

Dzīves plānošanas rokasgrāmata



Marks Savicks

Life-Design Counseling Manual

Copyright © 2015 by Mark L. Savickas

Šo grāmatu ir atļauts reproducēt un nosūtīt tālāk
bez rakstiskas autora atļaujas.

ISBN 978-9984-881-39-3

Tulkojumu latviešu valodā nodrošinājusi Valsts izglītības attīstības
aģentūra Euroguidance programmas ietvaros.

©Valsts izglītības attīstības aģentūra, 2017

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



Līdzfinansē
Eiropas Savienības
Erasmus+ programma

euro | guidance

Satura rādītājs

1. nodaļa. Dzīves plānošanas konsultēšana	5
2. nodaļa. Karjeras maiņas naratīvs	16
3. nodaļa. Karjeras konstruēšanas intervija.....	28
4. nodaļa. Dzīves portreta rekonstruēšana	39
5. nodaļa. Konsultēšanas process.....	74
Pēcvārds	90
Atsauces.....	93

Priekšvārds

Jūsu rīcībā ir nonākusi grāmata, kura Jums kā konsultantam dos iespēju izkopt savu praksi, izmantojot dzīves plānošanas paņēmienus. Jūs varat gaidīt, ka tūdaļ izlasīsiet vēl vienu karjeras konsultēšanas teorijas grāmatu, vai gaidīt, ka veikli tiksiet pie jaunas metodikas ar anketām, taču šādas gaidas neattaisnosies. Rakstot šo grāmatu, autors – Marks Savicks – ir izvēlējis ceļu, kas ved no prakses un teoriju, nevis otrādi, tādējādi radot darbu, kas uzmanīgiem lasītājiem ļaus apgūt un iedzīvināt konsultācijās jaunas, praksē lietojamas metodes un tad nonākt pie teorijas dziļākas izpratnes un formulējumiem.

Sākot lasīt šo darbu, būs jāsaskaras ar šķietami sarežģītiem jēdzieniem un terminoloģiju, taču no tā nav jābīstas, jo turpinājumā tiksiet ierauts konsultēšanas procesa dzīlēs un atklāsiet daudzus noslēpumus par to, kā radoši un reizē vienkārši konsultācijās izziņāt cilvēku motivāciju un uzdāvināt klientiem brīnišķīgo apjausmas brīdi par savas dzīves virzību, karjeras maiņas iespējām un piepildījumu.

Tomēr lasītājam-konsultantam ir viens priekšnosacījums – autora aprakstītie paņēmieni iegūst jēgu tikai tad, ja tiek apzināti izmantoti konsultēšanas procesā. Kā atzinis pats autors, dzīves plānošanas pieeja konsultācijās paredz to, ka arī konsultants no saskarsmes ar katru klientu iemācās ko jaunu, un tas vēl vairāk stiprina konsultanta izpratni par apgūtajiem dzīves plānošanas paņēmieniem, kā arī spēcina konsultanta profesionalitāti.

Pirmā nodaļa

Dzīves plānošanas konsultēšana

„Dzīves plānošanas rokasgrāmatā” ir aprakstīti un pamatoti atbalsta pasākumi, kurus konsultanti var izmantot, lai palīdzētu klientiem mainīt karjeru. Mans galvenais nolūks, rakstot šo grāmatu, bija uzlabot doktorantu un karjeras atbalsta speciālistu zināšanas, prasmes un rīcību saistībā ar dzīves plānošanas konsultēšanu karjeras konstruēšanas procesā. Vienkāršāk sakot, šī grāmata mudina dzīves plānošanas konsultantus labāk apzināties, ko un kāpēc viņi dara, lai rosinātu klientu uz pārmaiņām. Otrs mans nolūks bija palīdzēt pētniekiem uzlabot terapijas pētījumu atbilstību dzīves plānošanas diskursam.

Vispirms man jāizskaidro termins „dzīves plānošanas konsultēšana karjeras konstruēšanas procesā”. Es nošķiru ar profesionālo uzvedību saistīto karjeras konstruēšanas teoriju lietīšķajā psiholoģijā (Savickas, 2002, 2013) no dzīves plānošanas kā diskursa konsultanta profesijā. Ar terminu „dzīves plānošana” es apzīmēju trešo būtisko karjeras atbalsta pasākumu paradigmu aiz profesionālā karjeras atbalsta un karjeras izglītības (Savickas, 2015a). Šīs trīs paradigmas virzās no testu rezultātiem uz posmiem un tālāk uz stāstiem. Šajā grāmatā aprakstītie atbalsta pasākumi ir karjeras konstruēšanas teorijas izpausme dzīves plānošanas konsultēšanas diskursā. Šos atbalsta pasākumus es apzīmēju ar terminu „dzīves plānošanas konsultēšana karjeras konstruēšanas procesā”. Lai būtu īsāk, es tos saucu arī par dzīves plānošanas konsultēšanu vai dzīves plānošanu. Citi autori tos reizēm sauc par karjeras konstruēšanas konsultēšanu. „Dzīves plānošana”, bez šaubām, ir daudz plašāks jēdziens nekā „karjeras konstruēšana”, tāpēc mēs ar kolēģiem patlaban izstrādājam dzīves plānošanas konsultēšanas diskursu, kurā būtu iekļautas arī starppersoniskās attiecības un partnerattiecības.

Šajā rokasgrāmatā ir izklāstīts dzīves plānošanas konsultēšanas plāns, kas konsultantam ļauj strukturēti pievērsties klienta karjeras problēmu risināšanai. Grāmatā ir aprakstīti terapijas posmi un konsultēšanas secības principi, kā arī sniegts procedūru pārskats. Katram komponentam ir definēti skaidri, tomēr elastīgi rīcības soļi, kas izmantojami ikdienas praksē. Konsultēšanas stratēģijas un paņēmieni ir konkrēti, specifiski un ilustrēti ar klientu piemēriem. Elastīgās vadlīnijas ir strukturētas un sistemātiskas, tomēr ļauj konsultantam rīkoties atbilstoši klienta apstākļiem un vērtībām.

Konsultantam šīs vadlīnijas vajadzētu izmantot nevis mehāniski, bet tādā mērā, cik tas atbilst klienta situācijai un vajadzībām.

Lai izlemtu, kā šos atbalsta pasākumus attiecināt uz katru klientu, ir jāpieiet radoši. Konsultantam ir jāizvērtē, kas klientam būtu noderīgi, proti, kas viņu varētu pietuvināt mērķim. Dzīves plānošanas konsultēšana būtībā ir improvizācija rīcības plāna ietvaros. Es to salīdzinu ar džezu. Džeza nevar spēlēt bez notīm, taču to nespēlē pēc notīm. Džeza izpildītāji pret notis rakstīto izturas radoši un brīžiem to papildina. Atsaucīgi konsultanti, kas pārzina dzīves plānošanas diskursu un karjeras konstruēšanas teoriju, var droši improvizēt, lai apmierinātu konkrētu klientu vajadzības. Kā teicis Pablo Pikaso: „Iemācies likumus kā profesionālis, lai varētu tos pārkāpt kā mākslinieks.”

No kurienes nāk dzīves plānošanas notis? Tās pamatprincipi un atbalsta pasākumu plāns lielākoties ir balstīti uz pētījumiem par konsultēšanu, īpaši uz praksē iegūtiem datiem, piemēram, klientu atsauksmēm, klīniskiem novērojumiem un publicētām gadījumu izpētēm. Šī rokasgrāmata neapgalvo, ka terapijas pamatā būtu pētījumos iegūti dati vai apstiprināti rezultāti; drīzāk tajā ir izklāstīti dzīves plānošanas konsultēšanas labākās prakses piemēri, kas ņemti no gadījumu izpētēm un speciālistu kolektīvās pieredzes. Tātad dzīves plānošanas konsultēšana nav paredzēta kā modelis vai teorija. Tā drīzāk ir diskurss, kurā izmantoti termini, lai konsultanti labāk saprastu, kā virzīties uz priekšu. Tas ir diskursīvs rīks, kas ļauj sistematizēt praksē iegūtās zināšanas, nevis veikt zinātniskus mērījumus un eksperimentus vai izteikt prognozes.

Runājot par konsultēšanu, es dodu priekšroku terminam „diskurss”, nevis esenciālistu iecienītajiem terminiem „teorija” vai „modelis”. Tas nozīmē, ka konsultēšana rada disciplināru diskursu, nevis diskurss – konsultēšanu (Davies & Harre, 1990). Prakse nosaka teoriju, nevis otrādi. Darba sociālajai organizācijai attīstoties un karjeras trajektorijām mainoties, konsultantam ir jāspēj atsaukties uz klienta vajadzībām, pirms par šiem jautājumiem ir izstrādāta teorija. Tātad dzīves plānošanas diskurss balstās uz jaunu, efektīvu karjeras konsultēšanas praksi un to formalizē. Pati karjeras konsultēšana laika gaitā ir kļuvusi par daudzpusīgu disciplīnu ar neskaitāmiem diskursiem, kas strukturē noteiktus atbalsta pasākumus un pakalpojumus, tādus kā profesionālās karjeras atbalsts, akadēmiskais atbalsts, karjeras izglītība, iekārtošana darbā, karjeras attīstīšana, karjeras

izaugsmes treniņš, profesionālā rehabilitācija, karjeras konstruēšana un dzīves plānošana (Savickas, 2015a).

Karjeras atbalsta un konsultēšanas salīdzinājums

Skaidrības labad es gribu nodalīt profesionālās karjeras atbalstu, kura pamatā ir testu rezultāti, no dzīves plānošanas konsultēšanas, kuras pamatā ir stāsti. Profesionālās karjeras atbalsts ir veidots pēc loģiskā pozitīvisma principiem. Šajā diskursā konsultants ir subjekts, bet klients – objekts. Profesionālās karjeras atbalstā tiek mērīta klienta mērķu atbilstība prototipiem un profesionālajām grupām, izmantojot tādas esenciālistma kategorijas kā spējas, intereses un personiskās iezīmes. Dzīves plānošanas konsultēšana kā disciplinārs diskurss dod priekšroku divkāršai hermeneitikai (Rennie, 2012) tādā ziņā, ka gan klients, gan konsultants tiek pozicionēti kā subjekti. Dzīves plānošanā tiek izmantoti nevis testu rezultāti, kas parāda, kam klients līdzinās, bet gan stāsti, kas atklāj viņa vienreizējumu. Dzīves plānošanā, runājot par klientu, tiek vērtētas konstrukcionisma kategorijas, tādas kā nolūks, mērķis un aicinājums (Madigan, 2011). Īsi sakot, karjeras atbalsts koncentrējas uz testu rezultātiem, bet dzīves plānošana – uz stāstiem.

Vairāk par atšķirību starp karjeras atbalstu un dzīves plānošanu var izlasīt Marka Savicka darbos (Savickas, 2012, 2015a). Te pietiks, ja pateikšu, ka profesionālās karjeras atbalsts un dzīves plānošana ir svarīgi, tomēr ļoti atšķirīgi atbalsta pasākumi. Prasmīgs konsultants var īstenot jebkuru no šiem diskursiem atkarībā no klienta vajadzībām. Konsultanti saprot: lai kļūtu par īstiem speciālistiem, viņiem ir jāpārzina vairāk nekā viens savas disciplīnas diskurss; kompetenci veido spēja sniegt vairākus pakalpojumus un īstenot dažādus atbalsta pasākumus. Tātad dzīves plānošanai ir jānostājas profesionālās karjeras atbalstam blakus, nevis tas jāaizstāj.

Kad konsultanti sāk apdzīvot un izmantot noteiktu diskursu – vai tas būtu profesionālās karjeras atbalsts, karjeras izglītība vai dzīves plānošana –, viņi sāk iet pa semantikas ceļu, kas ir izveidots konkrētam mērķim un ko nosaka konkrēti principi un paņēmieni. Dzīves plānošanas diskursa ceļš sākas ar to, ka karjera tiek definēta kā stāsts jeb naratīvs, ko cilvēks izstāsta par savu darba dzīvi. Tā kā mēs dzīvojam valodā, šis stāsts profesionālajai izvēlei un uzvedībai darbā piešķir jēgu. Klienta un konsultanta dialogā dzīves plānošanas konsultēšana iet pa jēgas veidošanas ceļu, vispirms

iedrošinot klientu izstāstīt secīgu un saistītu stāstu par sevi un tad mudinot viņu atbilstoši rīkoties, lai sasniegtu tādu dzīvi, kādu viņš vēlasdzīvot.

Šī rokasgrāmata lingvistiski apraksta un operacionāli definē dzīves plānošanas konsultēšanas diskursa mērķi, principus un praksi, kuri rosina klientu konstruēt savu karjeru. Ejot pa šajā rokasgrāmatā aprakstīto atbalsta pasākumu ceļu, klients ar konsultantu veido attiecības, lai kopīgi pievērstos karjeras grūtībām un atrisinātu ar darbu saistītās problēmas.

Naratīvu izmantošanas pamatojums

Ar stāstu palīdzību cilvēki sakārto dzīvi, konstruē identitāti un izprot problēmas. Konsultēšanas sākumā klients izstāsta savu stāstu par karjeras maiņu, un šis stāsts ļauj viņam palīdzēt. Ik pa laikam atsaucoties uz šo stāstu, konsultants palīdz klientam pārdomāt savu dzīvi. Iedziļināšanās savā stāstā bieži sagrauj vecos priekšstatus, kas ir traucējuši pieņemt lēmumu, un parasti rada izpratni, kas palīdz izdarīt izvēli. Izstāstot savu stāstu skaļi, klients dzird to, ko jau zina, un atrod meklētās atbildes. Paša klienta zināšanas rada jaunu skatpunktu, kas ļauj ieraudzīt mainītu savas identitātes stāstu. Raugoties no jaunā skatpunkta, klients papildina vai izmaina savu stāstu tā, ka top skaidrākas izvēles iespējas un kļūst redzams, kādas pārveidojošas darbības jāveic, lai īstenotu karjeras maiņu.

Kā redzams 1. tabulā, dzīves plānošanas konsultēšanas procesam ir raksturīga noteikta secība, kas ir līdzīga Deivida Kolba (*Kolb, 1984*) empīriskās mācīšanās ciklam un Džīnas Votsones un Deivida Rennija (*Watson and Rennie, 1994*) izveidotajam klienta darbības modelim. Procesa sākumā notiek pievēršanās klienta spriedzei, konstruējot īsus stāstus jeb mikronaratīvus, kas simboliski attēlo konkrētu pieredzi. Pēc tam tiek dekonstruēti ierobežojošie priekšstati un maldīgie uzskati, pievēršot uzmanību refleksiīviem novērojumiem un pašanalīzei. Trešajā posmā tiek radīti jauni nolūki; tas tiek panākts, rekonstruējot visu stāstu jeb makronaratīvu ar abstraktas konceptualizācijas palīdzību, kas ļauj nonākt pie jaunas izpratnes. Visbeidzot klients ar konsultantu līdzkonstruē rīcības plānu, kas ļauj paplašināt skatījumu uz savas patības mainīšanu, izmantojot aktīvu eksperimentēšanu reālajā dzīvē.

1. tabula. Dzīves plānošanas secība

Klienta pieredze	Dzīves plānošana	Mācīšanās cikls (Kolb, 1984)	Klienta darbības (Watson & Rennie, 1994)
Spriedze	Konstruēšana	Konkrēta pieredze	Simbolisks attēlojums
Uzmanība	Dekonstruēšana	Refleksīvi novērojumi	Refleksīva pašanalīze
Nolūks	Rekonstruēšana	Abstrakta konceptualizācija	Jauna izpratne
Paplašināšana	Līdzkonstruēšana	Aktīva eksperimentēšana	Patības mainīšana

Galvenie elementi

Dzīves plānošanas konsultēšanas galvenie elementi ir attiecības, refleksija un izpratnes veidošana. Dzīves plānošanas konsultanti spēj kompetenti veidot attiecības, sekmēt refleksiju un veicināt klienta izpratnes veidošanos, organizējot un reorganizējot pieredzi. Viņi zina, ka izpratnes veidošanos sekmē sadarbīgas attiecības, un šādā drošā vidē viņi prot sekmēt klientu refleksiju, kas ļauj radīt karjeras rekonstruēšanai nepieciešamo intencionalitāti.

Attiecības

Dzīves plānošanas konsultēšanā ir iesaistīti divi līdztiesīgi eksperti. Klients ir savu stāstu satura eksperts, bet konsultants – dzīves plānošanas procesa eksperts. Līdz ar to dzīves plānošanas konsultēšanas pirmais uzdevums ir izveidot attiecības, kurās klients justos pietiekami droši, lai varētu izstāstīt savu stāstu un ļauties pārdomām.

Klienta un konsultanta attiecības veido pamatu drošai videi, kurā klients var bez kautrēšanās izklāstīt savus uzskatus un dzīves stāstu, ieskaitot

„neapjausto zemapziņu” (*Stern, 2004*) vai „neapzināti zināmo” (*Bollas, 1987*). Kā rakstījis Eduards Forsters: „Kā es varu pateikt, ko domāju, kamēr neesmu redzējis, ko pasaku?” (*Forster, 1927/1985, 99. lpp.*) Klients var daudz pilnīgāk zināt un izmantot savas neapjaustās zināšanas un neapzinātos priekšstatus nekā konsultantam izstāstītos stāstus. Drošās attiecībās ar uzticamu konsultantu klients spēj labāk izprast un pārdomāt to, ko viņš jau

zina. Savukārt konsultants šajās attiecībās palaujas, ka tas, kas klientam ir nepieciešams, viņā jau ir. Nevis konsultēšana maina klientu, bet klients izmanto konsultēšanu, lai atrastu pats sevi, savu patību, novācot malā tos šķēršļus, kas nav ļāvuši sevi labāk iepazīt un izprast savu situāciju.

Refleksija

Karjeras konstruēšana un rekonstruēšana attīstās skaidrā autobiogrāfiskā refleksijā, kas padziļina klienta zināšanas par savu dzīvi. Dzīves plānošanas konsultēšana sākas ar refleksiju par tagadējo pašizpratni, jo pagātne vienmēr tiek vērtēta no šodienas skatpunkta. Konsultants mudina klientu pārdomāt savas dzīves plūdumu un sakarības, attēlojot klienta pašreizējo patību un situāciju kā viņa iepriekšējo izvēļu un rīcības rezultātu. Šis jēgas rašanas paņēmieni ļauj klientam ieraudzīt savas dzīves stāstu skaidrāk, paraugoties uz to no cita skatpunkta.

Dzīves plānošanas konsultēšanas laikā retrospektīvās refleksijas saturs veidojas no nelieliem stāstiem, kas tiek izstāstīti, atbildot uz izpratni veicinošiem jautājumiem. Šie jautājumi mudina klientu atlikt malā savas problēmas un veltīt laiku refleksijai. Tad notiek paškonstruēšanas un pašorganizācijas process, kas norisinās, klientam stāstot un pārdomājot savus sākotnējos stāstus, kuri atklāj viņa pašreizējo izpratni par kontekstu, apstākļiem un lomām. Autobiogrāfiskās pārdomas par šiem mikronaratīviem palīdz veidot izpratni un konstruēt jēgu. Šo stāstiņu stāstīšana ļauj klientam paraudzīties uz sevi no malas un labāk izpētīt savu dzīvi. Tad klients spēj rekonstruēt makronaratīvu, kas ļauj ieraudzīt savu dzīvi lielāka stāsta kontekstā. Izpratne par savu vietu šajā lielākajā stāstā jeb klienta mainītā identitāte ļauj viņam apzināti izvirzīt savu mērķi.

Izpratnes veidošana

Izpratnes veidošana ir viens no galvenajiem dzīves plānošanas konsultēšanas elementiem, jo tā palīdz no-skaidrot dzīves mērķi, veicina intencionalitāti un palīdz veidot dzīvi atbilstoši savai patībai. Iepriekšējās paaudzes, kas dzīvoja pastāvīgā sabiedrībā, varēja veltīt sevi vienai organizācijai, kura garantēja stabilitāti, mērķa izjūtu un pamatu 30 gadus ilgai karjerai. Tagad postmoderno laiku nepastāvīgā sabiedrība izraisa nestabilitāti, nedrošību un risku. Nepastāvīgā sabiedrībā daudziem cilvēkiem pašiem jāatrod atbildes uz jautājumiem „Kā es dzīvošu?” un „Kā man veidot savu dzīvi, lai sasniegtu

vēlamo?”. Sabiedriskās institūcijas vairs nesniedz tādas priekšrakstus, kas uz šiem jautājumiem palīdzēja atbildēt viņu vecākiem un vecvecākiem. Mūsdienās cilvēki rod atbildes, iesaistoties aktivitātēs, kas saistītas ar identitāti un ko nosaka cilvēka nolūki. Līdz ar to cilvēkiem ir jānododas saviem projektiem, nevis jāveido karjera kādā organizācijā.

Dzīves plānošanas konsultēšana mudina klientu izprast savu dzīvi, noformulējot nolūkus, izvirzot mērķi un apņemoties to sasniegt. Protams, lēmumi par karjeru tiek pieņemti, taču īstais rezultāts ir mērķa izjūta, kas nosaka daudzās izvēles, kuras veidos karjeru. Mērķa izjūta rada intencionalitāti, kas nosaka dzīves virzienu. Tieši tādēļ dzīves plānošanas konsultēšanā tiek uzsvērtā izpratnes veidošana, proti, lai noskaidrotu mērķi, kas kontrolē uztveri un izgaismo iespējas. Īsi sakot, mērķis nosaka nolūkus, kuri virza cilvēka rīcību darba sociālajā jomā.

Dzīves plānošanas konsultēšanā izpratnes veidošana ir saistīta ar naratīvu konstruēšanu. Klienti nāk uz konsultēšanu, kad ir pabeiguši kādu stāstu, kad viņi ir „izstāstīti” jeb izkrituši no stāsta. Iespējams, viņi vairs nesaprot savu situāciju un to, kā tajā rīkoties. Viņiem tagad ir jāizprot tie dezorientējošie aspekti, kas ir pārtraukuši vai sagrāvuši ierasto dzīves plūdumu. Vairums klientu ir apjukuši, un viņiem liekas, ka ir nonākuši pilnīgi jaunā situācijā bez scenārija, kas pateiktu, kas viņi ir un ko tagad darīt. Lai varētu sacerēt jaunu savas dzīves stāstu, viņiem ir jāsaprot, kas notiek. Izpratnes veidošana paredz, ka viņiem šī jaunā situācija ir jāsaprot un jāizsaka tādos vārdos un stāstos, kuri mudina uz koriģējošu rīcību. Jaunais stāsts rada ticamu pamatu, kas izskaidro notiekošo un piedāvā rīcības iespējas. Dzīves plānošanas konsultantu uztverē rīcība ir jēgpilna uzvedība. Džordžs Kellijs (*Kelly*, 1955) ir teicis, ka cilvēki iepazīst pasauli, rīkojoties un redzot rīcības sekas. Konsultēšana ir pabeigta, kad klients sāk apzināti rīkoties, lai konsultēšanas laikā radušos pagaidu izpratni pārbaudītu jaunajā naratīvā.

Dzīves plānošanas konsultanti palīdz *veidot* izpratni, proti, mēģina ietekmēt klienta izpratnes *veidošanos* un jēgas konstruēšanu, uzdodot izpratni veicinošus jautājumus, kuri atsauc atmiņā personiskus stāstus. Šie jautājumi ātri vien noved pie rekonstruēta un reorganizēta naratīva, kas ļauj noformulēt jaunu pamatu un sekmē nebijušu rīcību.

Tiem konsultantiem, kuri raizējas, ka dzīves plānošanas konsultēšana prasa, lai viņi interpretētu, kāda ir klienta dzīves jēga, gribu teikt, ka

izpratnes veidošana nav tas pats, kas interpretēšana (*Matlis & Christianson, 2014*). Izpratnes veidošana ir process, kurā cilvēki strukturē nedrošas vai neskaidras situācijas un piešķir tām jēgu. Savukārt interpretēšanā konsultants ir eksperts, kas palīdz klientam nonākt pie atziņas, atpazīstot apslēptu saturu un atklājot apslēptu jēgu. Interpretēšanā tiek pieņemts, ka jēgas karkass jau pastāv, un konsultants, izmantojot norādes, mēģina klientā to atpazīt. Piemēram, interpretējot testus saskaņā ar Džona Holanda karjeras tipoloģijas teoriju (*RIASEC*), konsultants izmanto norādes, ko sniedz klienta uzvedība (*Holland, 1997*). Izpratnes veidošana vairāk ir saistīta ar to, ko izdomā un atklāj klients, nevis ko interpretē konsultants (*Weick, 1995*). Veidojot izpratni, klients vispirms konstruē notikumus un skatpunktus, kurus viņš pats pēc tam izpratīs un par kuriem domās, radot pats savu jēgas karkasu, nevis izmantojot kādu citu. Īsi sakot, lai izveidotu izpratni, vispirms ir jākonstruē jeb jāsacer naratīvs. Jāpiemin arī, ka tas klienta jēgas karkass vai skatpunkts, kuram viņš dod priekšroku, nav uzreiz jāuzskata par objektīvu vai pareizu. Jebkurš skatpunkts ir tikai viens no daudziem iespējamajiem pieredzes organizēšanas veidiem, kuri var noderēt, veidojot izpratni un radot jēgu.

Otrā nodaļa

Karjeras maiņas naratīvs

Pirmajā konsultācijā dzīves plānošanas konsultants mudina klientu izstāstīt savu karjeras stāstu un nodoties autobiogrāfiskai refleksijai un pārdomām. Pirmo konsultāciju konsultants velta tam, lai izdibinātu karjeras maiņas naratīvu un īstenotu *karjeras konstruēšanas interviju*. Klienta atbildes tiks izmantotas otrajā konsultācijā, palīdzot klientam izprast savu karjeras maiņu, definēt nolūkus, izvirzīt mērķi un izveidot rīcības plānu. Taču vispirms konsultants ar klientu nodibina pirmo kontaktu.

Karjeras maiņas naratīva izdibināšana

Mērķis

Nodrošināt sadarbību, izveidojot attiecības, noformulējot mērķus un aprakstot uzdevumus (*Bordin, 1979*).

Pamatojums

Sākot konsultēšanu, konsultants iepazīstina klientu ar šo procesu. Viņš tieši vai netieši izskaidro trīs konsultēšanas aspektus. Pirmkārt, klients ir savas dzīves stāstu satura eksperts, bet konsultants – konsultēšanas procesa eksperts. Otrkārt, konsultāciju virza klients, bet konsultants viņu vada it kā no aizmugures, pārtraugot šo procesu. Treškārt, konsultanta uzdevums ir mudināt klientu strādāt. Konsultanta būtība ir uzdot jautājumus, nevis piedāvāt atbildes.

Līdz ar to konsultants pieņem klientu tādu, kāds viņš tajā brīdī ir. Tas, ka klienta problēmas un mērķi tiek akceptēti, ļauj klientam sajust, ka viņš ir eksperts un konsultāciju virzītājs. Progresu šajā ziņā sekmē izpēte par to, kādu jēgu klients šai situācijai piešķir un kā saistībā ar to jūtas. To darot, konsultants atzīst un atspoguļo to labāko, kas ir klientā. Konsultants arī klientam dara zināmu, ka viņam nav vienalga. Patiesas rūpes klientus ārkārtīgi aizkustina. Daudzi ir atzinuši, ka vissvarīgākie mirkļi ir bijuši tie, kuros konsultants par viņiem ir izrādījis patiesas rūpes.

Ievadjautājums

Nodibinājis pirmo kontaktu ar klientu un apliecinājis informācijas konfidencialitāti, konsultants veido sadarbības pamatu, uzdodot ievadjautājumu „*Kā es varu būt jums noderīgs?*”. Uzdodot šo jautājumu, konsultanti vienmēr saka „būt noderīgs”, nevis „palīdzēt”. Klienti nav bezpalīdzīgi. Viņi ir ieradušies saņemt konsultēšanas pakalpojumu. Saņemis sākotnējo atbildi, konsultants nebūt neuzskata, ka viss ir pateikts. Lai palīdzētu klientam atvērties, konsultants mudina viņu pastāstīt ko vairāk, vaicājot „*Vai varat pastāstīt vēl kaut ko?*”.

Kamēr klients runā, konsultants cenšas saprast viņa izjūtas. Daži klienti pauž savas emocijas brīvi un nepiespiesti, turpretim citi ir ļoti atturīgi. Pat tad, ja klients nelieto nekādus emocijas aprakstošus vārdus, konsultants cenšas sajust, ko pauž klienta apstākļi. Pamudinot un ļaujot klientam izteikties, var panākt, ka viņš sāk runāt par dziļākām emocijām, kas var būt pārmaiņu stūrakmens. Negatīvas un vidēji spēcīgas emocijas liecina, ka pārmaiņas ir nepieciešamas, kā arī motivē izpratnes veidošanu. Daži konsultanti klientiem paskaidro, ka emocijas ir tas, ko es pasaku pats sev (*Leitner & Fraidley, 2003*), un tās pievērš uzmanību tam, par ko es varētu kļūt.

Ir vēlams normalizēt klienta problēmu, paskaidrojot, ka tā ir saprotama un to piedzīvo daudzi. Konsultants to pasaka īsi, ja vien klientam par to nav vainas vai kauna sajūtas, tātad ar problēmu saistītas problēmas. Šādā gadījumā konsultants strādā ar klienta izjūtām par to, ka viņam ir problēma.

To, cik daudz pamatinformācijas konsultantam nepieciešams, izlemj katrs pats. Es apkopāju ļoti maz fona informācijas, jo uzskatu, ka konsultēšanas laikā būtiskais atklāsies pats. Tomēr daži konsultanti cenšas uzzināt vairāk par klienta izglītību un profesionālo pagātni. Pagātnes noskaidrošanai viņi velta daudz laika, taču tas ļauj justies ērtāk konsultantam, nevis klientam. Šādai pieejai raksturīgs arī tas, ka konsultācijas sākumā visu kontrolē konsultants, un klientam var rasties iespaids, ka konsultants ir kā ārsts, kas apkopo informāciju, nosaka diagnozi un tad atrisina problēmu.

Padomi

Izmantojiet metaforas, kuras sasaucas ar klienta metaforām. Piemēram,

ja klients jūtas nomaldījies jūrā, konsultantam vajadzētu izmantot tādas metaforas kā kompass, navigācija, vētra un droša osta.

Pārdomājiet, kādi ir stāsta baltie plankumi, proti, tas, kas nav pateikts vai nevar tikt pateikts.

Kad klients raud, viņš jūt, kas viņam ir vajadzīgs. Pieņemiet viņa asaras un ļaujiet tām aizvest pie nepiepildītajām vajadzībām.

Cieniet klienta klusēšanu. Pagaidiet, līdz no patības dzīlēm iznirs nākamā vajadzība vai tēls. Pauzes spēks slēpjas šajā auglīgajā tukšumā.

Noskaidrojiet, ko nozīmē klienta nopūtas, uzmanīgi ieklausoties tajā, kas pēc tām tiek pateikts. Iespējams, ka nopūtas cēlonis ir doma, no kuras viņam aizrāvusies elpa.

Noraidiet tādus vispārinājumus kā „*visi tā jūtas*”.

Apstrīdiet teikumus, kuros klients apgalvo, ka viņam *vajag* vai *vajadzētu* kaut ko darīt vai kaut kas *ir jādara*.

Uzsveriet vārdus, kas apliecina nepieciešamību, – *cerēt, gribēt, tiekties, vēlēties, pietrūkt, trūkt*.

Piefiksējiet vēlākai apspriešanai tādus vārdus, kas pastiprina nozīmi – *ļoti, ārkārtīgi, vienmēr, tiešām, pavisam, absolūti* –, jo tie var liecināt par kategorisku rīcību vai potenciālu stresu.

Pieturieties pie tā, ko grib klients, nevis īstenojiet tādus atbalsta pasākumus, kas jums patīk vai šķiet klientam vajadzīgi. Dzīves plānošanas konsultēšanas beigās jūs varat ieteikt papildu atbalsta pasākumus vai pakalpojumus.

Naratīva satura un formas izvērtēšana

Cilvēki dodas pie konsultanta, lai izprastu problēmas un tiktu galā ar notikumiem, kas viņiem ir jauni un neskaidri vai sagrauj viņu gaidas. Klienta atbilde uz ievadjautājumu atklāj stāstu, kas liecina par viņa pašreizējo karjeras maiņu. Tas ir visas turpmākās konsultēšanas pamats. Konsultants novērtē, cik labi klients izstāsta savu problēmu, t. i., cik labi viņš izprot šo pieredzi un ietērpj to stāstā. Konsultants pieņem šo īso stāstiņu, ko es saucu par *karjeras maiņas naratīvu*, un raugās, kā tas var attīstīties vairākās tematiskajās jomās, par kurām tas vēstī. Karjeras maiņas naratīvs

ved konsultantu uz priekšu, prognozējot sarežģījumus, apsolot jaunas atziņas un piedāvājot iespējamus risinājumus. Pieredzējuši konsultanti pēc šī it kā skopā stāsta bieži vien jau paredz konsultēšanas iznākumu, taču klients to vēl nespēj iztēloties un viņam ir jāizdzīvo konsultēšanas process, lai saprastu to, ko karjeras maiņas naratīvā pats jau ir paredzējis.

Naratīva saturs

Lai varētu saprast klienta stāstu, konsultants izvērtē gan tā saturu, gan to, kā klients to stāsta, – kādu jēgu viņš tam piešķir un kā saistībā ar to jūtas. Stāsta saturs atklāj, kā klients sevi pozicionē attiecībā pret problēmu, pret citiem cilvēkiem un pret konsultantu (Madill, Sermppezis & Barkham, 2005). Stāsta saturu konsultantam palīdz izvērtēt četri jautājumi.

Attiecībā uz problēmu: vai klients sevi redz kā spējīgu to atrisināt?

Vai klients problēmu apraksta kategoriski, izmantojot tikai negatīvus apzīmējumus un psiholoģijas terminus, vai ir pielaidīgāks un mazliet pauž arī pozitīvas emocijas?

Attiecībā uz citiem cilvēkiem: vai klients sevi redz kā tādu, kas saņem sabiedrības atbalstu un nepieciešamos resursus?

Attiecībā uz konsultantu: vai klients sevi pozicionē kā aktīvu sadarbības partneri?

Konsultants gandrīz uzreiz liek saprast, ka klientam būs jābūt darītājam, kas atrisinās problēmu sadarbībā ar konsultantu un izmantojot sabiedrības resursus.

Stāstīšanas process

Dzīves plānošanas konsultants pievēršas ne tikai stāsta saturam, bet arī klienta stāstīšanas veidam. Viņš apsver, kā vislabāk iesaistīties klienta stāstā, izvērtējot naratīva satura pausto nozīmi un jūtas. Konsultants sev vaicā: „Cik skaidri un sakarīgi šī stāsta saturs pauž to, ko tas klientam nozīmē un kā viņam liek justies?” Uz emocijām vērstās teorijas autori ir definējuši sešus veidus, kā klients var veidot savu stāstu (Angus & Greenberg, 2011). Šie stāstu veidi ir attiecināmi arī uz karjeras maiņas naratīviem, kuros

klients atklāj, ko vēlas sasniegt, izmantojot konsultēšanu. Daži stāstu veidi konsultantam liek vairāk koncentrēties uz satura nozīmes saprašanu, bet citi – uz jūtām. Šie seši stāstu veidi ir šādi: vecais, labais stāsts, nepastāstītais stāsts, neizstāstītās emocijas, pārejas stāsts, tukšais stāsts un konkurējošie sižeti.

Vecajā, labajā stāstā klients vispārīgi izklāsta situāciju vai problēmu. Atslēgvārdi: *nekad, vienmēr, visu laiku, mūžam.*

Piemērs. *Esmēģinusaprust, vaimanvajadzētupalikt tagadējā darbā vai ne. Pēc dienesta armijā es vienmēr esmu darījis tikai šo darbu. Es gribētu zināt, vai man vajadzētu palikt šajā jomā. Gadu gaitā es daudzreiz esmu domājis par darba mainīšanu, bet tā arī neesmu to izdarījis. Es allaž izlēmu, ka palikšu, kur esmu, līdz pensijai. Taču tagad atkal man bieži uznāk domas par karjeras maiņu. Es par to domāju visu laiku.*

Kad konsultants prāto, ko klienta stāsts varētu nozīmēt, viņš mudina klientu pastāstīt mazliet plašāk un vairāk pievērsties sīkumiem un detaļām (Kashdam, Barrett, & McKnight, 2015). Lai palīdzētu klientam veco, labo stāstu pabeigt, konsultants lūdz viņu no vispārinājumiem un klišejiem pāriet pie sava stāsta unikālā satura un tad izvērtē šī satura nozīmi un tā izraisītās sajūtas.

Nepastāstītais stāsts ir tāds, kurā klients apslēpj vai izlaiž kādu būtisku naratīva elementu.

Piemērs. *Pirmā kursa medicīnas students teica, ka ieiešana medicīnas skolas ēkā viņu nomāc. Uz jautājumu, kādas cerības uz viņu ir likuši vecāki, jauniešis atbildēja, ka viņiem ir vienalga, ar ko viņš pelna sev iztiku. Viņi tikai grib, lai dēls būtu laimīgs. Otrās konsultācijas laikā, kad konsultants izrādīja neizpratni par klienta situāciju, jauniešis atklāja, ka māte viņu spiež kļūt par ārstu, bet viņš pats to negrib.*

Lai palīdzētu klientam, kurš stāsta nepilnīgu stāstu, konsultants var uzdot jautājumu par to, kas, pēc viņa domām, stāstā nav minēts, bet tomēr pastāv. Dažkārt tomēr konsultantam ir jānogaida, līdz klients ir gatavs savu stāstu papildināt.

Neizstāstīto emociju gadījumā klienta naratīvs pauž spēcīgas jūtas

bez redzama iemesla. Jūtām pietrūkst konteksta un personiskas nozīmes.

Piemērs. *Drīz es būšu pabeidzis savu maģistrantūras programmu. Es neesmu daudz domājis par nākotnes profesiju un dzīvi pēc koledžas. Ieiešana reālajā pasaulē mani ļoti uztrauc. Tagad ir pienācis laiks nostāties uz kājām, būt profesionālim un sākt strādāt pilna laika darbu. Es, protams, zinu, ko es gribu darīt, un man ir trīs darba iespējas, bet man ir bail atstāt koledžu, tāpēc šķiet, ka es pieteikšos doktorantūras studijām, lai varētu palikt augstskolā, kur jūtos droši.*

Konsultants, kas grib izprast šādas spēcīgas, bet nepamatotas izjūtas, parasti izmanto aktīvās klausīšanās un empātiskās atbildēšanas paņēmienus (Carkhuff, 1969). Viņš cenšas saprast, kas varētu būt spēcīgo emociju cēlonis un nozīme.

Pārejas stāsts liecina, ka klients varētu būt pārveidošanās vai pārmaiņu procesā. Šādam naratīvam ir raksturīgas frāzes „es nupat atcerējos” vai „nezinu, vai tas ir svarīgi, bet..”.

Piemērs. *Pēc četrām nedēļām es pabeigšu augstskolu, un man šķita, ka es zinu, ko gribu. Bet pēkšņi es vairs nesaprotu, vai es tiešām gribu to darīt, vēl jo vairāk – visu mūžu. Esmu atradis jaunu jomu, kas mani ļoti interesē, taču nezinu, vai mana kvalifikācija tai būtu pietiekama vai arī būtu vajadzīga papildu apmācība.*

Dzirdot pārejas stāstu, konsultants var mēģināt izveidot laika līniju no pagātnes caur tagadni uz nākotni, lai noskaidrotu problēmas apstākļus, t. i., citus elementus, kas ir šīs situācijas pamatā un ir galvenā naratīva pirmsākums.

Tukšajā stāstā klients izklāsta dramatisku stāstu, kas pievēršas ārējiem notikumiem, bet nepauž nekādas jūtas.

Piemērs. *Priekšnieks man seksuāli uzmācas, un man ir jāatrod jauns darbs. Es nezinu, ko gribu darīt. Varbūt man vajadzētu izmantot šo iespēju un mainīt darbības jomu. Tā es varētu sākt visu no gala.*

Ja stāsts nepauž nekādas emocijas, konsultants cenšas noteikt, vai klients nemēģina izvairīties no nemiera un spriedzes sajūtas.

Vispirms iemantojot uzticību un izveidojot drošu vidi, kurā klients var atlaist savas sāpes, konsultants iejūtīgi un lēni cenšas panākt, lai klients izteiktu savas jūtas vārdos. Tad viņš palīdz klientam atpazīt savas emocijas, pievēršot viņa uzmanību tādām izteiksmīgām neverbālām izpausmēm kā zobu sakošana vai krēsla satveršana. Konsultants pats rūpīgi izvēlas vārdus, lai izpausmes veids būtu viegli emocionāls.

Konkurējošie sižeti ir stāsta veids, kas liecina, ka klientu mulsina savstarpēji konfliktējošas emocijas vai mērķi. Piemēram, viņa mērķis var būt pretrunā ar to mērķi, ko attiecībā uz viņu izvirzījuši vecāki.

Piemērs. *Es mēģinu saprast, kā rīkoties tālāk. Pašreiz tas nav skaidrs, jo ir iesaistīta mana ģimene. Es domāju, ka zinu, ko gribu darīt, taču tas nebūtu labi ģimenei. Tas viņus varētu ietekmēt negatīvi. Ja es pievērsšos savai karjerai, viss ir skaidrs; ja es pievērsšos ģimenei, arī viss ir skaidrs, tikai citāds. Bet, kad es mēģinu pievērsties abiem, situācija kļūst neskaidra.*

Jo labāk tiek izskaidrota nozīme un apzinātas emocijas, jo mazāka ir iespēja, ka klients būs nomākts. Skaidra nozīme un redzamas emocijas konsultantam rāda, kā turpināt sarunu ar klientu. Lai sekmētu problēmas atrisināšanu un mērķa izvirzīšanu, neatkarīgi no karjeras maiņas naratīva veida konsultantam ir jāizmanto empātiskās atbildes. Tās palīdzēs klientam izpētīt pašreizējās jūtas un apspriest nepiepildītās vajadzības un nenoformulētās nozīmes, kas izraisa šīs emocijas. Jo vairāk emociju tiks pārrunāts, jo labāk cilvēks tiks galā ar savu situāciju, tāpēc ka divas emocijas ir labāk nekā viena (Kashdan, Barrett, & McKnight, 2015). Vārdā nosauktas un situācijai pielāgotas emocijas ir vieglāk kontrolēt, un tās vai nu sekmē cilvēka centienus, vai arī kļūst nesvarīgas.

Konsultants var novērtēt klienta jūtas konkrētajā situācijā, izanalizējot karjeras maiņas naratīvā minētās emocijas. Te var noderēt šādi jautājumi.

Cik ar emocijām saistītu vārdu klients ir pateicis?

Cik atšķirīgu ar emocijām saistītu vārdu klients ir

pateicis? Cik specifiski ir šie vārdi?

Vai klients apliecina, ka apzinās situācijas sarežģītību, lietojot gan ar pozitīvām, gan negatīvām izjūtām saistītus vārdus?

Vai klients atpazīst savas izjūtas?

Vai klienta paustās emocijas tikai raksturo negatīvu pieredzi vai arī rosina viņu uz darbību?

Ātri atbildējis uz šiem jautājumiem, konsultants ir pilnībā gatavs atbildēt uz klienta karjeras maiņas naratīvu.

Konsultēšanas mērķu līdzkonstruēšana

Uzklausījis klienta aktuālo problēmu un varbūt arī nelielu papildinformāciju, konsultants mēģina saprast, ko klients vēlas no konsultēšanas panākt. Pētot, ko klients grib un ko negrib, noteicošā loma ir klienta pieredzei. Konsultantam ir jānoskaidro klienta pieņēmumi par to, kā notiek konsultēšana. Konsultants uzsver, ka klientam ir jānorāda, ja konsultants kaut ko ir pārpratis, nevis jāpakļaujas konsultantam tāpēc vien, ka viņš ir profesionālis. Daži konsultanti pat jautā: „*Kas ir sliktākais, ko es kā jūsu konsultants varētu izdarīt?*” Konsultants arī klientam paskaidro, ka klients ir savas pieredzes eksperts un konsultants tikai cenšas tautuvoties.

Tagad konsultants ir gatavs līdzkonstruēt kopīgos konsultēšanas mērķus. Kā reiz teicis Abrahams Linkolns: „Ja ir labi izvirzīts mērķis, puse darba jau ir padarīta.” Konsultants cenšas noskaidrot klienta izvirzītos mērķus tā, lai klients labāk iepazītu pats sevi, un atbalsta klienta iecerētās darbības. Sarunas laikā konsultants vēro, vai klients nesignalizē vēl par kādiem mērķiem vai netiešām problēmām. Abi kopā viņi rezumē problēmu un noformulē konkrētus konsultēšanas mērķus. Konsultants tos pieraksta uz papīra lapas, jo konsultēšanas beigās pie tiem būs jāatgriežas.

Izvirzot mērķus, konsultantam ir jātic, ka tos var sasniegt. Piemēram, kā dzīves plānošanas konsultants esmu sastapis klientus, kuri lūdz, lai viņiem palīdz uzrakstīt dzīvesgājumu. Šādā gadījumā es konsultāciju pārtraucu un nosūtu viņus pie darbā iekārtošanas speciālista. Ja konsultants klientu pie cita speciālista nosūta konsultācijas beigās vai nākamās konsultācijas sākumā, viņam var rasties iespaids, ka konsultantam nepatīk ar viņu strādāt.

Kad vienošanās par mērķiem ir panākta, konsultants iezīmē sarunas kontekstu, izklāstot robežas un apstiprinot konfidencialitāti. Lai veicinātu sadarbību, konsultants norāda, ko viņš sagaida no klienta un ko klients var sagaidīt no viņa. To darot, konsultants īsi apraksta katras konsultācijas uzdevumu un paredzētās procedūras. Tas šo procesu padara skaidru un saprotamu. Vairāk par intervijas sākšanu var uzzināt, lasot par karjeras konstruēšanas projektu veidošanu (Savickas, 2015b), par pirmās sarunas nozīmīgumu (Stiles, Leiman, Shapiro, Hardy, Barkham, Detert, & Llewelyn, 2006) un par klienta pozicionēšanu (Madill, Sermpézis, & Barkham, 2005).

Kad ir izveidotas attiecības, izvirzīti mērķi un aprakstīti uzdevumi, var tikt īstenota profesionāla sadarbība un konsultants ir gatavs vadīt karjeras konstruēšanas interviju.

Trešā nodaļa

Karjeras konstruēšanas intervija

Karjeras konstruēšanas intervija (KKI) ir strukturēta intervija, kuras laikā konsultants uzdod jautājumus par pieciem tematiem, kas atklāj dzīves tēmas un palīdz pieņemt lēmumus par pašreizējo karjeras maiņu. Minētie temati ir šādi: atdarināšanas cienīgi piemēri; žurnāli, televīzija un interneta vietnes; mīļākais stāsts; mīļākais teiciens; agrīnās atmiņas. Intervija tiek sākota, kad ir nodibinātas attiecības, noskaidroti mērķi un aprakstīts konsultēšanas process. Konsultants uzdod piecus KKI jautājumus, lai izveidotu struktūru izpratnes veidošanai, mērķa izvirzīšanai, nolūku formulēšanai un rīcības sekmēšanai. KKI koncentrējas uz klienta refleksiju, uzdodot vienkāršus un pakāpeniski pro-gresējošus jautājumus, kas liek viņam aizvien vairāk iedziļināties pagātnes pieredzē un pašreizējās problēmās. Kad klients atbild uz jautājumiem, konsultants izrāda interesi un zinātkāri, kā arī mudina pastāstīt sīkāk, uzdodams pārdomātus papildjautājumus.

Pirmais KKI jautājums: atdarināšanas cienīgie piemēri

Mērķis

Konstatēt, ar kādiem īpašības vārdiem var aprakstīt to, kā klients konstruē un uztver savu patību.

Pamatojums

Dzīves plānošanas konsultants vaicā par atdarināšanas cienīgiem piemēriem tāpēc, ka to atlasīšana ir cilvēka pirmā karjeras izvēle. Ja konsultants var uzdot tikai vienu jautājumu, šis ir vispiemērotākais. Atbilde uz to atklāj tēlus un pazīmes, ko klients ir izmantojis kā savas patības veidošanas projektu. Vēlīnajos pusaudža gados cilvēki šīs pazīmes vai identitātes fragmentus iekļauj savā sākotnējā profesionālajā identitātē.

Jautājums

Ko jūs bērnībā un pusaudža gados apbrīnojāt? Kas bija jūsu varoņi? Nosauciet trīs cilvēkus, izņemot savu māti un tēvu, kurus jūs apbrīnojāt, kad bijāt trīs līdz sešus gadus vecs. Tie var būt reāli cilvēki, ko jūs personiski pazināt vai arī nepazināt, fantāzijas tēli, piemēram, supervaroņi un animācijas filmu tēli, vai arī tēli no grāmatām vai plašsaziņas līdzekļiem.

Kad klients ir nosaucis vienu apbrīnas objektu, konsultants saka: „Parasti es lūdzu nosaukt trīs atdarināšanas cienīgus piemērus; nosauciet, lūdzu, vēl divus!”

Kad visi trīs atdarināšanas cienīgie piemēri ir nosaukti, konsultants lūdz tos pēc kārtas raksturot. Ja klients tikai pastāsta, ko viņa paraugs ir darījis, konsultants lūdz nosaukt arī kādas viņa personiskās iezīmes: „Es gribētu zināt, kādi jūsu paraugi bija. Lūdzu, nosauciet kādas īpašības vai personiskās iezīmes!” Ja klients galvenokārt apraksta fiziskās iezīmes, konsultants mudina nosaukt arī abstraktākas iezīmes, kas raksturo iekšējo psiholoģisko stāvokli, piemēram, domas, jūtas un vērtības. Konsultants neatlaižas, līdz klients nav pateicis dažus īpašības vārdus, kuri apraksta viņa parauga psiholoģisko portretu. Par katru paraugu viņš noskaidro vismaz četrus īpašības vārdus. Konsultants pievērš uzmanību arī tam, vai kādi vārdi neatkārtojas, jo atkārtošanās norāda uz svarīgākajām iezīmēm.

Padomi

Kad trīs atdarināšanas cienīgos piemērus raksturojošie īpašības vārdi ir apkopoti, ar to vajadzētu pietikt. Ja tomēr gribat noskaidrot vēl kādu apzīmējumu, uzdodiet šādus jautājumus.

*Kādā ziņā jūs līdzināties...?
Kā jūs atšķiraties no...?
Kas visiem trim paraugiem ir
kopīgs? Kā tie cits no cita atšķiras?*

Ja klients apgalvo, ka atdarināšanas cienīgs piemērs ir bijusi māte vai tēvs, konsultants tomēr lūdz nosaukt kādu citu. Atdarināšanas cienīgie piemēri tiek uztverti kā autonoma *identifikācija*, savukārt vecāki – kā heteronoma *ietekme*. Taču atdarināšanas cienīgi piemēri var būt citi ģimenes locekļi – vecvecāki, tantes, onkuļi, brālēni un māsīcas.

Pēc tam, kad trīs atdarināšanas cienīgo piemēru pazīmes ir noskaidrotas, konsultants var pārjautāt par vecākiem aiz cieņas pret to, ka klients viņus ir pieminējis. Es parasti uzdodu vienkāršu jautājumu, lai noskaidrotu piesaistes jomu: „*Pasakiet trīs vārdus, kas raksturo jūsu māti!*” Tad es to pašu lūdzu par tēvu. Dažkārt, ja uz to vedina karjeras maiņas naratīvs, es lūdzu vecākus aprakstīt detalizētāk.

Ja klients nekādi nespēj izdomāt nevienu atdarināšanas cienīgu piemēru no agrinās bērnības, konsultants var lūgt atcerēties, kam viņš ir gribējis līdzināties vēlāk bērnībā vai pat pusaudža gados.

Otrais KKI jautājums: žurnāli, televīzija, interneta vietnes

Mērķis

Konstatēt, kāda veida vide un darbības klientu interesē.

Pamatojums

Interese ir sajūta, kas rodas, kad kaut kas ir īpaši piesaistījis cilvēka uzmanību, izraisījis ieinteresētību vai zinātkāri. Interesi var novērtēt trīs veidos: izmantojot *aptauju* (piemēram, Stronga interešu izpētes aptauju), uzklusot klienta *domas* (piemēram, viņa profesionālās ieceres Pašizpētes aptaujā) un vērojot klienta uzvedības *izpausmes* (piemēram, reālā darbībā un vidē). Konsultējot individu, ieteicamākā metode ir intereses izpausmju vērošana, jo tai ir vislielākā prognostiskā ticamība. Savukārt, īstenojot profesionālās karjeras atbalstu grupā, priekšroka tiek dota aptaujām, jo konsultants nevar intervēt katru grupas dalībnieku.

Dzīves plānošanas konsultants vērtē interešu izpausmes, nosakot tās vides raksturīgās iezīmes, kurā klients parasti atrodas vai nu tieši, vai netieši. Tas tiek pamatots ar to, ka interesei ir raksturīga psihosociāla saikne starp cilvēku un vidi, tātad, lai būtu interese, vienmēr ir vajadzīgs objekts vai vide. Šī iemesla dēļ dzīves plānošanas konsultants cenšas noskaidrot, kāda vide piesaista klienta interesi. Šī dzīves plānošanas metode tiek izmantota, lai noskaidrotu klienta profesionālo līdzību, saskanīgumu un atbilstību. Dzīves plānošanas konsultanti parasti neizmanto interešu izpētes aptaujas, tomēr daži speciālisti, kas dzīves plānošanas konsultēšanu sākuši nesen, intereses izmērīšanai turpina izmantot šīs aptaujas, līdz kļūst pietiekami

pārliecināti par savu spēju novērtēt intereses izpausmes. Ja konsultants vēlas pārbaudīt interesi ar komerciālu produktu, arī šādi iegūtie rezultāti ir noderīgi.

Jautājums

Parasti konsultanti, sākot vērtēt interešu izpausmes, uzdod jautājumus par žurnāliem. *Vai jūs esat abonējis vai regulāri lasāt kādu žurnālu?* Kad konsultants ir noskaidrojis trīs iemīļotākos žurnālus, viņš iztaujā par katru no tiem, lai noskaidrotu klienta intereses, piemēram: „*Pastāstiet, lūdzu, par ko var izlasīt šajā žurnālā!*” Uzdodot papildu jautājumus, tiek izmantoti motivējoši vārdi.

Kas jūs piesaista ..?

Kāpēc jums .. šķiet

interesants? Kas jūs uzrunā

..?

Kāpēc jums labāk patīk šis, nevis ..?

Kas jums šajā žurnālā patīk?

Ja klientam nav nekādu iecienītāko žurnālu vai ja konsultants vēlas uzzināt ko vairāk par viņa interesēm, viņš var uzdot jautājumus par televīziju: „*Vai ir kāds televīzijas raidījums, kuru skatāties regulāri? Vai jūs atlicināt laiku kādam īpašam TV raidījumam?*” Kā parasti, konsultants lūdz nosaukt trīs piemērus un pēc tam iztaujā par televīzijas raidījumiem, izmantojot tādus pašus motivējošus jautājumus kā par žurnāliem.

Daži klienti ne lasa žurnālus, ne skatās televizoru, vai arī viņiem nav neviena iecienīta žurnāla vai raidījuma. Šādā gadījumā konsultants jautā par interneta vietnēm: „*Kuras interneta vietnes jūs regulāri apmeklējat?*” Arī šajā gadījumā konsultants lūdz nosaukt trīs vietnes un uzdod jautājumus par katru no tām.

Padomi

Pārliecinieties, ka esat noskaidrojis patiesās intereses, kas liek izvēlēties konkrētos žurnālus, raidījumus vai vietnes.

Palūdziet, lai klients saviem vārdiem pastāsta, kāpēc viņam tie liekas interesanti. Ja arī konsultants skatās šos raidījumus, viņš var pieņemt, ka saprot, kas piesaista klienta interesi, tomēr pilnīgi noteikti ir jāuzklausā arī klienta skaidrojums, jo viņam šajā raidījumā var patikt kas cits nekā konsultantam.

Trešais KKI jautājums: mīļākais stāsts

Mērķis

Saprast, kādus stāstus vai kultūras scenārijus klients, iespējams, izmanto, iztēlojoties karjeras maiņas iznākumu.

Pamatojums

Cilvēkiem iepatikas kāds stāsts no filmas vai grāmatas, jo tajā atspoguļojas viņa karjeras maiņas scenārijam vajadzīgā stratēģija. Mīļākajā stāstā var būt ietverts viņa dzīves nākamās epizodes sākotnējais plāns. Klienta mīļākie stāsti ļauj viņam ieraudzīt pašam savu dzīvi un skaidrāk saskatīt, kas būtu darāms tālāk. Klienta mīļākajos stāstos konsultants parasti redz vieglas norādes uz to, kas, pēc klienta domām, varētu būt iespējams vai jau daļēji iepīlānots.

Cilvēka kā darītāja raksturs dzīves laikā saglabājas diezgan nemainīgs, savukārt scenāriji mainās, lai ļautu darītājam pielāgoties jaunai darba videi. Katrai jaunai darba videi var būt vajadzīgs jauns scenārijs, tāpēc, mainot karjeru, cilvēki parasti izmanto jaunu stāstu. Jauns mīļākais stāsts piedāvā dzīvotspējīgus plānus un stratēģijas, no kuriem darināt scenāriju, lai pielāgotos karjeras maiņai. Arī jaunam dzīves posmam var būt vajadzīgs jauns scenārijs, piemēram, scenārijs, kas noder jaunībā, ejot pensijā, vairs nederēs. Atskatoties uz savu dzīvi, jūs, iespējams, varat noteikt mīļāko stāstu bērnībā, citu pusaudža gados un vēl citu jaunībā. Konsultanti parasti konstatē, ka indivīda scenāriji dažādos dzīves posmos ir mazliet līdzīgi, jo tajos atkārtojas virstēmas, kas nodrošina dzīves stāstu nepārtrauktību. Dažkārt konsultanti sastop tādus klientus, kam visu mūžu, sākot no bērnības, ir tikai viens mīļākais stāsts. Lai gan stāsta pamats paliek tas pats, parasti šie klienti gūst jaunas atziņas, kas viņiem ļauj pārskatīt un pielāgot savu scenāriju tā, lai tas atbilstu jaunās darba vides un dzīves posma prasībām.

Cits scenārijs ir vajadzīgs, ne vien mainoties darba videi un dzīves posmam, bet arī uzņemoties citu dzīves lomu, piemēram, dzīvesbiedra lomā var būt vajadzīgs cits scenārijs nekā darbinieka lomā. Šī iemesla dēļ cilvēkiem ir vairākas identitātes – katra identitāte ir viņa patība noteiktā lomā. Dzīves plānošanas konsultēšana pēc vajadzības var nodarboties ar attiecību lomu konstruēšanu un rekonstruēšanu vai nu saistīti, vai nesaistīti

ar darba lomām.

Jautājums

Kāds pašlaik ir jūsu mīļākais stāsts no kādas grāmatas vai filmas? Izstāstiet to! Vairums klientu izvēlas stāstu no grāmatas vai filmas, bet ir klienti, kuru mīļākais stāsts nāk no rokoperas („The Who” – „Quadrophenia”), no komiksa („Betmens: tumšais bruņinieks atgriežas”), no Bībeles (stāsts par Simsonu un Delīlu), no romāna attēlos (Kreiga Tompsona „Blankets”) vai bērnu grāmatas („The Little Engine That Could”).

Padomi

Uzdodot jautājumu, uzsveriet vārdu „pašlaik” vai „tagad”. Karjeras konstruēšanas teorijā tiek uzskatīts, ka scenāriji palīdz pielāgoties un būt elastīgiem jaunā vidē vai dzīves posmā. Lūdzot klientu nosaukt labāko filmu vispār, konsultants var atklāt virstēmu, bet ne pašreizējo situāciju.

Palūdziet, lai klients šo stāstu izstāsta saviem vārdiem. Tam vajadzētu būt vismaz četrus piecus teikumus garam, citādi var tikt izlaists kāds būtisks scenārija elements.

Ja uzreiz nav saprotams, kā šis stāsts varētu būt saistīts ar karjeras maiņas naratīvu, palūdziet nosaukt vēl vienu iemīļotu stāstu. Vēlāk, kad jums būs vairāk laika, jūs, iespējams, sapratīsiet abu stāstu vietu klienta makro- naratīvā.

Ceturtais KKI jautājums: mīļākais teiciens

Mērķis

Noskaidrot, kādu padomu klients dod pats sev.

Pamatojums

Dzīves plānošanas konsultēšanas mērķis ir panākt, lai klients sadzirdētu un cienītu pats savu gudrību. Šo mērķi nosaka princips, ka „atbildes zina tikai un vienīgi pacients” (Winnicott, 1969). Iemīļots teiciens ir labākais padoms, ko klients dod pats sev. Parasti tas ir tieši saistīts ar karjeras maiņas naratīvā aprakstīto problēmu un ir uzreiz saprotams gan klientam,

gan konsultantam. Šāds teiciens ir pašterapija, kurā klients atkārtoti sev saka, kas viņam jādara, lai savā stāstā sasniegtu nākamo nodaļu un tādējādi pilnveidotos. Turpmākajās sarunās ar klientu konsultants šo padomu vairākkārt atkārtoti un nostiprina.

Jautājums

Kāds ir jūsu mīļākais teiciens? Ja arī pēc laika un vairākiem mēģinājumiem klients to nevar izdomāt, konsultants var pajautāt: „Varbūt jums patīk kāds sauklis, ko esat redzējis uz plakāta vai automašīnas uzlīmes?” Var jautāt arī: „Vai jums ir dzīves moto?”

Padomi

Ja klientam nenāk prātā neviens mīļš teiciens, ierosiniet: „Varbūt jūs varat tagad to izdomāt pats?” Piemēram, četrpadsmitgadīga meitene, kas gribēja kļūt par rakstnieci, izdomāja teicienu „Iedomājies vēlēšanos, izmanto izdevību un skaties, kā piepildās tavi sapņi!”.

Ja klienta teicienu uzreiz nevarat izprast, palūdziet viņu pateikt kādu citu.

Ja pamanāt, ka klientam ir tetovējums, pavaicājiet, ko tas nozīmē. Tas var simbolizēt principu, kurš virza šī cilvēka uzvedību.

Piektais KKI jautājums: agrīnās atmiņas

Mērķis

Saprast, no kāda skatpunkta klients raugās uz karjeras maiņas naratīvā izklāstīto problēmu.

Pamatojums

Konsultantam palīdz tas, ka viņš iztēlojas skatpunktu, no kura klients redz pašreizējo problēmu vai karjeras grūtības. Šo skatpunktu var palīdzēt noteikt jēgas rašanas *plāns*, kas var ietvert *bažas* vai *paust ciešanas*.

Lai noskaidrotu klienta skatpunktu, dzīves plānošanas konsultants uzdod jautājumus par agrīnajām atmiņām (Mayman, 1960; Mosak, 1958). Klienta agrīnās atmiņas atklāj ļoti personisku pieredzes rekonstrukciju, kas atspoguļo pašreizējo patību. Agrīnās atmiņas palīdz konsultantam saprast,

kādā pasaulē klients dzīvo un kā viņš pret to izturas. Uzklusot agrīnās atmiņas, konsultants var sadzirdēt vārdos neizteiktus aizspriedumus par sevi un citiem, kas ļauj nonākt pie dzīves stāsta tēmām. Paplašinot metaforu par patību, kas spēlē uz skatuves, var teikt, ka agrīnās atmiņas atklāj to, kas norisinās aizkulisēs.

Jautājums

Kādas ir jūsu pirmās atmiņas? Pastāstiet trīs gadījumus, kas ar jums notika, kad bijāt trīs līdz sešus gadus vecs! Kad klients tos ir pastāstījis, konsultants jautā: „Ar kādu sajūtu jūs aprakstītu katras no šīm atmiņām?” Konsultants šo vispārīgo sajūtu pieraksta un uzdod nākamo jautājumu:

„Ja jums būtu fotogrāfija ar visspilgtāko mirkli no šīm atmiņām, kas tajā būtu redzams?” Kad par visām trim atmiņām tas ir pierakstīts, konsultants ar klientu katrām no atmiņām izdomā nosaukumu. Konsultants saka:

„Lūdzu, izdo-mājiet nosaukumu katrām no šīm atmiņām! Nosaukums ir kā avīžraksta virsraksts vai filmas nosaukums. Labā nosaukumā ir arī darbības vārds.” Tad konsultants izlasa pirmās agrīnās atmiņas un gaida, kamēr klients izdomās tām nosaukumu. Konsultants strādā ar klientu tik ilgi, līdz klients jūt, ka nosaukums ir gatavs. Agrīno atmiņu nosaukšana nav tikai valodniecisks uzdevums; tā ir rīcībspējas izpausme, kurā klients pats izprot savu pieredzi. Šajā procesā klients pats rada jēgu un sajūt tās emocionālo patiesību.

Padomi

Agrīnajām atmiņām ir jābūt saistītām ar konkrētu gadījumu. Piemēram, ja klients saka: „Katrā svētdienu mēs braucām pie vecmāmiņas,” konsultants lūdz klientu pastāstīt kādu konkrētu stāstu par ciemošanos pie vecmāmiņas.

Centieties panākt, lai par katrām agrīnajām atmiņām klients pateiktu vismaz četrus teikumus.

Pārliecinieties, lai katrā agrīno atmiņu nosaukumā būtu darbības vārds un vārds, kas apzīmē emocijas.

Karjeras konstruēšanas intervijas nobeigums

Kad karjeras konstruēšanas intervija ir pabeigta, konsultants dara zināmu,

ka pienākušas pirmās konsultācijas beigas, un jautā, vai klients nevēlas kaut ko piebilst. Konsultants paskaidro, ka šajā konsultācijā viņš ir izturējies kā žurnālists, lai uzzinātu klienta stāstu. Konsultants pastāsta, ka līdz nākamajai konsultācijai viņš šos stāstīņus izpētīs un apkopos vienā lielā stāstā, kas vēlāk tiks izmantots klienta lēmumu pieņemšanā un plānošanā. Tad konsultants ieplāno nākamo tikšanos pēc nedēļas.

noderētu pašreizējā karjeras maiņas situācijā. Viņš nezina

Ceturtā nodaļa

Dzīves portreta rekonstruēšana

Konsultāciju starplaikā konsultants mazos stāstus apkopo lielā stāstā jeb dzīves portretā, kas atklāj dziļāku jēgu un sekmē lēmumu pieņemšanu.

Sižets un tēma

Mērķis

Apvienot klienta mazos stāstīņus vienā lielā stāstā tā, lai tas uzlabotu klienta pašizpratni, mainītu skatpunktu, ļautu saprast ar karjeras maiņu saistīto risku, atvieglotu lēmumu pieņemšanu un pamudinātu uz rīcību.

Pamatojums

No karjeras konstruēšanas intervijā iegūtajiem stāstīņiem konsultants izveido kolāžu – dzīves portretu. Tā nolūks ir veicināt klienta transformāciju, rekonstruējot īsos stāstus tā, lai izveidotos svaigs un tēlainis skatījums, kas ļauj redzēt tālāk par acīm redzamo. Šī pārradišana palīdz klientam savā karjeras maiņas naratīvā atrast spēcinošu jēgu turpmākajai dzīvei. Dramatiska savas dzīves vēstures pārskatīšana piedāvā klientam iespējas, kā turpmāk dzīvot pilnvērtīgāk.

Rekonstruējot klienta stāstu, konsultants mazajos stāstos neko nemaina, bet tos sižetiski apvieno vienā lielā stāstā. Mazie stāsti ataino konkrētus notikumus, bet sižets veido stāsta virzību. Īsi sakot, dzīves plānošanā sižets ir tas, kā konsultants notikumus savirknē lielākā stāstā. Vienu un to pašu stāstu var izstāstīt, izmantojot dažādas sižeta līnijas jeb notikumu savirknējumu. Konsultants izdomā, kā klienta pieredzi sakārtot vienotā sižetā tā, lai tas

patiesību, proti, kāda ir šo stāstu patiesā jēga. Konsultanta izveidotais sižets nav ne unikāli objektīvs, ne idiosinkrētiski subjektīvs; dzīves plānošanas sižets noder, lai rekonstruētu lielu stāstu, kas atklāj vērtības un mazajiem stāstiem piešķir jaunu jēgu.

No daudziem iespējamajiem pieredzes sakārtošanas variantiem, kas var palīdzēt rast jēgu un atklāt vērtības, dzīves plānošanas konsultants lielā stāsta rekonstruēšanai izmanto vispārīgu sižeta struktūru. Lai klienta mikronaratīvus sakārtotu šajā vispārīgajā sižetā, konsultants izmanto struktūras noteikšanas sistēmu, kas ir integrēta KKI jautājumu dziļākā sižeta slāņos. Izpratni veicinošo jautājumu secība ir izveidota tā, lai klienta mikronaratīvus iesaistītu makronaratīvā. Pieci izpratni veicinošie jautājumi izvaicā par *patību*, par *skatuvi*, uz kuras patība spēlē, par nākamā cēliena *scenāriju*, par *padomu*, kā sākt, un par pamata *skatpunktu*, no kura uzlūkot karjeras maiņu.

Vispārīgās sižeta līnijas izmantošana, lai klienta mikronaratīvus iesaistītu makronaratīvā, ir vienkārša un saprotama. Mazliet vairāk pieredzes ir nepieciešams, lai atpazītu sižetu caurvijošo tēmu. Tēma ir galvenā doma vai jautājums, kas apvieno sižetu. Lai noteiktu tēmu, kura caurvij visu sižetu, konsultants no daudzajām skaidrojumu iespējām parasti izvēlas to, kura nodrošina pēc iespējas lielāku nepārtrauktību un labākas sakarības, tā apvienojot sižetu. Izvēlētajai tēmai ir jābūt pietiekami precīzai, lai tā saturētu jaunu izpratni par pagātni un tagadni, kā arī motivētu uz turpmāku rīcību. Atbilstoši dzīves plānošanas vispārīgajai sižeta struktūrai konsultants būtiskākos mazo stāstu aspektus sakoncentrē ap izvēlēto tēmu. Tādējādi konsultants uzsver šīs tēmas būtisko nozīmi pašreizējā karjeras maiņas situācijā. Rekonstruējot makronaratīvu, konsultants atkārtoti piemin un izceļ šo tēmu, apspriežot tās uzskatu, vērtību un mērķu izpausmes, kuras klients ir paudis sava stāstījuma mikronaratīvos.

Klienta stāstu pārstāstīšana atbilstošā secībā un saskaņā ar tēmu ir nevis interpretēšana, bet stāstījuma jēgpilna integrēšana, padziļinot jēgu un ierosinot, kā šo stāstu paplašināt dzīvi apliecinošā veidā. Dažiem klientiem ir nepieciešams pārrunāt, kas viņiem ir svarīgi, kas viņiem ir jāpauž, kas jāupurē un kā jāatjauno līdzsvars.

Padomi

Tam, ko klients sākumā ir stāstījis, konsultanta pārstāstā nevajadzētu

daudz mainītam.

Esiet kodolīgs. Klientam nav nepieciešama visa sākotnēji sniegtā informācija.

Atdzīviniet stāstu ar izsaukmes vārdiem un darbības vārdiem tagadnes formā.

Nevērtējiet, neanalizējiet un neskaidrojiet. Vienkārši izveidojiet stāstu, izmantojot vārdus no klienta atbildēm uz izpratni veicinošajiem jautājumiem.

1. uzdevums: noformulēt skatpunktu

Izmantojiet agrinās atmiņas, lai palīdzētu klientam aptvert un novērtēt to analogijas ar karjeras maiņas problēmu un koncentrēties uz jautājumiem, kurus viņi nevar ignorēt.

Pabeidziet dzīves portreta pirmo teikumu: „*Šajā karjeras maiņas situācijā mana galvenā problēma man atgādināja, ka ..*” Šis var būt gan atsevišķs teikums, gan garāka teksta ievads.

Pamatojums

Karjeras konsultēšanas intervijas pēdējā jautājuma – par agrīnajām atmiņām – nolūks ir iegūt informāciju par klienta skatījumu uz karjeras maiņu. Šis ir pēdējais KKI jautājums, jo tas ir vispersonīgākais. Šī iemesla dēļ konsultants to uzdod tikai tad, kad ir nodibinātas uzticības pilnas attiecības un klients izjūt sava veida saikni ar konsultantu. Dzīves portreta veidošanai parasti ir dziļa jēga, tāpēc vispirms, balstoties uz agrīnajām atmiņām, ir jānoskaidro klienta skatpunkts.

Pirmajā jēgas līmenī konsultants atbild, kā agrinās atmiņas, jo īpaši pašas pirmās, rada skatpunktu, no kura raudzīties uz karjeras maiņas naratīvā atklāto problēmu. Konsultants novērtē, kā problēmas aplūkošana no agrīno atmiņu skatpunkta izgaismo tālāko ceļu. Ja starp agrīnajām atmiņām un karjeras maiņas naratīvu ir redzamas kopīgas iezīmes, viņš pat var izveidot analogiju starp tiem.

Otrajā, dziļākajā, līmenī konsultants atbild, vai šis skatpunkts ir arī pārņemtība, kuru var pārvērst par aizņemtību, proti, profesiju. Pārņemtība ir ne tikai skatījums uz pašreizējo problēmu; to bieži izmanto kognitīvajās

shēmās dažādas pieredzes interpretēšanai. Šajā līmenī agrinās atmiņas bieži atklāj svarīgu pamatlohu vai nepiepildītu vajadzību.

Trešajā, visdziļākajā, līmenī konsultants atbild, vai pārņemtības pamatā nav dziļas sāpes. Sāpes nav emocijas; tā ir holistiska sistēmas reakcija uz traumu un ievainojumu. Sāpes rodas, ja cilvēks tiek nošķirts no kaut kā viņam dārga vai to zaudē. Metaforiski izsakoties, ievainojums, brūce var būt arī dzemde, kurā rodas kaut kas jauns. 13. gadsimta persiešu dzejnieks Rūmī ir teicis: „Caur brūci tevī ienāk gaismā.” Gaisma parasti izgaismo citu stāstu, ceļu tālāk, kas veidojas sāpēs. Lai noskaidrotu nepiepildītās vajadzības un to, kas patlaban veidojas, konsultants var censties izsekot sāpēm līdz to pirmcēlonim, līdz dzemdei. Pieaugot klienta izpratnei par savām vajadzībām un iespējām tās piepildīt, konsultants saglabā empātisku saikni ar klientu. Vairums klientu jūt, kas viņiem ir vajadzīgs, un, iepazīstot sevi arvien labāk, var sākt raudāt.

Daži mazāk pieredzējuši konsultanti var justies neērti, redzot klienta sāpes, kad viņš atplēš savu brūci. Šie konsultanti agrīno atmiņu jautājumus var izlaist un sākt strādāt ar informāciju, ko dod atdarināšanas cienīgie piemēri, izvairoties no tiešām sāpēm. Tomēr, ja konsultants ir drošs, ka ar klienta sāpēm tiks galā, viņš izvērtē, vai šī karjeras maiņa atgādina par pārrāvumu tuvās attiecībās vai izsīt pamatu zem kājām. Strādājot šajā līmenī, konsultants veic terapiju jeb dziedināšanu. Dziļākajā līmenī sāpes aktuālo problēmu parāda jaunā gaismā, sasaistot ar to, kas noticis agrāk, un, galu galā, atkal pievērš uzmanību skatpunkta mainīšanai, kas aprakstīta pirmajā jēgas līmenī.

Izvērtēšana

Lai gan agrīno atmiņu saturs nāk no pagātnes, stāsti ir par tagadni. Tie tagad palīdz veidot dzīvotspējīgu nākotnes redzējumu un stratēģiju. Atmiņa ir aktīvi selektīva, un klients intuitīvi izvēlas tās agrinās atmiņas, kas ir saistītas ar pašreizējo problēmu. Piemēram, klientei darbā ir radušās grūtības un viņa izstāsta agrinās atmiņas par savu auklīti, kas aizslēdza mājas durvis un viņu, trīsgadīgu meiteni, atstāja ārā. Konsultantam ir jāsaprot, kā kliente jūtas tagad, kad viņa netiek pielaista pie iespējām darbavietā. Cits piemērs ir klients, kas izstāsta agrinās atmiņas par to, ka viņam ir nomainītas autiņbiksītes tad, kad viņš to nav gribējis, un konsultants var mēģināt saprast, kādas negribētas pārmaiņas klienta karjerā norisinās tagad. Pievērsiet uzmanību, ka abos stāstos nozīmi atklāj

galvenais darbības vārds, un parasti tas tā ir visos agrīno atmiņu stāstos. Dzīves portretā konsultantam šis vārds ir jāpaplašina.

Dzīves plānošanas konsultantam ir jāzina ne tikai tas, ka agrīnās atmiņas vēsta par tagadni, bet arī tas, ka klients pastāsta tos stāstus, ko viņam pašam vajag dzirdēt. No visiem saviem stāstiem klients izvēlas tieši tos, kuri atbalsta pašreizējos mērķus un iedvesmo uz rīcību. Viņš nevis atceras, bet atsauc pagātni tā, lai agrākie notikumi atbalstītu šā brīža izvēles un liktu pamatu nākotnei. Konsultanta uzdevums ir mudināt klientu sadzirdēt vēsti *no patības patībai*. Šī vēsts ir ietverta katrās agrīnajās atmiņās.

Lai izprastu agrīnās atmiņas, konsultants var izmantot impresionistisku un intuitīvu pieeju vai arī vienu no daudzajām interpretācijas sistēmām. Manuprāt, ieteicama ir Vinstona Klārka aprakstītā metode (Clark, 2002). Es agrīnās atmiņas mēģinu izprast, apvienojot intuīciju ar kodolīgu, loģisku struktūru. Es sāku ar vispārēju priekšstatu par to, kā klients ir saistīts ar citiem cilvēkiem savā stāstā. Pēc tam es pārdomāju un paplašinu galveno darbības vārdu, jo bieži tas norāda, kā cilvēks visbiežāk darbojas pasaulē. Vārds, kas apzīmē sajūtas, visticamāk, ataino tādas emocijas, ko viņš jūt bieži, jo īpaši karjeras maiņas posmā. Nosaukums parasti atklāj šo atmiņu galveno jēgu un liecina par tēmu. Visbeidzot es salīdzinu agrīnās atmiņas ar to problēmu, kas atklājās karjeras maiņas naratīvā. Tādējādi es apsveru iespēju, ka karjeras maiņas mērķis ir aktīvi atrisināt problēmu, kura parādās agrīnajās atmiņās. Piemēram, ja cilvēks tiek atstāts aiz aizslēgtām durvīm, viņam ir jāatrod veids, kā iekļūt iekšā, vai jādodas uz citu vietu. Ja cilvēks ir spiests mainīties, viņam ir jāatrod veids, kā saglabāt noteiktu dzīves nepārtrauktību.

Piemērs. Trīsdesmit piecus gadus veca sieviete, ko sauksim par V. V., devās pie karjeras konsultanta, lai izvērtētu savas karjeras iespējas tad, kad viņas dēls sāks skolas gaitas. Viņas agrīnās atmiņas bija šādas.

Es atceros, ka trīs vai četru gadu vecumā gulēju slimnīcas gultā, kurai apkārt bija redeles. Visapkārt. Gaisma bija blāva, telpa bija tumša. Es gaidīju, kad uz slimnīcu atnāks mamma un pasēdēs pie manis. Es sabēdājos, jo man likās, ka viņa neatnāks. Laiks vilkās tik lēni. Es atceros: kamēr gaidīju, viņi man iedeva 7Up vai Sprite limonādi. Beidzot viņa atnāca un iedeva man rotaļu zosi. Tā bija Zosu mamma.

Starppersoniskā orientācija: ilgas pēc attiecībām.

Galvenais darbības vārds: gaidīt (viņa ilgojas, cer, sapņo). Sajūtas: vientuļa, bēdīga, izolēta.

Nosaukums: „Kur ir mana mamma?”

Skatpunkts: nošķirta no citiem cilvēkiem un vientuļa; vēlas saikni ar citiem cilvēkiem.

No pasīvā uz aktīvo: palīdzēt cilvēkiem, kuri ir vieni un kam vajadzīga aprūpe.

V. V. dzīves portreta pirmais teikums: *Šajā karjeras maiņas situācijā mana galvenā problēma man atgādināja, ka es baidos būt viena un pamesta.*

Stāsta secības analīze

Ir ieteicams palūgt klientu pastāstīt trīs agrīnās atmiņas, jo cilvēki savu pārņemtību bieži pauž vairākos stāstos. Es sekoju līdzi klienta domu gaitai no vienām agrīnajām atmiņām uz otrām, izmantojot Magdas Arnoldas izstrādātos stāstu secības analīzes principus (Arnold, 1962). Pirmās agrīnās atmiņas vēsta par to, kas klientu uztrauc visvairāk. Agrīnās atmiņas norāda, kā klients ir iestrēdzis vai cieš. Viņš var būt iesprostots šajā stāstā, jo tā ir bijusi ierobežojoša pieredze. Saskaņā ar Šarlotes Bīleres (Buhler, 1935, 58. lpp.) definīciju *ierobežojoša pieredze* ir tas, ko cilvēks sajūt kā savas patības robežu, kuru viņš nespēj šķērsot. Otrās agrīnās atmiņas šo problēmu bieži vien paspilgtina un detalizē. Labs nāk ar gaidīšanu – trešās agrīnās atmiņas bieži vien parāda iespējamo risinājumu vai atrisinājumu. Tajās konsultants mēģina ieraudzīt to pārveidojošo rīcību, kas klientam ļautu pasīvas ciešanas pārvērst par aktīvu situācijas pārvaldīšanu. Pārveidojošās agrīnās atmiņas uzsūc sāpes; klientu arvien mazāk uz priekšu grūž sāpes, bet vairāk velk iespējas.

Aplūkosim piemēru! Klients izstāstīja savas pirmās agrīnās atmiņas: „Es atceros, kamēspārvācāmiesuzjaunumāju.” Espaplašinājugalvenodarbības vārdu, jo domāju, ka tas attēlo darbību, kas viņa dzīvē notiek bieži. Ar intuīcijas palīdzību es iztēlojos, ka viņš pārvācas, ka viņam patīk kustība un būt kustībā, patīk būt citu iekustinātajam un pašam tikt iekustinātam, patīk būt motivētam un nepatīk sēdēt mierā. Es ņēmu vērā arī to, ka viņa aprakstītā pārvākšanās bija uz jaunu māju, tātad būtisks elements šajā tēmā

ir pārvietošanās uz jaunām situācijām, kam, domājams, ir gan pozitīvie, gan negatīvie aspekti. Otrās agrīnās atmiņas bija par grūtībām pielāgoties pēc pārvākšanās. *Reiz es braucu ar riteni augšā kalnā, mīdamies, cik vien spēka, lai neiestīgtu problēmu purvā tur lejā.* Abas agrīnās atmiņas attēloja viņa karjeras problēmu: viņš kārtējo reizi bija nomainījis darbu un strādāja, cik smagi vien spējams, un tomēr viņam bija grūti iedzīvoties. Viņš juta, ka spēki, kurus viņš nespēj kontrolēt, velk viņu uz leju. Es uzrakstīju šādu viņa dzīves portreta aprakstu, lai raisītu viņā pārdomas: *„Šajā karjeras maiņas situācijā mana galvenā problēma man atgādināja, ka es baidos iestīgt problēmu purvā, kad izmēģinu kaut ko jaunu.”*

Klienta trešās agrīnās atmiņas norādīja uz iespējamo risinājumu. Tajās viņam bija četri gadi un mamma bija viņam nopirkusi vairākas dzimšanas dienas kartītes. Kad māte viņam lasīja, kas uz tām rakstīts, viņš bija pārsteigts, ka runāto var uzlikt uz papīra un to saprast. Viņš teica: *„Šķiet, tas manī raisīja brīnuma sajūtu.”* Varbūt šo problēmu, ka viņš tiek vilkts uz leju, var atrisināt vārdi uz papīra. Karjeras laikā viņš bija nomainījis astoņas darbavietas, strādādams tajā pašā profesijā, un 55 gadu vecumā meklēja konsultanta palīdzību, lai apspriestu profesijas maiņu. Viņš bija finansiāli nodrošināts un gribēja darīt ko jaunu, piemēram, iesaistīties politikā. Drīz kļuva skaidrs, ka šis jaunais ir kļūšana par autoru un motivācijas oratoru. Viņš mācīs cilvēkus pielāgoties jaunām situācijām tā, lai viņi netiktu ievilkti purvā.

Vispirms pamēģiniet sasaistīt trīs klienta izvēlētos nosaukumus, lai redzētu, vai tie veido lielāku stāstu. Parasti tie savirknējas secībā no pirmā uz trešo, taču dažkārt secība var būt no trešā uz pirmo. Uzrakstiet pirmo agrīno atmiņu nosaukumu un tad vienu divus teikumus par tajā atainoto skatpunktu un sajūtām. Noteikti paplašiniet agrīno atmiņu galveno darbības vārdu; parasti tas ir pirmais darbības vārds. Tad uzrakstiet otro nosaukumu un pāris teikumus, kas paskaidro, kā tas detalizētāk atklāj pirmās agrīnās atmiņas. Visbeidzot uzrakstiet trešo nosaukumu un dažus teikumus par to, kā tas varētu norādīt uz problēmas atrisinājumu. Lūk, piemērs, kā klienta domu gājienam tiek izsekots no vienām agrīnajām atmiņām pie citām.

Jūsu pirmais nosaukums ir „Meitene ir nogurusi no vecā, labā stāsta”. Vienu un to pašu uzdevumu un vienādas pieredzes atkārtošanās jūs garlaiko un izraisa neapmierinātību. Taču otrajā nosaukumā jūs paskaidrojat, ka „Meitene baidās no

pārmaiņām”. Šķiet, jūs satrauc pārmaiņas, ko radītu aiziešana no ierastās, drošās darbavietas, kaut arī tā jūs ārkārtīgi garlaiko. Trešajā nosaukumā jūs norādāt, ka „Meitene atrod jaunu skatpunktu”. Jūs paskaidrojat: lai varētu mainīt to, kā jūs kaut ko darāt, ir jāmaina tas, kā jūs uz to raugāties. Paraudzišanās no jauna skatpunkta ir intriģējoša, izaicinoša, dra-matiska un aizraujoša.

Pirms stāsta secības analīzes nolasīšanas konsultants aicina klientu dzirdēto pārdomāt un izteikt savus komentārus par katru nosaukumu un tā skaidrojumu, lai saprastu šī procesa tālāko virzību.

Padomi

Sekmējiet refleksiju un rosiniet klientu uz darbību, izmantojot tādus atklāsmes vārdus kā *domāt, aptvert un uzskatīt*, kā arī cēloniskos vārdus, piemēram, *jo, ietekme un iemesls*.

Ieturiet pauzi, lai pārdomātu sarunas izraisītās sajūtas.

Runājot par kaut ko jaunu, izmantojiet klientam saistošas metaforas. Tās viņam var palīdzēt pāriet no zināmā uz nezināmo. Agrīnās atmiņas ir bagātīgs metaforu avots, un to priekšrocība ir tā, ka tās darinājuši paši klienti, tāpēc tās viņiem būs īpaši nozīmīgas. Piemēram, kāda kliente agrīnajās atmiņās pastāstīja, kā kāpšana pa trepēm atmuguriski viņai ir devusi jaunu skatpunktu. Vēlāk mēs šo metaforu izmantojām, pārrunājot, kā viņai vajadzētu nokāpt pa karjeras kāpnēm, lai iegūtu jaunu skatpunktu pirms karjeras maiņas.

2. uzdevums: aprakstīt patību

Šajā posmā konsultants cenšas gūt nojausmu par klienta pašuztveri, izmantojot viņa radītās nozīmes.

Pabeidziet dzīves portreta nākamo teikumu: *Es esmu* _____,

_____ *un* _____.

Pamatojums

Atdarināšanas cienīgie piemēri ir iztēles resursi, ko cilvēks izmanto, veidojot savu identitāti. To izvēle norāda uz lēmumiem, kas saistīti ar

savas patības konstruēšanu, un uz raksturīgajām iezīmēm, ko, pēc viņa paša domām, sevī vajadzētu attīstīt. Tas, kā klients apraksta savus paraugus, atklāj viņa pamatuzskatus par savu patību. Tie īpašības vārdi, ar kuriem viņš apraksta atdarināšanas cienīgos piemērus, vienlīdz attiecas uz viņu pašu. Pusaudzā gados cilvēks ar imitētajām iezīmēm saaug vienā identitātē. Konsultants apvieno šīs iezīmes verbālā skicē, kurā redzams īss, vispārīgs pārskats par klienta raksturu.

Izvērtēšana

Ieskicējot klienta rakstura kontūras, konsultants identificē viņa galvenos priekšstatus par sevi, izvērtējot prioritāti, atkārtošanos un komplicētību. Vispirms konsultants pievēršas pirmajam īpašības vārdam, kuru klients attiecināja uz pirmo atdarināšanas cienīgo piemēru. Prioritāte parasti liecina par svarīgumu. Līdzīgi kā pirmais galvenais darbības vārds agrīnajās atmiņās, arī pirmais īpašības vārds sava parauga aprakstā norāda uz būtisku iezīmi.

Par svarīgumu liecina ne tikai prioritāte, bet arī atkārtošanās. Saskaņā ar psiholeksisko hipotēzi konsultants atkārtotos vārdus un frāzes pēta tāpēc, ka biežāk izmantotie vārdi apraksta nozīmīgākās patības iezīmes. Atkārtotie vārdi arī norāda uz stabilām īpašībām, kuras attiecas uz diezgan konsekventu uzvedību dažādās situācijās (*Leising, Scharloth, Lohse, & Wood, 2014*).

Konsultants ne tikai pievēršas atkārtotajiem vārdiem, bet arī nosaka nosaukto īpašību skaitu, jo tas liecina par pašuztveres komplicētības līmeni.

Visbeidzot konsultants izvērtē, vai divi vārdi neliecina par konfliktējošām iezīmēm un vai šķietamā pretruna tiek atrisināta saskanīgā sintēzē. Koncentrēšanās uz diviem īpašības vārdiem, kas tiek uztverti kā nesaderīgi, parasti ļauj klientu labāk izprast. Piemēram, klients sevi var aprakstīt gan kā skarbu, gan maigu. Parasti šie īpašības vārdi nav saderīgi, taču klientam ir raksturīgi tie abi, jo, iespējams, viņš ir aizstāvējis vājākos no pāridarītājiem. Uzzinot, kā klients pretējās īpašības ir apvienojis, atklājas kāda unikāla klienta patības iezīme.

Kad iegūti vairāki patību raksturojoši apzīmētāji, konsultants noformulē īsu un precīzu klienta rakstu-rojumu. Piemēram, V. V., kas atcerējās, kā slimnīcā gaidījusi māti, teica, ka bērnībā viņas pirmais paraugs bija Supersieviete. Supersievieti – un netieši arī sevi – viņa aprakstīja ar šādiem

vārdiem: *izpalīdzīga, spēcīga, bet ne vardarbīga, vienmēr gatava vērst visu par labu*. Otru savu atdarināšanas cienīgo piemēru, Kseniju, viņa raksturoja šādi: *stipra, bezbailīga, aizstāv nevainīgos, iestājas par citiem, cīnās par to, kam tic*. Viņas trešais paraugs bija Bārnijs, ko viņa aprakstīja kā *optimistisku, līdzjūtīgu un vienmēr izpalīdzīgu*.

V. V. dzīves portreta otrais teikums: *Es esmu stipra, līdzjūtīga un izpalīdzīga. Es vienmēr aizstāvu nevainīgos, taču ne vardarbīgi*.

Ievērojiet, ka V. V. divreiz izmantoja pastiprinošo vārdu „vienmēr”. Konsultants izdevīgā brīdī pārrunās to, ka uzskats, ka citiem vienmēr jāpalīdz, var radīt stresu.

Padomi

Neņemiet vērā izteikti vērtējošus vārdus, tādus kā *labs, lielisks un slikts*.

Abstraktāki vārdi attiecas uz ietekmīgākām īpašībām pašuztveres hierarhijā. Ja klients, aprakstot savus paraugus, izmanto vairākus līdzīgus vārdus, izvēlieties vai nu visvairāk atkārtoto vārdu, vai arī visabstraktāko vārdu, kas apraksta uzvedību. Piemēram, no līdzīgu apzīmētāju grupas

„žēlsirdīgs, uzmanīgs, pieklājīgs, rūpīgs, laipns”, izvēlieties vārdu *„laipns”*.

Ja atdarināšanas cienīgā piemēra aprakstīšana cilvēkā izraisa emocijas, izpētiet, ko šis paraugs simbolizē jēgas un jūtu ziņā.

Vecāku un paraugu internalizācijai psihē ir dažādas lomas. Cilvēki izvēlas atdarināmos paraugus, nevis vecākus. Klienti *uzņem* vecāku ietekmi, bet *pārņem* savu paraugu identitātes iezīmes.

Kolektīvajās kultūrās vecāku vadošā ietekme karjeras konstruēšanu ietekmē daudz spēcīgāk nekā identificēšanās ar atdarināšanas cienīgiem piemēriem.

3. uzdevums: veidot saikni starp agrīnajām atmiņām un atdarināšanas cienīgo piemēru īpašībām

Atrodiet agrīnajās atmiņās atklātā skatpunkta un pārņemtības saikni ar risinājumiem, kas izpaužas kā paraugiem piedēvētās īpašības.

Izveidojiet klienta rakstura arku, pabeidzot trešo dzīves portreta teikumu; tas parasti pauž visas rindkopas tēmu: *Lai atrisinātu problēmas, pieaugot es*

_____pārvērtu par_____.

Pamatojums

Atrodot savos atdarināšanas cienīgajos paraugos problēmu risinājumu, klients mainās. Dzīves portrets ataino tās raksturīgās iezīmes, kuras klients ir pārņēmis no saviem paraugiem, lai atrisinātu agrīnajās atmiņās aprakstītās problēmas. Tātad konsultants ne vien izveido sižetu no mikronaratīviem, bet arī izveido rakstura arku. Arka simbolizē iekšējo ceļojumu, kas raksturīgs klienta transformācijai. Konsultants uzsver, kā parauga raksturīgo iezīmju iepludināšana savā identitātē vēlino pusaudža gadu un agrīnās jaunības laikā veido to, kas viņš ir, un palīdz veidoties par to, kas viņš būs.

Izvērtēšana

Rakstura arku atklāj dzīves plānošanas sižeta struktūras secība. Sākot apspriest arku, konsultants nosaka klienta skatpunktu un pārņemtību, ko viņš ir atklājis agrīnajās atmiņās, un tad sāk sarunu par to, kā klients ir izvēlējis atdarināmos paraugus. Gandrīz visiem klientiem atdarināšanas cienīgie piemēri parāda, kāds ir viņu agrīno problēmu risinājums un kāda ir viņu pastāvīgā pārņemtība. Līdz ar to dzīves plānošanas konsultantam ir jāsaprot un ar dzīves portretu jāpavēsta klientam, kā viņa atdarināšanas cienīgie piemēri atrisina agrīnajās atmiņās paustās problēmas. Aplūkosim, piemēram, V. V. – klienti, kura atcerējās, ka, slimnīcā gaidot māti, ir jutusies vientuļa. Mēs uzzinājām, ka viņas atdarināmais paraugs Supersieviete vienmēr ir klāt, lai palīdzētu un glābtu cilvēkus.

V. V. dzīves portreta trešais teikums: *Lai atrisinātu problēmas, pieaugot es pamestības sajūtu pārvērtu par nemītīgu gatavību palīdzēt tiem, kas šajā pasaulē jūtas vieni.*

Aplūkosim vēl kādu piemēru: pieaugusi sieviete, kas izvēlējās profesijas, kurās jāpalīdz cilvēkiem. *Es atceros, ka iekritu onkuļa baseinā. Es nepratu peldēt un lēnām grimu lejā, bet tad paskatījos uz augšu un redzēju, ka kāda roka mani izvelk laukā. Es biju bezpalīdzīga un nobijusies. Viņas pirmais atdarināšanas cienīgais piemērs bija Dorotija no grāmatas „Oza zemes brīnumburvis”, jo viņa bija patstāvīga un spēja palīdzēt citiem sasniegt to,*

kā viņiem dzīvē trūka. Viņa bija pietiekami drosmīga, lai cīnītos ar Jauno raganu un dotos uz nezināmu zemi. Dorotija iemiesoja patstāvību, nevis bezpalīdzību un drosmi, nevis bailes. Un, protams, viņas spēja palīdzēt citiem sasniegt to, kā viņu dzīvē trūkst, labi sasaucās ar šīs klientes profesiju.

Daži klienti šīs sakarības ierauga paši, pirms vēl konsultants ir pievērsis tām uzmanību. Piemēram, aprakstot savu varoni Nensiju Drū, sieviete teica: *„Es vienmēr apbrīnoju viņas drosmi, jo es nebiju drosmīgs bērns. Viņa darīja to, no kā parasti baidās. Es brīnījos, kā viņa viena pati tumsā var nokāpt lejā pa kāpnēm, izgaismojot ceļu ar kabatas bateriju. Es vēl tagad neesmu tik drosmīga kā viņa, taču es pie tā strādāju.”*

Padomi

Centieties parādīt klientam viņa rakstura arku, kurā viņš agrīnajās atmiņās redzamās pasīvās ciešanas pārvērš aktīvā situācijas pārvaldīšanā, pārņemot savu paraugu īpašības. Sevišķi uzsveriet domu par pāriešanu no pasīva stāvokļa aktīvā un pastāstiet, kā šāda pāreja palielinās un nostiprinās viņa rakstura arku.

Ja jums ir grūti atrast sakarības, paņemiet papīra lapu un kreisajā pusē uzrakstiet klienta pirmās agrīnās atmiņas, bet labajā pusē – atdarināšanas cienīgā piemēra īpašības. Tad savienojiet abas puses ar līniju, kas simbolizē pasivitātes pārvēršanos aktivitātē. Uz līnijas uzrakstiet dzīves portreta teikumu, kas šo līniju izskaidro. Piemēram, agrīnajās atmiņās klients bija nobijies, savukārt atdarināšanas cienīgajos piemēros viņš apbrīnoja drosmi. Uz līnijas ir teikums: *„Sākumā tu biji nobijies puisēns, bet, lai šajā pasaulē izdzīvotu un sasniegtu savus mērķus, tev bija vajadzīga drosmē.”* Redziet, jūs izvēlējāties atdarināt drosmīgus varoņus. Jūs tos izmantojāt, lai bailes pārvērstu par drosmi.

Ja iespējams, izmantojiet paralēlos vārdus, kas parādās gan klientu agrīnajās atmiņās, gan atdarināmā parauga aprakstā. Piemēram, runājot ar klienti, kura vienas no savām agrīnajām atmiņām nosauca „Meitene baidās no pārmaiņām”, es uzsvēru divas frāzes no viņas paraugu raksturojuma. Par vienu paraugu bija teikts: *„Spēj stāties pretī savām bailēm,”* bet par otru: *„Panāca, ko vēlējās.”* Es klientei teicu: *„Jūs baidāties no pārmaiņām, taču esat izveidojusi patību, kas nebaidās stāties pretī bailēm un panākt to, ko vēlaties.”*

Iekļaujiet šo transformāciju no pasivitātes uz aktivitāti karjeras maiņas

naratīvā. Pavaicājiēt klientam, kā viņa rakstura stiprās puses tagad var noderēt, īstenojot karjeras maiņu, un kā viņš tās varētu izmantot nākamajā profesijā.

Ar motivāciju psiholoģijā ir saistīti trīs svarīgi jēdzieni: vajadzības, vērtības un intereses (Savickas, 2014). Agrīnās atmiņas atspoguļo vajadzības jeb to, kā cilvēkam trūkst. Atdarināšanas cienīgie piemēri atklāj vērtības jeb to, ko cilvēks meklē, lai piepildītu savas vajadzības. Tātad vērtīgi mērķi, piemēram, sasniegumi, piepilda tādas vajadzības kā neiederīguma sajūtas pārvarēšana. Trešais jēdziens ir intereses, kas vajadzības sasaista ar vērtībām.

4. uzdevums: nosaukt intereses

Nosauciet tādus profesiju veidus vai akadēmiskās specialitātes, kas atbilst klienta interesēm, un paskaidrojiet, kā tajos izpaužas īpašības, kuras viņš ir aizguvis no saviem paraugiem.

Pabeidziet tālāk minētos dzīves portreta teikumus!

Tagad tās īpašības, kuras es iemācījos no saviem paraugiem, es varu izmantot savā izglītības un profesionālajā dzīvē. Mani interesē:

būt starp cilvēkiem, kas ir_____

tādās vietās kā_____

risināt problēmas, kas saistītas ar_____

un izmantot tādas procedūras kā_____

Jo īpaši mani interesē_____

_____ un_____

Pamatojums

Dzīves plānošanas konsultants izvērtē izglītības un profesionālās intereses, kas izpaužas klientu iecienītākajos žurnālos, televīzijas raidījumos vai interneta vietnēs. Šis aizstājošās vides apraksts liecina par klienta vēlamu darba vietu un pievilcīgākajām profesijām.

Izvērtēšana

Lai klientam palīdzētu noteikt atbilstošās nišas, konsultants var analizēt viņu interesējošās darba vietas, izvērtējot četrus aspektus. Konsultantam ir jānoskaidro, kādās vietās klients *grib* strādāt, ar kādiem cilvēkiem viņš *vēlas* sadarboties, kādas problēmas viņš *labprātāk* risinātu un kādas procedūras viņam *patīktu* izmantot. Pamēģiniet izvērtēt šos četrus aspektus attiecībā uz sevi un apkopojiet savas interešu izpausmes! Varbūt jums atbilst šāds teikums: „Man patīk būt starp altruistiskiem un pretimnākošiem cilvēkiem, kas strādā tādās vietās kā skolas un aģentūras, izmantojot konsultēšanas un padomdošanas procedūras, lai palīdzētu cilvēkiem risināt karjeras problēmas.”

Kliente V.V. stāstīja, ka viņai patīk četri seriāli. Viens no tiem ir „Grejas anatomija”, jo tas ir stāsts par cilvēkiem, kas kopīgiem spēkiem risina problēmas, pārvar dzīves grūtības un palīdz citiem cilvēkiem. Tēli ir dziļi, un ir redzama to attīstība. Katrs ar lielākiem vai mazākiem panākumiem cīnās ar savām problēmām. Viņai patika arī „Kopiena”, ko viņa raksturoja kā nesaderīgu cilvēku grupas pētījumu. Kliente labprāt skatījās arī seriālu

„Doktors Hauss” par izstumto, kas strādā slimnīcā, un „Detektīve Veronika Marsa”, kura tiek atstumta skolā. Viņas interešu izpausmes mudināja izveidot šādu teikumu.

V.V. dzīves portreta ceturtais teikums: *Tagad tās īpašības, kuras es iemācījos no saviem paraugiem, es varu izmantot savā izglītības un profesionālajā dzīvē. Mani interesē būt starp cilvēkiem, kuri strādā kā komanda tādās vietās kā skola vai slimnīca, kur viņi izmanto ar konsultēšanu un medicīnu saistītas procedūras, lai palīdzētu izstumtajiem risināt savas problēmas un pārvarēt dzīves grūtības. Jo īpaši mani varētu interesēt psihologa, sociālā darbinieka vai konsultanta profesija.*

Vērtējot interešu izpausmes, konsultants var izmantot Džona Holanda (Holland, 1997) profesionālo personību un darba vides tipoloģiju. Holanda RIASEC modelis ir zināšanu sistēma, kurā ir apkopotas raksturīgākās iezīmes, kas ļauj noteikt cilvēku un profesiju tipus. RIASEC modeli apkopotās iezīmes palīdz konsultantiem lietderīgāk darboties un efektīvāk domāt par indivīdiem un darba pasauli. Seši profesionālo personību un darba vides prototipi ir ārkārtīgi noderīgi, nosakot, kādas īpašības attiecas uz dažādām darba vietām un tiem, kas tur strādā. Lūk,

īss prototipu apraksts.

Realistic type jeb *praktiskais tips* ir darītāji, kam interesē darbs ārpus telpām vai ar iekārtām.

Investigative type jeb *izzinošais tips* ir domātāji, kam interesē dabaszinātnes un tehnoloģijas.

Artistic type jeb *mākslinieciskais tips* ir radītāji, kam interesē māksla, mūzika un rakstniecība.

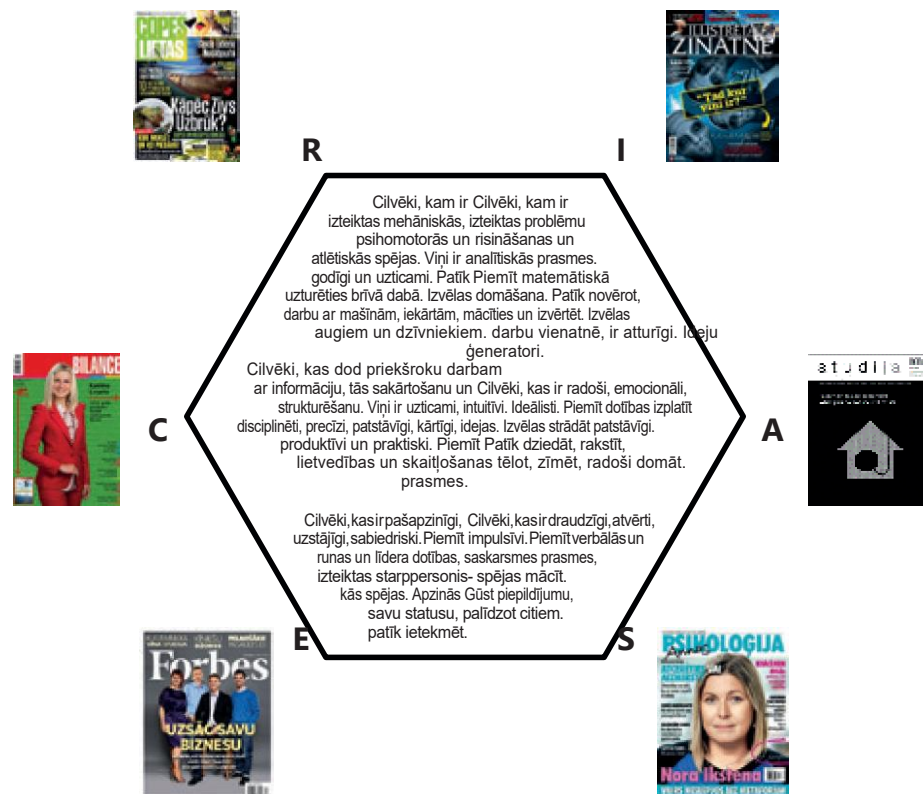
Social type jeb *sociālais tips* ir palīgi, kam interesē mācīšana un komunikēšana.

Enterprising type jeb *uzņēmīgais tips* ir vadītāji, kam interesē vadīšana un pārliecināšana.

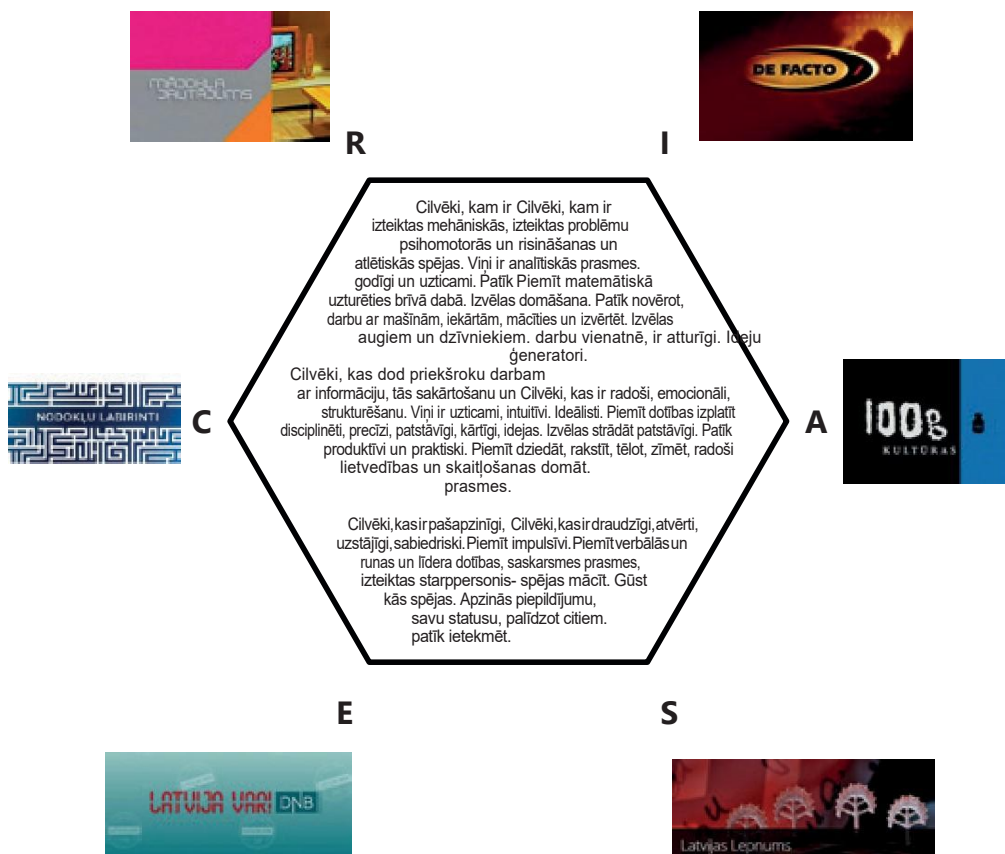
Conventional type jeb *konvencionālais tips* ir komandas locekļi, kam interesē uzņēmējdarbība un administrēšana.

Konsultants izpēta un nosaka klienta raksturojuma tipu, pamatojoties uz viņa mīļākajiem žurnāliem, televīzijas raidījumiem vai interneta vietnēm. Lielākajai daļai klientu interešu izpausmes izteikti attiecas uz vienu vai diviem *RIASEC* prototipiem. Piemēram, V. V. apraksti visvairāk saistījās ar izzinošo tipu, kas risina problēmas, un sociālo tipu, kas palīdz cilvēkiem. Paša klienta intereses var atšķirties no konsultanta vispārīgā priekšstata par viņa uzmanības objektu, tomēr ilustrācijai tālāk redzamajos attēlos ir parādīti piemēri, kā *RIASEC* tipoloģija tiek attiecināta uz žurnāliem, televīzijas raidījumiem un interneta vietnēm.

RIASEC tipoloģijas izmantošana attiecībā uz žurnāliem



RIASEC tipoloģijas izmantošana attiecībā uz televīzijas raidījumiem



RIASEC tipoloģijas izmantošana attiecībā uz interneta vietnēm



Ar specialitāti saistītās intereses

šo sarakstu ar klientu un tad atdodiet to viņam.

Interesešu izpausmes var izmantot arī, lai noteiktu interesi par profesijas specialitāti, piemēram, konsultēšanu. Tālāk redzami piemēri attiecas uz pieciem konsultēšanas praktikantiem. Viņi visi atbilst sociālajam tipam, taču ar specialitāti saistītās intereses ir atšķirīgas. To atklāj nevis žurnāla vai raidījuma nosaukums, bet tas, kas studentu šajā žurnālā vai raidījumā interesē.

Students, kas grib kļūt par seksa terapeitu, teica: „*Man patīk žurnāls „Cosmopolitan”, jo tajā ir neērtas diskusijas par seksu.*”

Studente, kas vēlas kļūt par skolas konsultanti un strādāt ar problemātiskiem pusaudžiem, teica: „*Man patīk realitātes šovs „Tīņu mammas”. Tajā ir parādīti cilvēki, kam ir sabojāta dzīve un attiecības. Tas ir skumji un briesmīgi, taču interese- santi. Man vienmēr gribas, kaut es varētu ar viņiem parunāties un palīdzēt ieraudzīt visu to aplamo, ko viņi dara, un visus tos sliktos cilvēkus viņu dzīvē.*”

Students, kas plāno kļūt par karjeras konsultantu, sacīja: „*Doktors Kas vienmēr prāto, vai viņš pieņem pareizo lēmumu, un ļoti rūpīgi pārdomā, pirms kaut ko dara.*”

Students, kas grib palīdzēt nocietumaiznākušajiem integrēties sabiedrībā, teica: „*Mans mīļākais seriāls ir „Viņpus”. Tas stāsta par paralēlām pasaulēm un mēģinājumiem saprast, kas katrā no tām notiek. Galvenie varoņi vēlas visu izlīdzināt un palīdzēt citiem tikt skaidrībā par abām pasaulēm.*”

Students, kas domā strādāt ar klientiem, kuri lieto apreibinošas vielas, teica: „*Seriāls „Staigājošie miroņi” ir par cilvēkiem, kuri cenšas izdzīvot. Tā ir grupa, kurā cits citam palīdz.*”

Padomi

Izmantojot Holanda profesiju kodu vārdnīcu (Holland & Gottfredson, 1996) vai profesiju meklētāju (<https://crlp71.pbworks.com/f/occupations.pdf>), izveidojiet to profesiju sarakstu, kuras atbilst divu klienta RIASEC burtu tipam. Pārrunājiet

Norādiet uz interešu nepārtrauktību un sakarībām, proti, kā klienta agrākajā akadēmiskajā specializācijā, ieņemtajos amatos un brīvā laika nodarbēs izpaužas šajā konsultācijā pārrunātās intereses.

5. uzdevums: aprakstīt lomu

Pārstāstiet klienta pašlaik mīļāko stāstu, attiecinot to uz karjeras maiņas problēmu, un izsakiet pieņēmumu, kā tas var norādīt uz iespējamo iznākumu.

Pabeidziet piekto dzīves portreta teikumu, proti, scenārija teikumu: *Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es _____.*

Pamatojums

Stāsti var kalpot kā lēca, caur kuru cilvēks uztver un izprot piedzīvotos notikumus. Mīļākais stāsts atspoguļo viņa paša stāsta aspektus. Ieliekot šajā stāstā sevi un savus apstākļus, viņš var pārveidot savu patības izjūtu, it īpaši, ja stāsts piedāvā saprātīgu ceļu, pa kuru virzīties uz priekšu.

Izvērtēšana

Mīļākais stāsts klientu mierina, jo parāda, kā cits cilvēks ir atrisinājis līdzīgu problēmu un kā viņš pats varētu virzīties tālāk. Konsultants klausās un mēģina noteikt, vai klienta stāstītais mīļākais stāsts piedāvā plānu, kā īstenot karjeras maiņu. Bieži vien konsultanti ir pārsteigti, cik skaidri mīļākais stāsts apraksta to lomu, kurā klients var īstenot savu patību, taču tā nav sagādīšanās. Šis stāsts ir iemīļots tieši tāpēc, ka klients netieši zina: tas piedāvā virzienu viņa turpmākajam ceļam dzīves nākamajā nodaļā.

V. V. teica, ka viņas mīļākā filma ir „Skrienot ar šķērēm”. Viņa to aprakstīja kā *patiesu stāstu par disfunkcionālu ģimeni, kas līdzinās manai, taču ir vēl sliktāka. Bērniem ar sevi vajadzēja tikt galā pašiem. Mātei bija garīga rakstura problēmas, viņa bija nevērīga un cietsirdīga. Tēvs ģimeni pameta. Es gribu palīdzēt tādiem bērniem, kas ir pamesti vai atstāti novārtā kā es bērnībā.*

V. V. dzīves portreta piektais teikums: *Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es palīdzēšu bērniem, kurus ir atstājusi novārtā vai pametusi viņu disfunkcionālā ģimene.*

Pirmais piemērs. Jauns vīrietis, kas pirms trīs gadiem absolvējis Efeju līgas skolu, veidoja sekmīgu karjeru mārketinga jomā, tomēr viņu vilināja piedzīvojumi Rietumos un viņš gribēja palīdzēt citiem. Paraugieties, kā mainās viņa mīļākais stāsts, lai pielāgotos šim jaunajam virzienam.

Pēdējā laikā es sāku domāt par jaunu stāstu. Es neskaitāmas reizes esmu skatījis to filmu un lasījis to grāmatu. Nesen es atkal to noskatījos, bet tā mani vairs neuzrunāja; es pat nezinu, kāpēc. Es runāju par filmu „Savvaļā”. Tas džeks absolvē prestižu koledžu un dabū darbu. Viņš sakrāj \$ 20 000. Ģimene grib nopirkt viņam mašīnu, bet viņš saka: „Man to nevajag.” Viņš ziedo visu naudu labdarībai un ar autostopiem brauc cauri visai valstij uz Alasku. Viņš saēdas indīgu augu un saindējas un beigās nomirst badā. Pēdējais kadrs filmā ir, kad viņš uzraksta: „Laime ir tikai tad, ja tā ir kopīga.” Es ticu šiem vārdiem. Kad es skatījos to pēdējoreiz, pieķēru sevi pie domas, ka viņš ir patmīlīgs un dusmīgs bērns. Kāpēc jāiet tam visam cauri un tā jāsāpina vecāki, ģimene un draugi, lai nonāktu pie tāda secinājuma? Es domāju, ka tas nebija vajadzīgs. Ir egoistiski tā pazust, iegūt šo pieredzi un nedalīties ar citiem vai neatdot kaut ko no tā atpakaļ sabiedrībai. Došana atpakaļ ir svarīga.

Viņa scenārija teikums ir šāds: *Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es ielaidīšos tādos piedzīvojumos, kas nesāpina manu ģimeni un palīdz citiem sabiedrības locekļiem.*

Viņš atrada darbu uzņēmumā, kas kā ārstniecisku pasākumu organizē tuksneša ekspedīcijas. Viņa sapnis ir kādreiz izveidot pašam savu ārstniecisko tuksneša programmu.

Otrais piemērs. 28 gadus veca vadītāja asistente, kas strādāja lielā uzņēmumā, gribēja atsākt mācīties, lai iegūtu jaunu profesiju, taču vecāki ieteica neaiziet no drošas darbavietas. Arī priekšniece teica, ka viņai vajadzētu palikt uzņēmumā, jo viņa var saņemt divus paaugstinājumus ar iespaidīgu algas pielikumu. Sieviete mēģināja tikt skaidrībā, vai viņai palikt darbā vai ne. Vaicāta par mīļāko stāstu, viņa atbildēja:

„Jaunākā „Disney” animācijas filma „Sapinušies”. Pavērsiens, kas notika ar Salātlapiņu. Galvenā varone ir ieslodzīta tornī. Ļaunā ragana, kas uzdodas par viņas māti, cenšas meiteni noturēt nebrīvē, jo viņas matiem piemīt burvju spēks. Vienīgais, ko meitene grib, ir doties pasaulē, lai redzētu, kāda tā ir, jo viņa nekad nav dzīvojusi ārpus pils sienām. Viņa dodas šajā pašatklāsmes ceļā un uzzina, ka šī sieviete, kas, pēc viņas domām, bija mamma, patiesībā

ir ļauna ragana. Patiesībā viņa nāk no karaliskās ģimenes un jau daudzus gadus ir pazudusi. Beigās viņa atgriežas savā ģimenē. Kad tiek nogrieztas viņas burvju mati, meitene jūtas atbrīvota. Sākumā viņai likās, ka tas ir šausmīgi, bet tad viņa apjauta, ka tieši matu dēļ visu dzīvi viņa ir bijusi briesmās, jo tos centās iegūt citi.”

Viņas scenārija teikums ir šāds: *Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es pametišu pili un pārbaudīšu savas burvju spējas dziedināt citus.*

Pārrunājot savu mīļāko stāstu, kliente atskārta, ka viņas priekšniece ir tā ragana, kas cenšas viņu noturēt uzņēmumā. Nonākusi pie šīs atklāsmes, viņa sāka smieties un tad sāka prātot, vai viņas „burvju spējas” tiks zaudētas, ja viņa aizies no darba. Galu galā sieviete saņēma drosmi, pameta uzņēmumu un iestājās medicīnas māsu skolā, kur viņas „burvju spējas” varēja dziedināt cilvēkus.

Trešais piemērs. Students, kurš apguva konsultanta profesiju, nevarēja izlemt, vai turpināt studijas doktorantūrā. Viņam bija pilnas slodzes darbs, un pa vakariem viņš apguva divas maģistra grāda programmas. Darbā viņam bija grūti pateikt „nē”, tāpēc ik nedēļu viņš nostrādāja 10–15 virsstundas. Līgava žēlojās, ka viņu tikpat kā neredz.

Man mīļākās ir „Gredzenu pavēlnieka” grāmatas. Vislabāk man patīk ievaddaļa, kur aprakstīts, kā Viduszemē tika radīta pasaule. Stāsta centrā ir kāds apdāvināts varonis, kas rada kaut ko, ko vēlāk nozog velnišķīgs tēls, un pārējā grāmatā ir par viņa centieniem nozagto priekšmetu atgūt. Ļaujoties šai apsēstībai, viņš zaudē gan draugus, gan ģimeni.

Viņa scenārija teikums: *Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es līdzsvaros laiku karjerai un laiku ģimenei un draugiem.*

Baidoties, ka ambīcijas varētu maksāt viņam saderināšanos un laulības, viņš kļuva par aspirantu, aizgāja no laikietilpīgā darba un iemācījās pārliecināši pateikt „nē”.

Ceturtais piemērs. 45 gadus vecs vīrietis gribēja apspriest savu sapņu darbu un to, vai viņam vajadzētu uz to tiekties. Viņam bija stabils darbs, kas patika, taču ne ļoti.

Mana mīļākā grāmata un filma ir „Zemūdene”. Tas ir stāsts par zemūdeni Otrā pasaules kara laikā. Tā ir cīņa par izdzīvošanu jūrā. Es identificējos ar galveno inženieri. Vienā brīdī zemūdenei trāpa liels lādiņš, un viņi paliek

okeāna dibenā. No zemūdenes ir jādabū laukā ūdens. Skābekļa nav daudz, tāpēc viņi nevar tur palikt ilgi. Viņi zina, ka mirs. Galvenais inženieris paziņo, ka viss ir gatavs, un viņiem ir tikai viena iespēja tikt virs ūdens. Visi atkal ir spara pilni. Ir milzīga spriedze, bet tas izdodas un visi paliek dzīvi.

Viņa scenārija teikums ir: *Ja es pārņemšu sava mīlākā stāsta scenāriju, es izmantošu to, kas, manuprāt, ir pēdējā iespēja izkļūt virs ūdens un īstenot manu patieso aizraušanos jaunā profesijā.*

Pārrunājot šo stāstu, viņš teica: „Mans pašreizējais darbs ir nomierināt dažus kretīnus. Tas mani beidz nost. Tiešām! Es esmu iestrēdzis, bet man ir dota pēdējā iespēja piepildīt savu sapni. Ja es palikšu, kur esmu, es turpināšu smakt, līdz aiziešu pensijā. Es gribu pārmaiņas.”

Padomi

Aplūkojiet stāstu saistīti ar klienta atbildi uz ievadjautājumu „Kā es varu būt jums noderīgs?”. Iespējams, ka šis stāsts netieši atbild uz to jautājumu, kas klientu ir atvedis uz konsultāciju.

Padomājiet, kā klienta scenārijā var iesaistīt tēlus vai priekšmetus, kas var kalpot par metaforām. Piemēram, kādas klientes mīlākais stāsts ir

„Lepnums un aizspriedumi”. Viņa stāstīja, ka iespējamā laulība ar Kolinsa kungu piedāvātu drošību un stabilitāti, turpretim laulība ar Dārsija kungu piedāvātu aizrautību, noslēpumus un nepakļaušanos. Konsultants teica:

„Jūs pašreizējais karjeras ceļš ved uz profesiju vārdā Kolinss, taču jūs ilgojaties pēc profesijas vārdā Dārsijs.”

Dzīves plānošanas konsultanti identitāti definē kā patību sociālā lomā. Mēģiniet klientam aprakstīt tādu viņa portretu, kurā viņš izmanto šo scenāriju, lai īstenotu savu patību jaunā profesionālajā lomā, tā mainot savu identitāti.

Ne visi klienti maina savu profesiju, darbu vai akadēmisko specialitāti. Ir iespējams, ka viņi var palikt līdzšinējā amatā vai organizācijā, jo konsultēšana ir apstiprinājusi to jēgu, ko viņš bija sācis apšaubīt. Šie klienti, kas tagad spēj labāk uztvert notiekošā jēgu un saglabāt pašcieņu, maina savā amatā vai organizācijā spēlēto lomu.

6. uzdevums: izmantot padomu

Nosakiet, kā klienta mīlākajā teicienā paustais padoms var veicināt klienta sākotnējo rīcību, īstenojot karjeras maiņu.

Pabeidziet sesto dzīves portreta teikumu: *Labākais padoms, ko es šobrīd varu sev dot, ir šāds:___.*

Pamatojums

Mīlākais teiciens koncentrē pieredzi praktiskā gudrībā. Tas piedāvā noderīgu atbalstu saistībā ar klienta apstākļiem un parasti piedāvā stratēģisku rīcību, kas ļauj apkopot visas pūles, lai īstenotu karjeras maiņu.

Klienta padoma attiecināšana pašam uz sevi vēlreiz apstiprina, ka viņš pats ir savas dzīves autors. Tas uzlabo pašpārliecinātību, jo klients aptver, ka atbildes uz viņa jautājumiem ir atrodamas viņā pašā, nevis sagaidāmas no konsultanta kā eksperta.

Izvērtēšana

Klienta padoms pašam sev parasti ir saprotams uzreiz; tikai ļoti retos gadījumos tas neiederas topošajā dzīves portretā. Tas ir kaut kas ļoti svarīgs, ko klients jau zina, tomēr nespēj aptvert. Reizēm to sauc par

„neapzināti zināmo”.

Iedomājieties, ka šo padomu ir devis lugas režisors, kurš klientam liek nospēlēt savu dzīvi pašā karjeras maiņas sākumā gan personīgās jēgas aizkulisēs, gan uz skatuves publikas priekšā (Neimeyer, 2012). Līdzīgi kā teātrī, režisors interpretē sižetu un pasaka klientam, kas ir jādara, lai nospēlētu šo lomu. V. V. sev ieteica: „Nav jāgaida, līdz norims vētra; ir jāmacās dejot lietū.” Jautāta, ko šis teiciens viņai nozīmē, sieviete atbildēja, ka viņai jābeidz dzīvot pagātnē un ir jāturpina sava dzīve tā, lai viņa labāk spētu palīdzēt citiem.

V. V. dzīves portreta sestais teikums: *Labākais padoms, ko šobrīd varu sev dot, ir šāds: beidz gaidīt, kad norims vētra, un sāc mācīties dejot lietū.*

Atcerieties, ka viņas agrīnajās atmiņās galvenais darbības vārds bija *gaidīt*.

Viņas padoms pašai sev: *beidz gaidīt.*

Citu klientu minētie teicieni ir, piemēram, šādi.

- Ja tam ir jānotiek, viss būs atkarīgs no manis.
- Kad aizveras durvis, atveras logs.
- Dievs neieredz glēvuļus.
- Kamēr vien mēģini, tu neesi zaudējis.

7. uzdevums: apvienot dzīves portretu

Apvienojiet dzīves portreta teikumus, mazliet tos pielabojot, vārdiskā portretā, kas secīgi un saistīti ataino klienta karjeru.

Šajā karjeras maiņas situācijā mana galvenā problēma ir _____. Tā man atgādināja, ka _____. Lai atrisinātu problēmas, pieaugot es kļuvu _____ un _____. Šīs īpašības ir svarīgas manam nākamajam amatam. Tās veidoja manu raksturu, pārvēršot _____ par _____. Ar to patību, ko esmu izveidojis, man patīk būt starp līdzīgi domājošiem cilvēkiem, kas ir _____ un _____.

Man patīk tādās vietas kā _____ un _____. Risinot tādās problēmas kā _____, es dodu priekšroku tādām procedūrām kā _____. Ja es pārņemšu sava mīlākā stāsta scenāriju, es _____.

Labākais padoms, ko es šobrīd varu sev dot, ir šāds: _____.

Pamatojums

Konsultants izveido dzīves portreta pirmo uzmetumu, apvienojot pirmajos sešos uzdevumos radītos teikumus. Tas atklāj rekonstruēto identitāti, ļauj īpaši labi saskatīt karjeras maiņu un ieskicē nākotnes iespējas.

Izvērtēšana

Kad dzīves portrets ir izveidots, konsultantam ir jānovērtē, cik lielā mērā šis apraksts atbilst tam iemeslam, kura dēļ klients ir atnācis uz konsultēšanu. Portretam ir visaptveroši un ticami jāatsaucas uz karjeras maiņas naratīvā redzamajām problēmām un skaidri jāpasaka, ko klients meklē nākamajā karjeras posmā.

Pārskatot dzīves portreta pirmo uzmetumu, konsultants pārliecinās, vai tas

skaidri apraksta klientu no trim aspektiem (*Savickas, 2002*):

- kā sabiedrības locekli, kas spēlē lomu (jautājums par atdarināšanas cienīgo piemēru),
- kā motivētu darītāju, kas cenšas sasniegt mērķi noteiktos apstākļos (jautājums par žurnālu),
- kā naratīva autoru, kas raksta uzveduma scenāriju (jautājums par mīlāko stāstu).

Tad konsultants šo portretu pielabo, lai uzsvērtu rosinošās tēmas un klienta rakstura arku. Šie elementi ir svarīgi, jo palīdz klientam novērtēt to, kā viņš pakāpeniski apzinās sevi kā veselumu, un palīdz veidot nākotnes nolūkus.

Padomi

Katru no sešos uzdevumos izveidotajiem dzīves portreta teikumiem var izmantot kā tēmu rindkopai, kurā šī doma ir iztīrāta plašāk. Šajā rindkopā var būt sniegts detalizēts tēmas apraksts, piedāvāts plašāks skaidrojums vai minēti pamatojoši fakti un piemēri.

Veidojiet šo portretu pēc iespējas pozitīvāku, paužot tajā vērtības un cieņu. Lai klienta dzīve runā pati par sevi!

Izceliet klienta lietotās metaforas, lai atklātu klientam jaunu skatpunktu.

Pielabojot dzīves portretu, veidojiet to iekšēji saskanīgu. Izmantojiet viscaur vienu vai līdzīgu valodas stilu.

Ja nepieciešams, savienojot atsevišķās daļas, izveidojiet pārejas, lai veidotos vienmērīgs teksta plūdums.

Piektā nodaļa

Konsultēšanas process

Pirmajā konsultācijā dzīves plānošanas konsultants novada karjeras konstruēšanas interviju. Otrajā konsultācijā viņš parāda klientam viņa dzīves portreta rekonstruēto uzmetumu un iesaistās naratīvajā konsultācijā, lai līdzkonstruētu plānus. Otrās konsultācijas sākumā dzīves plānošanas konsultants patērzē ar klientu un pēc īsas iesildīšanās jautā:

„Vai kopš mūsu pēdējās tikšanās reizes jums kaut kas ir kļuvis skaidrāks?” Ja klients pastāsta kaut ko svarīgu, konsultants to atceras un iekļauj viņa dzīves portretā. Pēc tam konsultants atgādina klienta vārdus par to, kā viņam var būt noderīga konsultēšana. Tad konsultants skaidri un izteiksmīgi sāk stāstīt klienta dzīves portretu.

Pirmā daļa: stāsta pārstāstīšana

Mērķis

Ļaujiet klientam noklausīties savu dzīves portretu un pārdomāt, ko viņš netieši jau ir zinājis, bet nav skaidri noformulējis ne sev, ne citiem.

Pamatojums

Konsultants pārstāsta klienta stāstus, kas iemiesoti dzīves portretā, un papildina tos ar saviem komentāriem. Labs pārstāsts mudina klientu no jauna mērķtiecīgi pievērsties savai identitātei un attiecībām. Pārstāstot makronaratīvu atbilstoši dzīves portreta sižeta secībai (skatpunkts, pašuztvere, intereses, scenārijs, padoms), konsultants virza šo procesu pretim klienta pieredzes un sapratnes robežai (Buhler, 1935). Viņš pastiprina klienta pašnostāju, palīdzot viņam novērtēt savu stāstu saskanīgumu un nepārtrauktību. Konsultants vienmēr uzsver visadaptīvāko rīcību, uz kādu klients ir spējīgs.

Konsultants virzās uz priekšu lēni un pēc katras sadaļas ietur pauzi. Viņš mudina klientu paturēt šo portretu prātā, nododoties refleksijai un pašizpētei. Konsultants grib, lai klients iedzīvotos savos stāstos un sāktu saskatīt iespējas. Konsultants palīdz atklāt jēgu, nevis to uzspiež.

Konsultants meklē pierādījumus, ka klients atpazīst sevi savā portretā un apzinās, kas viņš ir. Verbāla piekrišana ir laba, taču abstrakta. Konsultants meklē dzīves portreta lietderības apstiprinājumu konkrētās fiziskās izpausmēs, piemēram, tādās netīšās, spontānās reakcijās kā smaids, asaras, nosarkšana un smiekli.

Process

Pārstāstīšanas laikā konsultants pastāvīgi mudina klientu pārdomāt savu pieredzi ar skatu gan pagātnē, gan nākotnē. Viņš uz brīdi apklust, lai ļautu klientam nodoties refleksijai, un empātiski atbild, lai noturētu uzmanību.

Konsultants pārstāstu sāk ar skatpunktu no pirmajām agrīnajām atmiņām, tā iezīmējot sarunas kontekstu. Viņš izlasa pirmo nosaukumu un īsu rezumējumu, lai palīdzētu klientam sākt domāt par savu stāstu citādi. Konsultants labi apzinās, ka agrīnās atmiņas ir atmiņas par šodienu, kas rada rītdienu. Agrīnās atmiņas apraksta tos jautājumus, kas klientam ir jārisina dzīves plānošanas procesā.

Klients kopā ar konsultantu dekonstruē jebkurus traucējošos pieņēmumus vai maldīgos uzskatus. Ja agrīnās atmiņas ataino ierobežojumus un dominēšanu, konsultants palīdz tam pielikt punktu un nonākt pie jaunas izpratnes. Grūti saprotamas jēgas dekonstruēšana agrīnajās atmiņās ir saistīta ar līdzšinējās izpratnes salaušanu; tas ļauj klientam ieraudzīt pieredzi citādi, apšaubīt savus pamatpieņēmumus un izvērtēt to nozīmi. Kad pirmās agrīnās atmiņas ir pilnībā izskatītas, konsultants vienas pēc otrām iztīrā un dekonstruē abas pārējās agrīnās atmiņas. Dekonstruēšanas procesā konsultants stiprina klienta pašnostāju, šo jautājumu eksternalizējot (White & Epson, 1990). Viņš pārlicina klientu, ka problēma ir nevis viņš, bet gan pati problēma.

Pēc tam, kad visas agrīnās atmiņas ir iztīrātas, konsultants tās, ja iespējams, apvieno, nolasot visus trīs nosaukumus un tā parādot, ka šie nosaukumi jau paši par sevi izstāsta stāstu. Bieži, lasot nosaukumus noteiktā secībā (no pirmā uz trešo vai no trešā uz pirmo), redzama virzība no pasīvas nostājas uz aktīvu, kas atklājas trīs daļās: problēma, kāpinājums un atrisinājums. Šis pārstāstīšanas posms parasti iezīmē skatpunktu un tēmu, kas turpināsies tālāk.

Kad skatpunkts un tēma ir noteikti, konsultants pievēršas īpašībām, kuras raksturīgas klienta atdarināšanas cienīgajiem piemēriem. Pārstāsts

palīdz klientam saprast, kāpēc konkrētais varonis viņam ir bijis tik svarīgs un kā viņa patībā ir iemiesojušās tieši tās īpašības, kuras viņš visvairāk apbrīno. Tas notiek, neatgādinot klientam par viņa pašu tverti un kompetenci. Tā mērķis ir parādīt, ka klientam šīs īpašības ir bijušas nepieciešamas, lai pieaugot atrisinātu savas problēmas, un tāpēc klients tās ir iekļāvis savā patībā. Šīs īpašības ir acīmredzami saistītas ar agrīnajām atmiņām. Piemēram, ja agrīnajās atmiņās parādās bailes, atdarināšanas cienīgajiem piemēriem piemīt drosme. Ja agrīnajās atmiņās ir manāma vientulība, atdarināšanas cienīgie piemēri ir sociāli aktīvi. Ja agrīnajām atmiņām ir raksturīgs haoss, atdarināšanas cienīgie piemēri ievieš kārtību. Šis apgrieztais modelis ir rakstura arkas pati būtība. Īsi sakot, konsultants palīdz klientam saprast, ka viņš ir konstruējis patību, kura viņam ir bijusi vajadzīga. Viņš ir kļuvis par to cilvēku, kura palīdzība viņam bija vajadzīga bērnībā. Konsultants uzsver to, kā klients pasivitāti ir transformējis aktivitātē. Tukšums tagad ir aizpildīts.

Pēc sarunas par patības konstruēšanu konsultants pievēršas klienta profesionālajām interesēm. Viņš apraksta klienta unikālo interesi par darba saturu un amatu kā mēģinājumu novietot tēlu uz atbilstošas skatuves, lai nospēlētu savu patību. Dzīves plānošanas konsultants uz profesionālo identitāti raugās kā uz izrādi (*LaPointe*, 2010). Atcerieties, ka identitāte ir patība kādā lomā.

Aprakstījis klienta unikālās intereses un centienus, konsultants bieži konstatē, ka klients jau ir sapratis, kādā profesijā vēlas strādāt. Tiem, kas vēl šaubās, konsultants, vadoties pēc klienta *RIASEC* kodiem, izveido iespējamo profesiju sarakstu un to pārrunā. Konsultants klientam paskaidro, ka viņš daudzējādā ziņā līdzinās cilvēkiem, kuri strādā minētajās profesijās. Tā kā darbavietu un profesiju veido cilvēki, klients var vēlēties izpētīt, cik lielā mērā viņam atbilst šo profesiju prasības, ierastā kārtībā un atalgojums.

Kad cilvēks sevi šajos apstākļos ir iztēlojis, var pārrunāt scenāriju, kas klientam jānospēlē. Tagad klienta mīļākais stāsts no filmas vai grāmatas tiek pārstāstīts ar klientu galvenā varoņa lomā. Konsultants nolasa, kādiem vārdiem klients ir aprakstījis savu mīļāko stāstu, un vēro, vai tā apstiprinājums parādās klienta fiziskajās izpausmēs. Parasti scenārijā ir at-rodama atbilde uz to jautājumu, kura dēļ klients atnāca uz konsultēšanu. Klients bija domājis, ka uz šo jautājumu atbildēs konsultants, un tagad ir gan pārsteigts, gan apmierināts, uzzinot, ka visu šo laiku atbilde ir bijusi

viņā pašā.

Konsultants klientam paskaidro, ka viņa mīļākais teiciens norāda, kā sākt jaunā scenārija uzvešanu. Konsultants var turpināt izmantot scenārija metaforu un paskaidrot šo padomu gluži kā režisors, dodot norādes aktierim. Protams, šajā gadījumā aktieris dod norādes pats sev.

Šajā brīdī konsultants var rezumēt, kas līdz šim ir sasniegts. Klients ar konsultantu kopā ir atbildējuši uz šādiem jautājumiem par klientu.

Kas tu esi? (atdarināšanas cienīgie piemēri)

Kur tu vēlies strādāt? (žurnāli)

Ko tu gribi tur darīt? (scenārijs)

Kāpēc tu gribi to darīt? (agrīnās atmiņas)

Ar ko tev vajadzētu sākt? (teiciens)

Padomi

Izlasiet dzīves portretu tā, ka pasīvās ciešanas pārvēršas aktīvā situācijas pārvaldīšanā.

Norādiet uz paralēlēm starp personisko un profesionālo

identitāti. Vērojiet un izpētiet emocijas, nopūtas, klusuma brīžus un atskārsmes.

Otrā daļa: rīcības plānošana

Tagad ir pienācis laiks atgriezties pie klienta reakcijas uz ievadjautājumu, proti, kā viņam varētu noderēt konsultēšana. Klients ar konsultantu kopīgi pārdomā, vai dzīves portreta aplūkošana ir devusi to, ko klients sākotnēji no konsultēšanas ir gaidījis. Ja tas nav panākts, konsultants pievērš uzmanību tam, kā trūkst. Ja klients sākotnējo stāstu atkārtoti tieši tāpat, it kā par kaut ko aizdomājies, tas var liecināt par depresiju, ko vajadzētu risināt ar terapeitiskās konsultēšanas palīdzību, taču gandrīz visiem klientiem stāsta pārstāstīšana ir ļāvusi mērķi piepildīt.

Intencionalitāte

Spriedze, ko klients jūta konsultēšanas sākumā, caur tai pievērsto uzmanību ir atslābusi, tāpēc konsultants pēc dzīves portreta aplūkošanas mudina klientu noteikt un pārrunāt šim portretam raksturīgos nolūkus. Klients vairs nejutās nomaldījies un apmulsis, jo

maiņu ir paraudzījies no jauna skatpunkta, ir guvis kognitīvas atziņas un labāk apzinājies savas emocijas. Tas viņam ir ļāvis skaidrāk saprast savus nolūkus, tā uzlabojot viņa spēju pieņemt lēmumus pat neskaidros apstākļos.

Intencionalitātes veicināšana ir viens no dzīves plānošanas mērķiem, tāpēc konsultants ietur pauzi, lai atzītu šo sasniegumu. Lai sekmētu klienta intencionalitāti, konsultants viņam pastāsta, ka viņa nolūki ir svarīgi gan pašreizējos apstākļos, gan nākotnē, kad mainīgajā darba pasaulē viņš atkal nonāks karjeras maiņas situācijā.

Plānošana

Kad ir noskaidrots mērķis un noformulēti nolūki, klients izvirza starpmērķus, kuri rāda virzienu starp dažādajām iespējām un ierobežojumiem. Klients kopā ar konsultantu līdzkonstruē stratēģisku izmaiņu un mērķtiecīgas rīcības plānu, tā pārbaudot, kāda pagaidu izpratne ir radusies konsultēšanas laikā. Pēc dzīves portreta apspriešanas klienta iecerētais karjeras maiņas plāns parasti ir diezgan skaidrs. Netieši zināmais nu ir pateikts vārdos. Klients pats zina, kas viņam ir darāms, un konsultēšana ir devusi tam apstiprinājumu. Bieži plāns paredz to, ka klientam ir jāiet tālāk par iepriekšējām robežām, kuras bija noteicis vai nu viņš pats, vai citi. Parasti plānā ir iekļauta viena vai vairākas šādas darbības: nolūku apstiprināšana, izvēles izpētišana, savas patības aizstāvēšana attiecībās ar vecākiem vai dzīvesbiedru, pieteikšanās uz kādu akadēmisko programmu vai amatu, aiziešana no darba, pārvākšanās uz citu pilsētu vai klīniskās konsultēšanas sākšana saistībā ar problēmu, kuras risināšana prasa ilgāku laiku. Lai rosinātu cerību, visos plānos nepieciešamības gadījumam ir jāparedz alternatīva.

Klausītāji

Gandrīz katrā rīcības plānā vajadzētu paredzēt arī to, ka klients savu jauno stāstu pastāsta nozīmīgiem klausītājiem. Tā kā klients attiecībās ar citiem spēlēs jaunu lomu, viņam vispirms ir jānoskaidro, kā šo mainīto stāstu uztvers tuvinieki. Tātad klientam būtu jāmēģina iegūt šo nozīmīgo klausītāju apstiprinājums un jāsakārto sociālie resursi tā, lai viņš varētu spēlēt savu jauno lomu. Konsultants mudina klientu dēstīt savu jauno stāstu drošā augsnē, pastāstot to tādiem klausītājiem kā ģimene, mentors un tuvākie draugi. Cerams, ka šie klausītāji, jo īpaši pats tuvākais cilvēks,

jauno stāstu atbalstīs, mudinās to īstenot un pat veidos vairāk vai mazāk izmainītas attiecības ar klientu. Vairāk par klausītāju lomu dzīves plānošanā lasiet Viljama Bridika un Hendes Sensojas-Bridikas grāmatā (*Briddick & Sensoy-Briddick*, 2013).

Stāstītspēja

Stāstītspēja ir nevis pats stāsts, bet klienta spēja jauno stāstu atstāstīt klausītājiem. Klienta stāstītspējas uzlabošana ir vēl viens no dzīves plānošanas konsultēšanas mērķiem. Spēja noformulēt dzīves mērķi ir cieši saistīta ar apmierinātību ar dzīvi (*Bronk, Hill, Lapsley, Talib, Finch*, 2009). Lai uzlabotu klienta spēju stāstīt savu jauno stāstu, konsultants viņam var likt to izmēģināt. Sava stāsta stāstīšanai nevajadzētu būt centrētai uz sevi, tāpēc klausītāji ir jāpazīst un stāsts jāstāsta tā, lai viņi spētu to atpazīt. Klausītāji reaģēs un varbūt būs pat pārsteigti. Tāpat kā teātrī, atsaucīga publika naratīva izrādi spēcina. Ja klients un konsultants paredz, ka reakcija būs svārstīga vai negatīva, viņi sagatavo atbildes.

Rīcība

Ir vajadzīgs ne tikai plāns un mēģinājumi, bet arī rīcība. Klientam savs jaunais stāsts un loma ir jāprezentē. Viņam šajā stāstā ir jāiedzīvojas un tas jāuzved tā, lai tas atbildētu uz tiem jautājumiem, kuri viņu atveda uz konsultēšanu. Jaunā stāsta jēga parādās tad, kad tas tiek īstenots dzīvē. Atjaunotie identitātes stāsti kļūst transformējoši tad, kad tie tiek uzvesti. Tikai rīkojoties klients spēs sev patiesi atbildēt uz jautājumiem „*Kas man šobrīd ir piemērots? Ko es gribu darīt? Ko es varu darīt?*”.

Padomi

Iedrošinājums. Kad pagaidu plāns ir noformulēts, konsultants pievēršas mobilizējošai rīcībai un optimisma palielināšanai. Pat tad, ja klients zina, kas viņam darāms, izšķirošajos brīžos bieži ir vajadzīga drosme, tāpēc klients apkopo visus spēkus, lai sava scenārija uzvešana uz publiskās dzīves skatuves būtu sekmīga. Konsultants to veicina, pārejot no empātiskas atbildēšanas uz iedrošināšanu. Empātija ir konsultanta reakcija no klienta skatpunkta. Empātiskā atbildē konsultants varētu teikt: „*Jūs jūtaties*

_____, jo jūs_____.” Iedrošinājums ir reakcija no konsultanta skatpunkta. Iedrošinošs apgalvojums varētu būt: „*Es ticu, ka jūs to varat*

izdarīt.” Pēc dzīves portreta pārstāstīšanas iedrošinājums kļūst īpaši svarīgs. Mana mīlākā grāmata par to, kā atbildēt iedrošinoši, ir Rūdolfa Dreikērsa un Dona Dinkmeijera „Encouraging Children to Learn” (Dreikurs and Dinkmeyer, 2000).

Informācijas meklēšana. Ja plānā ir paredzēta padziļināta izpēte, konsultants var iemācīt klientam vispārīgos informācijas meklēšanas paņēmienus: novērot, apmeklēt, klausīties, runāt, rakstīt un izmantot *Google*. Daži konsultanti izmanto izdales materiālu, kur šie vārdi cits virs cita ir uzrakstīti lapas kreisajā malā. Klients ar konsultantu kopīgā prāta vētrā izdomā konkrētas darbības, ko klients būtu gatavs veikt tik daudzās no septiņām kategorijām, cik tas atbilst konkrētajai situācijai. Klients tiek aicināts pierakstīt, ko viņš izpētes laikā ir uzzinājis un kādas ir tā priekšrocības un trūkumi.

Reālisms. Konsultants mudina klientu aktīvi rīkoties, lai izveidotu tādu dzīvi, kādu viņš vēlas. Konsultants stiprina klienta pašnostāju, izmantojot tādu valodu un skatpunktus, kas maina lietu jēgu un piedāvā iespējas un progresu sajūtu. Tomēr te ir noteiktas robežas. Klienta spēja brīvi izvēlēties nav pilnīga; katrs cilvēks ir spiests tikt galā ar tādiem apstākļiem, kādus viņš pats nav izvēlējis. Pastāv gan normatīvie, gan sociālie ierobežojumi, ko ir noteicis kāds cits un ko klients nespēj mainīt. Parasti labākais, ko klients var darīt, ir improvizēt un veidot dzīvi, izmantojot pieejamos resursus un sabiedrības atbalstu. Visādā ziņā viņš var pieņemt lēmumu un izvēlēties vislabāko risinājumu gan sev, gan citiem. Dažkārt, bet varbūt vienmēr izvēle ir saistīta ar progresu, nevis perfekciju. Attiecībā uz sociālo taisnīgumu konsultants sekmē klienta vēlmi apšaubīt normatīvās robežas un sociālos ierobežojumus, lai sev – un varbūt arī citiem – panāktu labāko iespējamo izvēli un īstenotu svarīgāko dzīves plānu.

Otrās konsultācijas nobeigums

Otrās konsultācijas beigās konsultants skaļi nolasa klienta atbildi uz ievadjautājumu par to, kā konsultēšana viņam varētu būt noderīga, un tad klientam vaicā: „*Vai esam to sasnieguši?*” Ja atbilde ir apstiprinoša, konsultācija ir pabeigta un konsultants norunā nākamo tikšanos ar klientu pēc mēneša, lai viņš pastāstītu par plāna īstenošanas rezultātiem.

V.V. uz ievadjautājumu par konsultēšanas noderīgumu bija atbildējusi šādi.

Esmu gatava atgriezties darbā, taču šobrīd man ir vajadzīgs

skaidrāks virziens. Esmu ļoti satraukusies un noraizējusies par to, ka man nav skaidrs ceļš un es nezinu, kurp eju. Ceturtās klases skolotājas darbs man īsti vairs neder. Augstskolas pēdējā kursā es gribēju apgūt psiholoģiju. Man ļoti patika viss, ko stāstīja psiholoģijas pasniedzēja. Mani tas burtiski pievilka. Viņas stāstītais mani tiešām uzrunāja. Man patika runāt par attiecībām. Es iestājos koledžā un sāku apgūt psiholoģiju, taču pirmajā kursā man sākās panika, jo es biju viena. Mājās man bija daudz draugu, taču koledžā nebija neviena. Es sapratu, ka esmu pieļāvusi kļūdu, un atgriezos mājās. Tā kā pirmo koledžas gadu es nepabeidzu, nomainīju specialitāti no psiholoģijas uz pedagoģiju. Es pabeidzu studijas un strādāju par skolotāju, līdz piedzima dēls. Tagad viņš sāks iet skolā un es gribu atsākt strādāt. Es tikai domāju, vai kaut kas nevarētu būt man piemērotāks par pedagoģiju. Es gribu darīt ko vairāk. Es cenšos atrast to, ko labprāt darītu visu atlikušo mūžu. Esmu apmulsusi. Es prātoju par doktorantūras studijām, lai kļūtu par skolas konsultanti, taču nezinu, vai tikšu ar to galā – vai spēšu izpildīt visas prasības. Tāpēc es atnācu pie jums. Dažbrīd man šķiet, ka skolas konsultanta profesija ir mans īstais ceļš, bet varbūt tomēr vajadzētu atgriezties pie pedagoģijas?

Lūk, mainītais dzīves portrets, kurā apvienotas viņas atbildes uz izpratni veicinošajiem jautājumiem.

Šajā karjeras maiņas situācijā mana galvenā problēma man atgādināja, ka es baidos būt viena un pamesta. Es negribu izdarīt nepareizu izvēli un iestrēgt kaut kā labāka gaidās. Tas man atgādina par to, kā jutos izolēta un bēdīga. Lai atrisinātu problēmas, pieaugot es pamestības sajūtu pārvērtu par nemitīgu gatavību palīdzēt tiem, kas šajā pasaulē jūtas vieni. Es esmu stipra, līdzjūtīga un izpalīdzīga. Es vienmēr aizstāvu nevainīgos, taču ne vardarbīgi. Šīs īpašības ir svarīgas manam nākamajam amatam. Tagad tās īpašības, kuras es iemācījos no saviem paraugiem, es varu izmantot savā izglītības un profesionālajā dzīvē. Mani interesē būt starp cilvēkiem, kuri strādā kā komanda tādās vietās kā skola vai slimnīca, kur viņi izmanto ar konsultēšanu un medicīnu saistītas procedūras, lai palīdzētu izstumtajiem risināt savas problēmas un pārvarēt

dzīves grūtības. Neiederīgajiem un izstumtajiem es gribētu iedot spirdzinājumu. Ja es pārņemšu sava mīļākā stāsta scenāriju, es palīdzēšu bērniem, kurus ir atstājusi novārtā vai pametusi viņu disfunkcionālā ģimene. Jo īpaši man varētu patikt psihologa, sociālā darbinieka vai konsultanta profesija. Labākais padoms, ko šobrīd varu sev dot, ir šāds: beidz gaidīt, kad norims vētra, un sāc mācīties dejot lietū, lai to pašu varētu iemācīt bērniem!

Kļuva acīmredzams, ka viņa vēlas iestāties doktorantūrā, lai studētu psiholoģiju, nevis kļūtu par skolas konsultanti.

Es vēlos palīdzēt cilvēkiem, kas ir nomaldījušies. Gribu strādāt ar cilvēkiem, kuriem nav daudz draugu vai ģimenes, taču es negribu strādāt ar bezpajumtniekiem vai pakļidušām sievietēm, jo esmu pārāk emocionāla. Tomēr fiziski un garīgi es esmu stipra. Es vēlos strādāt komandā.

Kad vaicāju, kas viņu attur no iestāšanās doktorantūrā, viņa atbildēja:

„Es gribu būt laba māte. Es baidos no pamešanas. Es baidos, ka, ja es nespēlēšos ar savu dēlu, viņš jutīsies pamests.”

Šī problēma pirmoreiz parādījās viņas karjeras maiņas naratīvā. Viņa bija teikusi, ka nav pārliecināta, vai tiks galā ar visām doktorantūras prasībām. Klienti baidīja nevis doktorantūras intelektuālais darbs, bet gan tas, ka viņa pārāk ilgi būtu šķirta no dēla. Tagad viņa konsultantam un pati sev izskaidroja, ar ko riskē, izvēloties karjeras ceļu. Tā kā kliente dēlu audzina viena, viņa negrib zēnu pamest. Un – tikpat svarīgi – viņa negrib arī, lai dēls pamestu viņu tāpēc, ka viņa pārāk daudz laika atvēlētu doktorantūrai.

Emocijām pieņemoties spēkā, viņa atklāti runāja par savām iespējām. Viņas sapnis bija doktora grāds klīniskajā psiholoģijā, taču viņa domāja, ka tas prasītu daudz laika, ko viņa citādi varētu veltīt dēlam. Pēc nelielas diskusijas un informācijas apkopošanas viņa ātri un apņēmīgi nolēma sākt maģistrantūras studijas psiholoģijas skolā, kur, pēc viņas domām, būs mazākas prasības, turklāt tā aizņems mazāk laika nekā doktorantūras studijas klīniskajā psiholoģijā. Viņai jau bija pamats – pedagoģiskā pieredze –, un vēlāk viņa varētu doktorantūrā studēt skolas psiholoģiju. Mēs apspriedām, kā viņa savu jauno stāstu pastāstīs dēlam un kā izmantos bijušā vīra, vecāku un draugu palīdzību.

Studiju laikā viņai izdevās gan veikt mācību darbu, gan pietiekami daudz

un kvalitatīvi pavadīt laiku ar dēlu. Pēc absolvēšanas viņa ieguva skolas psiholoģes darbu bērnu slimnīcā, kur viņa palīdzēja ilgtermiņa pacientiem izpildīt skolas uzdevumus un nezaudēt saikni ar klasesbiedriem. Vēlāk viņa kļuva par bērnu psiholoģi un ģimenes terapeiti slimnīcas psihiatrijas nodaļā. Beigu beigās viņa pasīvās ciešanas bija pārvērtusi sekmīgā situācijas pārvaldīšanā, sniedzot bērniem tādu palīdzību, kāda reiz bija nepieciešama viņai pašai.

Atvadīšanās

Kad klients iet projām, dzīves plānošanas konsultants atvadoties atkārtο viņa mīļāko teicienu. Konsultēšana reti tiek pabeigta ar komplimentu vai uzslavu par paveikto darbu. Konsultants drīzāk sekmē tālākvirzību un pagodina paša klienta gudrību, pārfrāzējot viņa iemīļoto teicienu. Klientei

V. V. es teicu: „Beidziet gaidīt iespēju studēt, lai iemācītos palīdzēt bērniem dejot lietū!”

Kad klients ir izgājis no konsultāciju telpas, viņam ir jāsāk darīt. Mēs iepazīstam pasauli, rīkojoties un redzot paveiktā sekas. Aktīva rīcība ir indivīda uzvedība, konstruējot sev jēgu. Aktīva rīcība bieži ne vien rada jēgu, bet arī dod iespējas un apstiprina pašveidošanos.

Trešā konsultācija

Daudziem klientiem trešo konsultāciju nemaz nevajag. Viņi pa e-pastu vai tālruni informē konsultantu, ka viss ir izdevies labi. Tie klienti, kuri uz konsultāciju tomēr atnāk, parasti stāsta par saviem secinājumiem, saņem apstiprinājumu un pārrunā vienu vai divus nākamos soļus. Dažkārt klients pastāsta, ka viņa rīcība ir aizvērusi durvis, pa kurām viņš bija gribējis ieiet. Tad ir vajadzīgas alternatīvas. Klients ar konsultantu tās pārrunā un izveido jaunu rīcības plānu. Tas negadās pārāk bieži, tomēr konsultantam nevajadzētu būt pārsteigtam, ja tā notiek, jo pasaule ar klientu ne vienmēr sadarbojas.

Procesa un rezultāta vērtēšana

Lai paplašinātu savas zināšanas un uzlabotu praksi, konsultants izvērtē gan savas konsultēšanas procesu, gan rezultātu. Lai novērtētu dzīves plānošanas rezultātus, galvenais jautājums, uz kuru jāatbild, ir tas, vai šis atbalsts ir palīdzējis sasniegt klienta mērķus (Gibson & Cartwright, 2014).

Es to daru pēc otrās konsultācijas, izmantojot konsultāciju vērtēšanas skalu (Shaw & Murray, 2014), kas ļauj noteikt mērķu sasniegšanas pakāpi un klienta apmierinātību. Naratīva rezultātu novērtēšanai es izmantoju

„Turpmākās karjeras autobiogrāfiju” (Rehfuss, 2009). Lai izmērītu klienta refleksiju kā konsultēšanas rezultātu, es izmantoju karjeras izpētes testa pašizpētes skalu (Stumpf, Colarelli, & Hartmann, 1983). Savukārt procesa novērtēšanai es lietoju inovatīvo mirkļu kodēšanas sistēmu (Cardoso, Silva, Gocalves, & Duarte, 2014a & 2014b). Šis procesa un rezultāta novērtēšanas metodes kopā nodrošina svarīgu atgriezenisko saikni konsultanta pastāvīgai pro-fesionālajai pilnveidei.

Pēcvārds

Dzīves plānošanas paņēmieni piedāvā konsultantiem dažādas metodes personiskās prakses izkopšanai. Dzīves plānošanas paņēmienu lietpratība un zināšanas par karjeras konstruēšanu nāk reizē ar pieredzi. Konsultanta prasme izmantot šos paņēmienus uzlabojas ar katru konsultāciju, un šis process ir nebeidzams. Lai gan ar dzīves plānošanas konsultēšanu es nodarbojos jau vairākus gadu desmitus, katrs klients man iemāca kaut ko jaunu, un tā tas būs arī jums. Galu galā, klienti ir mūsu labākie skolotāji.

Papildu informācijas avoti

Ja par dzīves plānošanas konsultēšanu vēlaties uzzināt ko vairāk, jums var noderēt tālāk minētie darbi.

Videodemonstrācijas

Savickas, M. L. (2006). *Career counseling* (darbs ar dažādām mērķgrupām – video sērijas). Washington, DC: American Psychological Association.

Savickas, M. L. (2009). *Career counseling over time* (sešas psihoterapijas konsultācijas – video sērijas). Washington, DC: American Psychological Association.

Darba burtnīcas (bezmaksas)

Savickas, M. L., & Hartung, P. J. (2012). *My Career Story*. www.vocopher.com.

Savickas, M. L. (2013). *Career Construction Interview*. www.vocopher.com.

Lekcijas

Bussaca, L. (2007). Career construction theory: A practitioner's primer. *Career Planning and Adult Development Journal* 23, 51.–61. lpp.

DiFabio, A., & Maree, J. G. (2013). *Psychology of career counseling: New challenges for a new era*. New York: Nova Science Publishers.

Hartung, P. J. (2013). Career as story: Making the narrative turn. In W. B. Walsh & M. L. Savickas, & P. J. Hartung (Eds.) *Handbook of vocational psychology* (4th ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Maree, J. G., & DiFabio, A. (2011). Group-based life design counseling in an Italian context. *Journal of Vocational Behavior*, 88, 1.–9. lpp.

Obi, O. P. (2015). Constructionist career counseling of undergraduate students: An experimental evaluation. *Journal of Vocational Behavior*, 88, 215.–219. lpp.

Reh fuss, M. (2007). The case of Frank: Application of the theory of career construction. *Career Planning and Adult Development Journal*, 23, 68.–76. lpp.

Reh fuss, M. C. (2009). Teaching career construction and the Career Style Interview. *Career Planning and Adult Development Journal*, 25, 58.–71. lpp.

Savickas, M. L. (2011). *Career counseling*. Washington, DC: American Psychological Association.

Savickas, M. L. (2013). Career construction theory and practice. In R. W. Lent & S. D. Brown (Eds.). *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (2nd ed., 147.–183. lpp.). Hoboken, New Jersey: John Wiley.

Savickas, M. L. (2015). Life designing with adults: Developmental individualization using biographical bricolage. In L. Nota & J. Rossier (Eds.) *Handbook of life design: From practice to theory and from theory to practice* (135.–149. lpp.). Gottingen, Germany: Hogrefe Publishing.

Atsauces

Angus, L. E., Greenberg, L. S. (2011). *Working with narrative in emotion- focused therapy: Changing stories, healing lives*. Washington, DC: American Psychological Association.

Arnold, M. B. (1962). *Story sequence analysis: A new method of measuring motivation and predicting achievement*. New York: Columbia University Press.

Bollas, C. (1987). *The shadow of the object: Psychoanalysis of the unthought known*. New York: Columbia University Press.

Bordin, E. S. (1979). The generalizability of the psychoanalytic concept of the working alliance. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 16, 252.–260. lpp.

Briddick, W.C., & Sensoy-Briddick, H. (2013). The role of audience in life design. In A. DiFabio & J. G. Maree (Eds.). *Psychology of career counselling: New challenges for a new era* (69.–81. lpp.). New York: Nova.

Bronk, K. C., Hill, P. L., Lapsley, D. K., Talib, T. L., Finch, H. (2009). Purpose, hope, and life satisfaction in three age groups. *Journal of Positive Psychology*, 4, 500.–510. lpp.

Buhler, C. (1935). *From birth to maturity: An outline of the psychological development of the child*. London: Kegan Paul, Trench, Tubner.

Cardoso, P., Silva, J. R., Gocalves, M. M., & Duarte, M. E. (2014a). Innovative moments and change in Career Construction Counseling. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 11.–20. lpp.

Cardoso, P., Silva, J. R., Gocalves, M. M., & Duarte, M. E. (2014b). Narrative innovation in life design counseling: The case of Ryan. *Journal of Vocational Behavior*, 85, 276.–286. lpp.

Carkhuff, R. R. (1969). *Helping and human relations: A primer for lay and professional helpers*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Clark, A. (2002). *Early recollections: Theory and practice in counseling and psychotherapy*. New York: Routledge.

Davies, B., & Harre, R. (1990). Positioning: Conversation and the

production of selves. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 20, 43.–63. lpp.

Dreikurs, R., & Dinkmeyer, D. (2000). *Encouraging children to learn*. New York: Routledge.

Forster, E. M. (1985). *Aspects of the novel*. New York: Mariner Books (original work published 1927).

Gibson, K., & Cartwright, C. (2014). Young clients' narratives of the purpose and outcome of counselling. *British Journal of Guidance and Counselling*, 42, 511.–524. lpp.

Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. Lutz, FL: Psychological Assessment Resources. http://www.amazon.com/Making-Vocational-Choices-Personalities-Environments/dp/0911907270/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1430318466&sr=1-1.

Holland, J. L., & Gottfredson, G. D. (1996). *Dictionary of Holland occupational codes*. Lutz, FL: Psychological Assessment Resources.

Kashdam, T. B., Barrett, L. F., & McKnight, P. E. (2015). Unpacking emotion differentiation: Transforming unpleasant experience by perceiving distinctions in negativity. *Current Directions in Psychological Science*, 24, 10.–16. lpp.

Kelly, G. A. (1955). *The psychology of personal constructs*. New York: Norton.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (Vol. 1). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

LaPointe, K. (2010). Narrating career, positioning identity: Career identity as a narrative practice. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 1.–9. lpp.

Leitner, L. M., & Faidley, A. J. (2003, August). *Emotion and the creation of meaning: An experiential constructivist approach*. Paper presented at the American Psychological Association Convention. Toronto, Canada.

Leising, D., Scharloth, J., Lohse, O., & Wood, D. (2014). What types of terms do people use when describing an individual's personality? *Psychological Science* 25, 1787.–1794. lpp.

Madigan, S. (2011). *Narrative therapy*. Washington, DC: American

Psychological Association.

Madill, A., Sermpezis, C., & Barkham, M. (2005). Interactional positioning and narrative self-construction in the first session of psychodynamic- interpersonal psychotherapy. *Psychotherapy Research*, 15, 420.–432. lpp.

Matlis, S., & Christianson, M. (2014). Sense-making in organizations: Taking stock and moving forward. *Academy of Management Annals*, 8, 57.–125. lpp.

Mayman, M., & Faris, M. (1960). Early memories as an expression of relationship patterns. *American Journal of Orthopsychiatry*, 30, 507.–520. lpp.

Mosak, H. H. (1958) Early recollections as a projective technique. *Journal of Projective Techniques*, 22, 302.–311. lpp.

Neimeyer, R. A. (2012). From stage follower to stage manager: Contemporary directions in bereavement care. In K. J. Doka & A. S. Tucci (Eds.), *Beyond Kübler Ross: New perspectives on death, dying and grief* (129.–150. lpp.). Washington, DC: Hospice Foundation of America.

Rehfuss, M. (2009). The Future Career Autobiography: A narrative measure of career intervention effectiveness. *Career Development Quarterly*, 58, 82.–90. lpp.

Rennie, D. L. (2012). Qualitative research as methodological hermeneutics.

Psychological Methods, 17, 385.–398. lpp.

Savickas, M. L. (2002). Career construction: A developmental theory of vocational behavior. In D. Brown (Ed.), *Career choice and development* (4th ed., 149.–205. lpp.). San Francisco: Jossey-Bass.

Savickas, M. L. (2011). *Career counseling*. Washington, DC: American Psychological Association.

Savickas, M. L. (2012). Life design: A paradigm for career intervention in the 21st century. *Journal of Counseling and Development*, 90, 13.–19. lpp.

Savickas, M. L. (2013). Career construction theory and practice. In R. W. Lent & S. D. Brown (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (2nd ed., 147.–183. lpp.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Savickas, M. L. (2014). Work values: A career construction elaboration. In

M. Pope, L. Flores, & P. Rottinghaus (Eds.). *Values in vocational psychology*

(3.–19. lpp.). Charlotte, NC: Information Age Publishing.

Savickas, M. L. (2015a). Career counseling paradigms: Guiding, developing, and designing. In P. Hartung, M. Savickas, & W. Walsh (Eds.) *The APA handbook of career intervention* (Vol. 1, 129.–143. lpp.). Washington, DC: APA Books.

Savickas, M. L. (2015b). Designing projects for career construction. In R. A. Young, J. F. Domene, & L. Valach (Eds.), *Counseling and action: Toward life-enhancing work, relationships, and identity* (13.–31. lpp.). New York: Springer Science+Business Media.

Shaw, S. L., & Murrar, K. W. (2014). Monitoring alliance and outcome with client feedback measures. *Journal of Mental Health Counseling*, 36, 43.–57. lpp.

Stern, D. N. (2004). *The present moment in psychotherapy and everyday life*. New York: Norton.

Stiles, W. B., Leiman, M., Shapiro, D. A., Hardy, G. E., Barkham, M., Detert, N. B., & Llewelyn, S. P. (2006). What does the first exchange tell? Dialogical sequence analysis and assimilation in very brief therapy. *Psychotherapy Research*, 16, 408.–421. lpp.

Stumpf, S. A., Colarelli, S. M., & Hartmann, K. (1983). Development of the Career Exploration Survey (CES). *Journal of Vocational Behavior*, 22, 191.–226. lpp.

Watson, J. C., & Rennie, D. L. (1994). Qualitative analysis of clients' subjective experience of significant moments during the exploration of problematic reactions. *Journal of Counseling Psychology*, 41, 500.–509. lpp.

Weick, K. (1995). *Sensemaking in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.

White, M., & Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. New York: Norton.

Winnicott, D. W. (1969). The use of an object. *International Journal of Psycho-analysis*, 50, 711.–716. lpp.

PAR AUTORU

Marks Savicks ir ģimenes un sabiedrības medicīnas profesors un Ziemeļaustrumu Ohaio Medicīnas universitātes Biheiviorālo zinātņu katedras goda priekšsēdētājs. Viņš ir arī Kentas Universitātes konsultēšanas izglītības asociētais profesors. Viņa interneta vietne: www.vocopher.com.

