su rutininiais modeliais atliekant profesinį vaidmenį;
- reikalaujama apibrėžti savo asmeninius prioritetus skubumo ir svarbos prasme;
- formuojamos nuostatos: nuo įspūdžių surinkimo iki sėkmės numatymo;
- sukuriama neprivaloma, bet pageidautina dalykų logika, kuri būtina tikslui pasiekti.

Trūkumai:

- dažnai kritikuojamas dėl to, kad didesnė svarba teikiama mokymosi turiniui, ne metodui;
- neapima sėkmės išreiškimo tikslia logine projektine schema;
- planuojant ilgalaikę karjerą apriboja tokias intervencijas kaip „momentinis įkvėpimas“ arba „nušviečianti mintis“;
- verčia numatyti rezultatus remiantis tarpiniais rezultatais, kurie ankstyvajame projektavimo etape negali būti aiškiai apibrėžti;
- reikalauja, kad tam tikrais įgyvendinimo momentais dalyvautų konsultantas (arba refleksyvusis Aš), o tai gali būti sunku užtikrinti;
- išlaiko fundamentalią įtampą tarp to, kas paties asmens traktuojama kaip gera, ir to, kaip tai supranta kiti;
- siekiant galutinio rezultato sumažina individo vaidmenį, nes nuopelnai priiskiriami ir pagalbininkams.

Literatūra

Aronson, Elliott (2004). *The Social Animal*. (Ninth edition). NY: Worth Publishers.

Beineke, J. (1998). *And there were giants in the land: The life of William Heard Kilpatrick*. NY: Peter Lang.

Bennett, M. I.; Bennett, M. B. (1984). The uses of hopelessness. In: *American Journal of Psychiatry*, 141, p. 559–562.

Egan, Gerald (1998). *The Skilled Helper. A problem-management approach to helping* (Sixth edition). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company.

Feller, R (1984). *Job-search agreement*. Colorado State University, Fort Collins, Monolith.

Ferguson, T. (1987). Agreements with yourself. In: *Medical Self-Care*, p. 44–47.

Knoll, Michael (1997). The project method: Its vocational education origin and international development. In: *Journal of Industrial Teacher Education*, 34 (3), p. 59–80.

Law, Bill (2002). Planning for progression. A professional guide to principle and practice. In: *The Career-learning Network* (www.hihohiho.com).

Pyszczynski, T.; Greenberg, J. (1987). Self-regulatory preservation and the depressive self-focusing style: A self-awareness theory of depression. In: *Psychological Bulletin*, 102, p. 122–138.

Schiff, J. L. (1975). *Cathexis reader: Transactional analysis treatment of psychosis*. NY: Harper & Row.

Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development and death*. San Francisco: W. H. Freeman.

Darbo klubas

Luminita DANES, Nacionalinė užimtumo agentūra, Bukareštas

Istorija

Depresijos metu JAV darbo jėgos įdarbinimo agentai pradėjo sisteminti savo veiklą, įkurdami *Ketvirtadienio naktinį klubą*, *Žmonių marketingo grupę*, o vėliau – *Darbo klubą*.

XX a. 6-ajame dešimtmetyje Jungtinių Valstijų nacionalinis gynybos departamentas susidūrė su didžiule problema, kuri nebuvo susijusi su jokių ginkluotu konfliktu ar strategija. Baigiantis Vietnamo karui, tūkstančiai kareivių grįžo iš fronto ir rengėsi įsiliėti į pilietinę visuomenę. Daugelis iš jų karo metu patyrė traumų, buvo nepasirengę vėl pradėti dirbti, o mūsų lauke įgyti įgūdžiai, gabumai ir patirtis nebuvo tiesioginė rekomendacija imtis civilinių profesijų.

Siekdama kuo greičiau atkurti šių kareivių būklę ir sugrąžinti jiems jų senąsias profesijas arba rasti naujų, Jungtinių Valstijų Vyriausybė kreipėsi pagalbos į eksperimentinės ir industrinės psichologijos ekspertus dr. Nathan Azrin (biheviaristą) ir Victoria Besalel. Jie sukūrė naują koncepciją – *Darbo klubą*, t. y. grupinio konsultavimo modelį, kuris užtikrino būtinąją pagalbą žmonėms, norintiems vėl imtis savo profesinės veiklos. Remiantis Azrin

modeliu vėliau buvo sukurta daug kitų modelių su naujomis formomis ir pavadinimais (*Darbo paieškos klubas*, *Profesinio tobulėjimo programa*).

Teorinės ištakos

Azrin Darbo klubas teikia daugiau nei vien profesinį konsultavimą. Tai teorija, sujungta su praktinėmis darbo paieškomis. Griežtai struktūruotas Azrin metodas sutelkia naudos gavėjus organizuota forma ieškoti darbo, koncentruojantis į išskirtą tikslą.

Skirtingai nuo kitų – mažiau struktūruotų ar orientuojamų – Darbo klubų Azrin modelyje taikomas dalyvių atrankos kriterijus. Taigi į programą įtraukiami tik tie klientai, kurie turi aiškų savo profesinio pasirinkimo galimybių (kokio tipo darbo jie nori) vaizdą. Remiantis Azrin teorija Darbo klubo sėkmės tikimybės padidėja, kai dalyviai:

- turi aiškų tikslą: ieško konkretaus tipo darbo (kurį jie gali apibūdinti);
- gerai žino savo potencialą, išteklius (gabumus, gebėjimus, interesus); autoritarius nuomone, darbo klubo nariai turėtų sugebėti išvardinti mažiausiai penkis savo gabumus, gebėjimus ar

kompetencijas, kurie padėtų jiems rasti, gauti ir išlaikyti norimą darbą;

- turi aiškią informaciją, su kokiomis kompanijomis jie turėtų susisiekti;
- siekdami gauti darbo, pradeda nuo tam tikro modelio (darbo plano).

Nustačius tikslą, dalyviai gali mokytis naudoti daug veiksmingų priemonių ir technikų darbui susirasti: profesinės bylos sudarymą, dalyvavimą interviu (sumodeliuotame), darbo analizę, kompanijų, vykdančių veiklą juos dominančioje srityje, analizę, pačių atliekamą žinių, interesų ir gabumų įvertinimą ir kt.

Metodo tikslas – ne tik vadovauti siekiantiems įsidarbinti dalyviams ir juos palaikyti, bet taip pat padėti jiems *susirasti ir išlaikyti darbą, kuriame jie gali išreikšti ir panaudoti visą savo potencialą, pasiekdami pasitenkinimą ir atlikdami norimą veiklą*. Priešingu atveju jie greitai vėl taps bedarbiais.

Metodo pristatymas

Darbo klubas yra praktiškas, aktyvus ir dalyvavimą integruojantis modelis, kai dalyviai, tiesiogiai vadovaujami ir prižiūrimi Darbo klubo vadovo, atranda ir ugdo savo gabumus, kompetencijas ir gebėjimus, kurių reikia tai pareigybei, kurią jie nori užimti.

Darbo klubas siekia maksimalaus dalyvių savarankiškumo, skatindamas

juos suvokti savo pačių gabumų išteklius, praktikuoti ir tobulinti juos, įvaldyti veiksmingas aktyvios darbo paieškos ir derybų su potencialiais darbdaviais technologijas.

Retkarčiais, pasirinkus skirtingus pavadinimus, grupinė Darbo klubo technika sudaro dalyviams galimybę sukurti ar išplėtoti jų pačių kontaktus. Tuo pačiu metu Klubas yra paramos grupė tose situacijose, kai kliūčių skaičius ir (arba) kompleksiskumas sukelia frustraciją, galinčią blokuoti tikslus arba atidėti jų siekimą. Norint įveikti tokias situacijas, dalyviai gali būti instruktuojami sunkumų įveikimo strategijų klausimais (Frydenberg, 2004).

Darbo klubas gali turėti dvigubą struktūrą, jungiančią darbo paieškos strategijų taikymo teorinį mokymą (interesų, gabumų ir poreikių įvertinimas, reikalingos informacijos suteikimas ir t. t.) su praktiniu pritaikymu seminaruose (interviu modeliavimas, susisiekimas su kompanijomis telefonu dėl interviu paskyrimo, grįžtamojo ryšio priežiūra ir t. t.).

Pasiūlymai Darbo klubui organizuoti

Struktūra

Darbo klubas gali būti struktūruojamas kaip homogeniška grupė (pvz., asmenys, kurie nori vėl pradėti dirbti po laikotarpio, kurį dėl įvairių priežasčių praleido namuose; asmenys, kurie buvo

atleisti reorganizuojant kompanijas; jauni absolventai ir kt.) arba kaip heterogeniška grupė, kurią sudaro įvairiose situacijose atsidūrę individai, kurių bendras unikalus bruožas – poreikis arba noras susirasti darbą.

Vis dėlto tyrimai rodo, kad pirmenybę įgyja heterogeniškos grupės. Didžiausią grupės efektyvumą, be kitų dalykų, sukuria jos narių įvairovė, nes ji atspindi tikras gyvenimo situacijas mišrioje visuomenėje, kuri sudaryta iš skirtingai struktūruotų asmenybių.

Dalyvių skaičius

Ekspertai rekomenduoja bet kurį variantą nuo 2 iki 30 dalyvių (turimų sąlygų funkcija: erdvė, veiklos tipas ir kt.).

Trukmė

Azrin pirminis modelis buvo paskirstytas per 3 savaites, 4 valandas per dieną skiriant teoriniam mokymui ir 2 – praktiniam (konkrečioms gabumams taikyti ir tobulinti). Programos metu dalyviai nuolatatos prižiūrėti, kartu jiems praverčia instruktavimas² atsižvelgiant į veiklos maksimalizavimą pokyčių kontekste.

Kitų Darbo klubo modelių siūloma trukmė – nuo 3 iki 5 savaičių. Ši trukmė gali būti pratęsta tiems klientams, kuriems nepasisekė įsidarbinti.

Temos / Veiklos

1. Realių tikslų su pagrįstais terminais iškelimas laikotarpiui nuo vieno užsiėmimo iki kito (pvz., rasti trokštamą darbo vietą, pageidautina – trys galimi variantai).
2. Informacijos rinkimo strategijos: identifikuoti dalyvį dominančios srities asmenis, organizacijas / institucijas, iširti iš šių firmų / asmenų labiausiai rūpimus ir susisiekti su jais siekiant gauti paskyrimą interviu (taikant informacinio interviu principus / taisykles³).
3. Sudaryti savo profesinę bylą, kurią sudaro: CV, motyvacinis laiškas, padėkos laiškas, prašymas įdarbinti, ir kt.
4. Darbo paieškos technikos: dokumentacija, kontaktų su potencialiais darbdaviais užmezgimo priemonės ir būdai, dalyvavimas interviu, veiksmų plano parengimas ir t. t.
5. Informacijos šaltinių naudojimas:

² Instruktavimas (angl. *Coaching*) – technika, pagrįsta profesionaliu santykiu tarp instruktoriaus ir į instruktavimo procesą įsitraukiančio asmens; ji skirta pagerinti koncentraciją, patobulinti asmeninį mokymosi stilių, pagerinti problemų sprendimo gebėjimus, kitaip tariant – padidinti veiksmingumą.

³ Interviu technika, kuri apima pirminius pokalbius su dominančioje srityje dirbančiais žmonėmis, siekiant gauti kuo daugiau informacijos apie atitinkamą pareigybę, profesiją, sritį ir sudaryti kontaktų tinklą.

- neformalūs šaltiniai: šeima, draugai, pažįstami;
 - formalūs šaltiniai: skelbimai, reklaminės brošiūros, laikraščiai, verslo žurnalai, informaciniai NVO biuleteniai ir kiti profesionalūs leidiniai, žiniasklaida (spauda, radijas, televizija, viešosios ir privačios įdarbinimo agentūros, darbo mugės ir kt.).
6. Pareigybių aprašymų ir profesinių standartų naudojimas.
 7. Sunkumų įveikimo strategijos.
 8. Profesinio mokymo strategijos.
 9. Diskusijos su potencialiais darbdaviais (korporacijų atstovais) ir apsilankymai jų biuruose.
 10. Sėkmės istorijos (planuojami mainai su žmonėmis, kurie susirado darbą dalyvaudami Darbo klube).

Darbo klubo elementai

1. *Kandidatų užverbavimas ir informavimas*: identifikuoti darbo ieškančius asmenis, kurie suinteresuoti dalyvauti Darbo klubo programoje, ir informuoti juos apie tokios programos tikslą, veiklas ir naudą.

2. *Įtraukimas į programą ir įvertinimas*: nustatyti psichoprofesinį potencialą: kandidatų gebėjimai, gabumai, profesiniai interesai, išsilavinimo lygis, patirtis ir profesinės kompetencijos.

Įtraukimui rekomenduojama naudoti registracijos blanką, kaip pavaizduota toliau. Iš dalyvių taip pat reikalaujama naudotis *Dalyvio gidu*.

3. *Profesinio mokymo etapų perėjimas*: nuostačius profesinio mokymo poreikius klientams patariama dalyvauti atitinkamuose mokymo kursuose siekiant išstobulinti mažiau išlavintus įgūdžius arba įgyti naujas kompetencijas, kurių reikia norimam darbui.
4. *Paramos paslaugos*. Mes turime būti užtikrinti, kad nė vienas klientas neatitrauks dėl psichologinio streso⁴, kurį sukėlė atkalbinėjimas, nerimas ar kitas emocinis sutrikimas, sukeltas kliūčių (vidinių ar išorinių), kurios suvokiamos kaip neįveikiamos.

Priklausomai nuo situacijos, paramos paslaugos apima: profesinį konsultavimą ir orientavimą, psichologinį įvertinimą ir konsultavimą, medicinos paslaugas, šeimų konsultavimą, teisinius patarimus,

⁴ Tyrimų duomenimis, Europos Sąjungoje dėl su darbu susijusių ir profesinių problemų atsiradęs stresas užima antrą vietą profesinės sveikatos problemų hierarchijoje. Jį patiria 40 milijonų darbuotojų.

konsultavimą ir pagalbą verslui pradėti ir kt. Visoms minėtoms paslaugoms diegti reikalinga atitinkamą specializaciją turinčio personalo intervencija, koordinuojama atvejo vadybininko, kuris prižiūri veiksmingą bendravimą tarp pagalbos komandos narių ir siekia padėti klientui identifikuoti reikalingus išteklius krizei įveikti.

Krizės gali būti išvengta supažindinus klientus su sunkumų įveikimo strategijomis. Tyrimai parodė, kad darbo neturintys žmonės į frustracines situacijas yra linkę reaguoti gynybiškai, vengdami arba atsi-traukdami, agresyvumu, maištu ar rezignacija bei suinteresuotumo trūkumu, kalte, o tai gali sukliudyti siekti adaptyvaus elgesio, gali išvystyti nekonstruktyvų sunkumų įveikimą skatinančią elgseną (Doyle, 1992); profesiskai stabilūs asmenys (turintys darbą) stengiasi išspręsti frustracines situacijas ieškodami efektyviausių priemonių įveikti kliūtims, su kuriomis jie susiduria (Cochinescu, 2005), ir išvystyti elgseną, skatinančią aktyviai įveikti sunkumus.

5. Asmeninio marketingo gabumų ugdymas: tai esminis etapas, dažnai lemiantis sėkmę interviu metu. Čia reikalingas asmeninio tobulėjimo planas, asmeninio marketingo politika (savo paties savybių vertinimas, pabrėžimas tų gabumų, gebėjimų ir kompetencijų, kurie svarbūs laisvai darbo vietai). Asmens stiprybių iš-

ryškinimo menas turi būti valdomas pagal kruopščiai sudarytą strategiją.

Iš esmės darbo paieškos procese asmeninis marketingas yra menas sukurti savo įvaizdį ir reklamos strategiją, pagrįstą principu, kad „produktą parduoda būtent skelbimas“, su sąlyga, kad „pakuotės“ viduje turėtų būti skelbime reklamuojamos savybės. Realios asmens kompetencijos išlieka pagrindu „sandoriui“ sudaryti, kurį reprezentuoja įsidarbinimas, deryboms, kuriose kandidatai siūlo savo laiką, žinias ir kompetencijas mainais už atlyginimą.

6. Darbo paieškos plano sudarymas apima:

- laisvų darbo vietų, atitinkančių asmens studijas, patirtį, gabumus, kompetencijas ir profesinius interesus ir lūkesčius, suradimą;
- profesinio mokymo poreikių nustatymą ir dalyvavimą mokymo programose siekiant pritaikyti asmens kompetencijas norimos darbo vietos reikalavimams;
- pasirengimą interviu (aptarti galimybę pakeisti tam tikrus darbo vietas keliamus reikalavimus, kurių klientas gali neatitikti, arba sukurti naują pareigybę, jei laisva darbo vieta jau užimta);
- atsarginio plano parengimą tam atvejui, jei pagal pirminį planą nepavyktų pasiekti norimo rezultato.

7. *Konsultavimas, susijęs su darbo išlaikymu.* Siekiant gauti ar išlaikyti darbą svarbu, kad asmuo būtų susipažinęs su tam tikromis profesinės etikos normomis ir jų laikytųsi. Šios normos apima:

- savo užduočių ir įsipareigojimų išmanymą ir vykdymą;
- vidinių reglamentų žinojimą ir laikymąsi;
- pozityvių nuostatų demonstravimą;
- pagarbą kolegoms ir vadovams;
- darbo valandų laikymąsi;
- atsakomybių prisiėmimą;
- tinkamą rengimąsi ir t. t.

8. *Stebėseną.* Darbo klubo užsiėmimai gali būti organizuojami net po to, kai susirandamas darbas, ypač kalbant apie tuos asmenis, kurie kada nors yra buvę atleisti. Šių užsiėmimų tikslas – pasiūlyti būtinają pagalbą, kad šie asmenys galėtų išlaikyti naujai surastą darbą (bandomuoju laikotarpiu). Rekomenduojama stebėti subjektus tol, kol jie įgis pasitikėjimą savimi ir pasieks tam tikrą savarankiškumo ir emocinės pusiausvyros lygį, kuris jiems leis atkurti adaptyvų elgesį ir pritaikyti savo reakciją prie naujų profesinių situacijų.

Siūloma įranga

Kai kurie konsultavimo centrai Darbo klubo dalyviams siūlo tam tikrą įrangą:

- galimybę naudotis telefonu;
- kompiuterį ir internetą darbui susirasti ir prašymui išsiųsti;

- profesinių žurnalų;
- faksą ir kopijavimo aparatą;
- vaizdo įrašus (interviu, informavimas, tam tikrų profesijų turinio aprašai ir kt.);
- biblioteką.

Laukiami rezultatai

Darbo klubo programos pabaigoje dalyviai sugebės:

- išsiskirti tikslus kalbant apie karjeros formavimą;
- sužinoti darbuotojo teises ir įsipareigojimus remiantis įstatymais;
- žinoti ir naudoti darbo paieškos technikas (nustatyti informacijos šaltinius, sudaryti CV ir motyvacinį laišką, pasirngti interviu, derėtis dėl atlyginimo);
- nustatyti savo privalumus ir trūkumus siekiant surasti efektyviausias tobulinimosi priemones, t. y. kompensacijos būdus, per adekvačias mokymo programas;
- identifikuoti realias įsidarbinimo galimybes pagal savo gabumus, kompetencijas ir profesinius interesus;
- įvertinti identifikuotą darbą (privalumus ir trūkumus);
- parengti planą darbo vietai gauti;
- sukurti profesinių kontaktų tinklą;
- sudaryti asmeninio marketingo planą;
- sukurti efektyvias sunkumų įveikimo strategijas;
- prisiimti atsakomybę, susijusią su savo profesinio pasirinkimo variantais ir šių sprendimų pasekmėmis.

Tikslinės grupės

Iš esmės darbo klubo dalyviu gali būti bet kuris galintis dirbti⁵ asmuo, suinteresuotas rasti ir gauti darbą, atitinkantį jo studijas, profesines kompetencijas, gabumus ir interesus.

Vis dėlto specialią tikslinę grupę sudaro *socialiai nuskriausti asmenys ir grupės bei asmenys, priskiriami socialinės marginalizacijos ir atskirties grupėms*:

- ilgalaikiai bedarbiai;
- neįgalūs asmenys;
- romų tauta ir kitos etninės mažumos;
- jaunimas iš globos namų;
- vyresni nei 45 metų amžiaus žmonės;
- moterys, pradedančios darbą po motinystės atostogų;
- asmenys, priklausantys prekybos žmonių rizikos grupei;
- repatriantai, pabėgėliai arba asmenys, kuriems reikalinga kokios nors formos socialinė apsauga.

Pavyzdžiai, atvejų analizė, pratimai

Dalyvio vadovas

Šis dokumentas naudojamas kaip informacinė priemonė tiek Darbo klubo dalyviams teikiamų veiksnių ir paslaugų prasme, tiek jų įsipareigojimams programos metu.

- Dalyvaudami Darbo klube dalyviai gauna informacijos apie laisvas darbo vietas darbo rinkoje, efektyviausius metodus ir technikas šioms darbo vietoms rasti ir gauti.
- Konsultantas suteikia dalyviams tikslią ir galiojančią informaciją, paremtą darbdavių teiginiais ir pasiūlymais.
- Dalyviai yra atsakingi už konsultantams pateikiamos informacijos tikslumą.
- Dalyviai, susiradę darbą, iškart informuoja konsultavimo centro personalą.
- Dalyvių pateiktą informaciją naudoja tik konsultantas, siekiantis padėti jiems susirasti ir gauti darbą. Ši informacija yra itin konfidenciali ir be sutikimo negali būti atskleista trečiajai šaliai.
- Dalyviai užtikrina, kad prieš kandidatuodami į darbo vietą jie įvertina save studijų, kompetencijų ir patirties srityse.
- Dėl kokios nors priežasties negalėdami dalyvauti interviu paskirtą dieną, dalyviai laiku informuoja darbdavį ir konsultavimo centrą. Dalyviai, kurie nesilaiko susitarimo su darbdaviu ir neturi pateisinamų priežasčių, išbraukiami iš Darbo klubo programos.

⁵ Galintis dirbti yra rodiklis, būdingas darbo sferai; jis reiškia bet kurį įteisingo darbingo amžiaus asmenį, turintį darbu reikalingą fizinį ir intelektualinį pajėgumą bei norintį imtis pelningos veiklos.

- Dalyviai informuoja konsultavimo centro personalą apie bet kokių asmeninių duomenų, įtrauktų į registracijos blanką, pasikeitimą (pvz., adreso, telefono numerio pasikeitimas, dar vienu studijų baigimas ir kt.).
- Dalyviai gali reikalauti informacijos, susijusios su įsidarbinimo galimybėmis. Jiems nurodomi papildomi informacijos šaltiniai, susiję su tam tikromis interesų sritimis. Jie nukreipiami į kitas institucijas bei pas kitus specialistus tuo atveju, jei konsultavimo centre nėra personalo, galinčio išspręsti susijusias problemas (pvz., medicinos pagalba, psichoterapija, konsultavimas vedybinio gyvenimo klausimais ir kt.).
- Jei derybų dėl įdarbinimo metu ar įsidarbinus kiltų nepasitenkinimas dėl darbdavio elgesio, kai šis įtariamai pažeidžiantis įstatymą, dalyviui suteikiama visa teisinė informacija, susijusi su darbuotojų ir darbdavių teisėmis bei įsipareigojimais, taip pat teisinės konsultacijos. Tačiau sprendimą pradėti teisinį procesą priima dalyvis.

Darbo klubo registracijos forma

Asmeniniai duomenys

Pavardė: _____ Vardas: _____

Gimimo data: _____ Registracijos numeris (registre): _____

Adresas: _____

Telefonas: _____ El. paštas: _____

Vedybinis statusas: vedęs/ ištekęjusi , nevedęs/ netekėjusi , išsiskyręs (-usi) ,

Pilietybė: _____ Tautybė: _____

Studijos (atskirai aprašykite visas įgyto išsilavinimo formas, pradedant nuo naujausios):

Asmeniniai gabumai ir kompetencijos (įgytos per gyvenimą ir karjeros metu, bet neatspindėtos sertifikate ar diplome):

Darbo patirtis (paėiliui išvardinkite visą darbo patirtį, pradėdami nuo naujausios):

Domėjimosi sritys (pažymėkite laukelį/ profesiją, kurios pageidautumėte):

Žemės ūkis: agronomas (-ė) , žvejys (-ė) , žuvų veisėjas (-a) , vaismedžių augintojas (-a) , ūkininkas (-ė) , vyndarys (-ė) , kita (įvardinkite)

Prekyba ir paslaugos: pardavimo agentas (-ė) , prekybos agentas (-ė) , valymo agentas (-ė) , kirpėjas (-a) , batsiuovys (-ė) , kita (įvardinkite)

Turizmas ir maitinimo paslaugos: virėjas (-a) , barmenas (-ė) , kepėjas (-a) , kambarių tvarkytojas (-a) , kita (įvardinkite)

Švietimas/ Mokymasis/ Kultūra: darželio auklėtojas (-a) , pradinės mokyklos mokytojas (-a) , pagrindinės ir vidurinės mokyklos mokytojas (-a) , dėstytojas (-a) , bibliotekininkas (-ė) , kita (įvardinkite)

Statybos: mūrininkas (-ė) , dažytojas (-a) , suvirintojas (-a) , stalius , santehnikas (-ė) , dailidė , kita (įvardinkite)

Maisto pramonė: kepėjas (-a) , malūnininkas (-ė) , kepinių gamybos specialistas (-ė) , mėsininkas (-ė) , konditeris (-ė) , kita (įvardinkite)

Informacinės technologijos: operatorius (-ė) , interneto svetainių dizaineris (-ė) , tinklo administratorius (-ė) , kita (įvardinkite)

Kita (prašome įvardinti):

Transportas

Vairuotojo teisės:

Taip

Ne

Ar šiuo metu vairuojate automobilį?

Taip

Ne

Darbo laikas

Kokių darbo valandų pageidautumėte?

Viso etato

Ne viso etato

Ar dirbtumėte kitame mieste?

Taip

Ne

Nurodykite dienos metą, kuriuo norėtumėte dirbti:

Ryte

Popiet

Vakare

Jūsų pateiktą informaciją naudos konsultantas, siekdamas padėti Jums rasti darbą ir įsidarbinti. Informacija yra konfidenciali ir be Jūsų sutikimo nebus atskleista trečiajam šaliai.

Deklaracija: Patvirtinu, kad šioje formoje pateikta informacija yra teisinga. Taip pat patvirtinu, kad perskaičiau informaciją, pateiktą *Dalyvio vadove*, ir įsipareigoju laikytis jame nustatytų sąlygų.

Parašas:

Data:

Registracijos data:

(užpildys konsultantas)

Metodo įvertinimas

Privalumai:

- klientai aktyviai ieško darbo tiesiogiai vadovaujami ir prižiūrimi konsultanto;
- klientai jaučia, kad priklauso grupei (paramos grupei), kuri turi tą patį interesą ir kurios nariai palaiko vienas kitą siekdami bendro tikslo;
- skatinami motyvaciniai kiekvieno nario ištekliai;
- klientai gali spręsti kylančias problemas tuo pačiu metu vykstančiuose mokymo kursuose;
- grupinės darbo paieškos technika yra efektyvesnė nei individualūs užsiėmimai (Bolles, 2005 m. savo darbe „*What Color is Your Parachute?*“ parodo, kad šių technikų sėkmingumo procentas yra 84 %, palyginti su 15 % tai atvejais, kai tos pačios technikos taikomos individualiai);
- klientai turi galimybę sukurti kontaktų tinklą;
- klientai gali keistis patirtimi, idėjomis, informacija ir vertybėmis su kitais grupės nariais;
- padidėja klientų optimizmas pokyčių galimybių, asmeninės ir profesinės sėkmės atžvilgiu.

Trūkumai:

- grupės moderatorius ne visada gali tolygiai paskirstyti savo dėmesį visiems grupės nariams pagal jų poreikius ar interesus;
- informacijos konfidencialumas negali būti užtikrintas taip gerai, kaip individualaus darbo su klientu užsiėmimuose;
- grupė gali per ilgai koncentruotis į netinkamus aspektus, kurie nėra vienodai svarbūs visiems grupės nariams;
- kai kurie žmonės bijo sąveikauti su grupės nariais ir tokias situacijas gali suvokti kaip grėsmingas, pvz., asmenims, turintiems afektyvių sutrikimų (depresiją ar nerimą), šios grupinės paramos teikiami privalumai negali būti naudingi. Šios problemos susijusios su narių, atrenkamų į Darbo klubą, tinkamumu ir gali būti išspręstos atliekant kruopščią išankstinę atranką.

Literatūra

Azrin, N. H. (1981). *Job Club Counselor's Manual: A Behavioral Approach to Vocational Counseling*. Austin, TX: Pro-ed.

Cochinescu, C. (2005). *Somajul. Anxietatea si frustratia la persoanele somere*. Iasi, Editura Lumen.

Doyle R. E. (1992). *Essential skills and*

strategies in the helping process. California, Wadsworth, Inc.

Frydenberg, Erica (2004). *Coping competencies: what to teach and when*. In: *Theory Into Practice*, Vol. 43, No. 1, p. 14–22, Ohio State University College of Education.

Hough, M. (2003). *Counselling Skills and Theory*. Great Britain: Scotprint Ltd.

Salomone, E. R. (1996). *Career counseling and job placement: Theory and practice*. In: E. M. Szymanski; R. M. Parker (Eds.). *Work and disability: Issues and strategies in career development and job placement*. Austin, TX: Pro-ed.

www.donnafisher.com/books/index.shtml (Fisher, D. - *The Power of Having People on Your Side: How to Build a Powerful Professional Networking Club*).

www.employmentinancouver.com/employment%5CEmpPaper.nsf/0/ECB3BF336D07DA6888256BC70060BC91?OpenDocument (Malmgren, J. K. – *Job Club Concept Just As Valid After 30 Years*).

www.psihq.ie/DOCUMENTS/PSI_Re-employment_psychology.pdf (Dixon, J. M. Sc. (W/O Psych) *Re-employment Psychology. A Personal View*).

