

KARJERAS KONSULTĒŠANAS METODES

Grāmatas oriģinālā publikācija angļu valodā:

CAREER COUNSELLING, COMPENDIUM OF METHODS AND TECHNIQUES, edited by Mihai JIGĂU, Bucharest, 2007

Autori:

Mihai JIGĂU, Ph.D
Luminița TĂSICA, Ph.D
Angela MUSCĂ, Ph.D
Mihaela CHIRU
Petre BOTNARIUC
Irina COZMA
Speranța ȚIBU

Kosultanti:

Carmen AVRAMESCU
Bogdana BURSUC
Luminița DANEȘ
Adina IGNAT
Gabriela LEMENI
Marcela MARCINSCHI CĂLINECI
Andreea-Diana MĂRUȚESCU
Domnica PETROVAI
Mihaela PORUMB
Andreea SZILAGYI, Ph.D

Izdevējs: AFIR

ISBN 973-7714-29-6

Copyright © Institute of Educational Sciences, Euroguidance – Romania

© Tulkojuma publikācija – Valsts izglītības attīstības aģentūra, 2009

Saturs

| | |
|---|-----|
| Ievads..... | 4 |
| Metodoloģiskie aspekti | 7 |
| Holanda aptauja | 19 |
| Kudera Profesionālo interešu aptauja | 30 |
| Kanādas profesionālo interešu izpētes aptauja (COII) | 39 |
| Stronga interešu izpētes aptauja | 44 |
| Džeksona profesionālo interešu pārskats | 48 |
| Kognitīvā informācijas apstrādāšana | 58 |
| Vispārējo spēju testu komplekts | 69 |
| Psiholoģisko testu komplekts kognitīvo spēju noteikšanai | 76 |
| Kartišu šķirošanas metode | 89 |
| Autobiogrāfija (CV) | 100 |
| Prezentācijas vēstule | 109 |
| Vērtību noskaidrošana | 115 |
| Kompetences skrīnings | 125 |
| SVID analīze | 134 |
| Intervija | 144 |
| Autobiogrāfija un pašraksturojums | 153 |
| Datorizēts pašizvērtējums | 162 |
| Stāstījums | 170 |
| Kritiska epizode | 176 |
| Novērošana | 183 |
| Iztaujāšana | 190 |
| Sitiācijas analīze | 196 |
| Fokusgrupa | 205 |
| Grupas diskusijas | 214 |
| Datorizēta informēšana un karjeras attīstības atbalsts | 225 |
| Prāta vētra konsultēšanā | 237 |
| Konsultēšana pa telefonu | 245 |
| Multikulturālā konsultēšana | 252 |
| Metafora konsultēšanā | 262 |
| Masu informācijas līdzekļi konsultēšanā | 272 |
| Problēmu risināšana | 280 |
| Lēmumu pieņemšanas tehnikas | 290 |
| Karjeras plānošana un attīstība | 298 |
| Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts skolu programmu ietvaros | 307 |
| Realitātes spēle | 321 |
| Skolēna lieta | 333 |
| Scenārijs | 347 |
| Lomu spēle | 357 |
| Simulācija | 363 |
| Personīgais projekts | 370 |
| Profesionālais profils | 375 |
| Izglītības gadatirgus | 383 |
| Darba klubs | 393 |
| Profesionālo kongresu, konferenču un semināru organizēšana | 402 |

Ievads

Mihajs Jigau

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Šis **Karjeras konsultēšanā izmantoto metožu un tehnikas krājums** iepazīstina ar galvenajiem klientu informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta instrumentiem.

Šis ir nozīmīgs darbs (līdztekus citiem, kas iepazīstina ar tiesisko struktūru, konsultantu mērķiem un uzdevumiem, ētikas kodeksu un kvalitātes standartiem karjeras attīstības atbalsta praksē, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju karjeras konsultēšanā, pieaugušo konsultēšanas īpatnībām, distancētu konsultēšanu, konsultantu un konsultēšanas iestāžu novērtēšanu, konsultantu praktiķu pamatkompetencēm, konsultēšanu kā izglītību, utt.) profesionālā brieduma sasniegšanai.

Šis krājums palīdzēs karjeras konsultantam:

- noteikt metodes un instrumentus, kas vislabāk atbilst viņu darba specifiskajam raksturam, ir vispiemērotākie konkrētām klientu kategorijām, un klientu problēmām;
- izvēlēties – apzinoties un salīdzinot – tos konsultēšanas līdzekļus, kuri palīdz noteikt klientu intereses, spējas, personības īpašības, utt., un kuru izvēle un ar tiem iegūto rezultātu interpretēšana stimulē klientu lēmumu pieņemšanu attiecībā uz viņu karjeru, piedāvā alternatīvus nodarbinātības ceļus, atbalsta individuālu karjeras izaugsmes plānu izstrādi, palīdz izprast darba pasauli, sociālās un ekonomiskās attiecības, veicina sekmīgu iekļaušanos sabiedrības un profesionālā dzīvē;
- noteikt novērtējamās pazīmes, profesionālās konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta robežas;
- rīkoties profesionāli, ētiski un kvalitatīvi, konkrētās konsultēšanas situācijās veicot nepieciešamo izpēti, novērtēšanu un interpretēšanu.

Eiropā pieņemtā politika mūžizglītības jomā vēlreiz apstiprina informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu būtisko nozīmi “izglītības un nepārtrauktas izglītības pieejamības veicināšanā”, kā arī jaunu cilvēku un pieaugušo atbalstīšanā, palīdzot viņiem veiksmīgi iekļauties sabiedrības un profesionālajā dzīvē. Šajā sakarā nepieciešams veidot atklātu, caurskatāmu, saprotamu dialogu, kura rezultāts būs praktisks ieguvums gan klientiem, gan darba devējiem. Turklāt šie pakalpojumi jāsniedz sistemātiski un pastāvīgi, tā, lai ikvienam būtu iespēja mācīties un iegūt izglītību visa mūža garumā un lai ikviens gūtu labumu no vienlīdzīgām iespējām darba tirgū (īpaša uzmanība jāpievērš grupām, kurās pastāv sociālās un darba izstumšanas draudi), jāveicina sociālā kohēzija, jāveicina privātas iniciatīvas, jāpalīdz uzlabot pakalpojumu saņēmēja dzīvesstils.

Konsultanti, kuri strādā informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta institūcijās, izmantos informācijas un komunikācijas tehnoloģijas, lai veicinātu savu pakalpojumu pieejamību pēc iespējas lielākam klientu skaitam, strādās ciešā sadarbībā ar vietējiem darba devējiem un sabiedrību, cenšoties nodrošināt, lai viņu pakalpojumi būtu mūsdienīgi, saistīti ar klientu vajadzībām, viņu kvalifikācijas un interešu sistēmām, vietējās, reģionālās, nacionālās un Eiropas sociālās un ekonomiskās attīstības dinamiku.

Izvēloties metodes un līdzekļus šim krājumam, mēs paturējam prātā šādus jautājumus:

- metodes vai līdzekļa praktiskā nozīme konsultēšanas jomā;
- noteikta, racionāla, loģiska teorētiskā bāze, kas balstās uz rūpīgu un sistemātisku empīrisku pētījumu;
- tādi standarti, kas pielāgoti iedzīvotāju sociālajām, kultūras un ekonomiskajām īpatnībām, vai iespēja viegli pielāgot šos līdzekļus konkrētajā valstī pastāvošajai praksei;
- viegli pielietojami un ātri rezultāti, kas saprotami gan klientam, gan konsultantam;

- cik plaši metode vai līdzeklis ir izplatīts karjeras konsultēšanā mūsu valstī un starptautiskā līmenī;
- informācijas avotu dažādība, tieša pieeja uzziņu materiāliem par darba metodēm un līdzekļiem.

Vienlaikus izvēles procesā tika ņemti vērā šādi aspekti:

- autoru komandas un viņu tuvāko līdzstrādnieku vienprātība vai vairākuma balsojums;
- konsultantu praktiķu aptaujā iegūtie rezultāti par instrumentiem, kurus viņi izmanto praksē vai kurus viņi ir ieteikuši izmantot.

Izvēloties instrumentus, ir svarīgi:

- instrumentu piemērošana to klientu kategorijai, kuri lūdz konsultācijas, un viņu problēmu raksturam;
- detalizēta visu to tehnisko un metodoloģisko aspektu pārzināšana, kas nepieciešama instrumentu administrēšanai, rezultātu apkopošanai un interpretēšanai;
- klientu sociālās, kultūras un ekonomiskās vides, kā arī citu, ar viņu dzimumu, izglītību, dzīvesvietu saistīto raksturīgo pazīmju pārzināšana;
- lietošanai paredzētā instrumenta izstrādāšanas konteksta pārzināšana pirms lēmuma par tā pielietojamību pieņemšanas;
- skaidrība par vispārējo struktūru, procedūras piemērotība, statistikas lietojums, standartu un novērtēšanas skalu pieejamība;
- instrumentu piedāvātās informācijas pietiekamība klientu karjeras attīstības nodrošināšanai.

Galvenie jautājumi, kas konsultantiem būtu jāuzdod, lemjot par testu iegādi, piemērošanu un izmantošanu.

- Kādam nolūkam testi izstrādāti? Ko tie novērtē?
- Kādām mērķgrupām tie ieteikti?
- Kādi jautājumu/uzdevumu tipi izmantoti testā, lai veiktu novērtēšanu?
- Vai testi ir apgādāti ar administrēšanas un rezultātu apstrādes rokasgrāmatām?
- Vai testā ir iekļautas normas un vērtību skalas rezultātu novērtēšanai?
- Vai tests ir viegli lietojams un vai rezultātu interpretācija pakalpojuma saņēmējiem ir saprotama un caurskatāma?
- Vai ir kādi dati par testa ticamību un validitāti?
- Vai ir kādi noteikumi par autortiesībām? Kādas ir izmaksas?
- Kas ir testa autori?

Vēl viena problēmu kategorija, ar ko var sastapties šādā darbā, ir saistīta ar karjeras konsultēšanas praksē izmantotās metodoloģijas sistematizēšanu, kategoriju noteikšanu, modeļu un metožu taksonomiju. Ir zināms, ka šajā procesā var izvirzīt ļoti atšķirīgus mērķus, kritērijus, indikatorus.

Savā ikdienas darbībā konsultanti izveido paši savu darba stilu, kura pamatā ir metožu un līdzekļu izvēle. Tai pašā laikā klientu un viņu problēmu kategorijas arī nosaka noteiktu metožu un līdzekļu.

Parasti informācijas avoti/līdzekļu iegāde/aptauja lapas/testi, utt. karjeras konsultēšanā ir šādi:

- specializētas izdevniecības, kuras laiž tirgū psiholoģiskās pētīšanas instrumentus;
- publikācijas (žurnāli, grāmatas, citi avoti internetā);
- oriģinālu kopijas augstskolās (eksperimentāli izmantotas pētniecībā);
- tiešas iegādes no bezmaksas lietošanas avota (ar profesionālu organizāciju, bibliotēku, līdzīgu konsultantu starpniecību);

- uzziņas instrumenti un tulkošanas, adaptēšanas, paraugu pārveidošanas un lietošanas (institutos un augstskolās) tiesību iegāde par saviem līdzekļiem vai, izmantojot dažādus projektus un programmas;
- oriģinālu līdzekļu izstrādāšana nacionālā līmenī, – institutos un universitātēs veikto pētījumu rezultātā.

Aizliegts lietot psiholoģiskos instrumentus, ko aizsargā autortiesību likums, bez autora vai izdevēja atļaujas. Pieeja šiem līdzekļiem tiek piešķirta pie noteikuma, ka tiek nopirkta tiesības tos adaptēt un izmantot, pilnībā ievērojot likumus un šīs jomas profesionālo asociāciju noteikumu rīkojumus un normas.

Bez likumdošanas ir arī ētikas principi, kas regulē karjeras konsultēšanai raksturīgo metožu un līdzekļu profesionālu lietošanu un konsultantu rīcību saistībā ar to izmantošanu.

Šis krājums ir metodoloģiska rokasgrāmata, kā arī profesionāls izklāstījums par saskaņotību, sinerģiju un secību karjeras konsultēšanas darbā, par zinātnisku un sistemātisku pieeju šai jomai un veidu, kā uzturēt augstas kvalitātes informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumus.

Mēs ceram, ka šis krājums būs noderīgs instruments gan pēdējā kursa studentiem, kuri gatavojas kļūt par konsultantiem, gan profesoriem, kuri pasniedz šo kursu, kā arī praktizējošiem konsultantiem tādās jomās kā izglītība, nodarbinātība, jauniešu darbs, likumdošanas prasību ieviešana praksē, veselības aprūpe, militārais dienests utt., un personām, kuras darbojas kā karjeras attīstības konsultanti, skolu konsultanti, izglītības un profesionālās karjeras izaugsmes konsultanti, nodarbinātības amatpersonas, utt.

Metodoloģiskie aspekti

Methodological aspects

Mihajs Jigau

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Karjeras konsultēšana ir globāla pieeja indivīdiem, ievērojot visus viņu personīgās, profesionālās un sociālās dzīves aspektus; tā ietver informācijas, konsultāciju un karjeras attīstības atbalsta nodrošināšanu, un tās mērķis ir atbalstīt ikvienu personu – jebkurā tās dzīves posmā – attīstīt savu karjeru, pieņemot lēmumus attiecībā uz izglītību, darbu un sabiedrisko dzīvi.

Karjeras konsultēšanas jomā ir bijuši gan panākumi, gan neveiksmes, lietojot dažādas novērtēšanas metodes un līdzekļus (sākumā galvenokārt tika izmantoti dažādi psiholoģiskie testi, šobrīd visvairāk tiek izmantotas aptaujas interešu, vēlamās izvēles, piemērotības, attieksmes un vērtību noskaidrošanai). Izglītības un profesionālās karjeras attīstības atbalsta sistēmas pirmssākumos Rumānijā mēs redzam psihometrisko fāzi, kurai sekoja izglītības fāze un mūsdienīgu fāze, kas saistīta ar kognitīvās informācijas vadību un apstrādi, kuras pamatā ir ētika un kvalitāte, kas raksturīga holistiskai karjeras pieejai.

Karjeras konsultēšanā ar testiem, aptaujām mēs izvēlamies noderīgas metodes, kuras attiecas uz:

- spējām (intelektuālās, verbālās, skaitļu, domāšanas, reakcijas ātruma, īpašu talantu, utt.);
- personību;
- interesēm un īpašām vajadzībām;
- vērtībām un attieksmi;
- akadēmiskā ieguvuma novērtējumu (mācīšanās prasmes un metodes);
- starppersonu attiecībām;
- paštēlu:
- lēmumu pieņemšanu;
- karjeras izaugsmi (trenēšanās lēmumu pieņemšanā);
- īpašām iedzīvotāju kategorijām;

Testi ir līdzeklis, kā objektīvi un sistemātiski mērīt/novērtēt noteiktus indivīdu izturēšanās elementus (jebkurā jomā: spējas, personība, attieksme, zināšanas), pamatojoties uz viņu atbildēm uz noteiktiem ar darbu saistītiem jautājumiem. Tiek uzskatīts, ka šāda stingri noteikta personas īpašību noskaidrošanas secība ir piemērota, lai definētu un noteiktu cilvēka būtību raksturojošus aspektus.

Standartizēti testi ir vēl viens izturēšanās segmentu novērtēšanas līdzeklis, saskaņā ar kuru subjekta atbildes netiek vērtētas kā pareizas vai nepareizas, bet tiek salīdzinātas ar citu personu atbildēm, kuras tiek uzskatītas par grupas normu (*Brown and Brooks, 1991*).

Prakse parādījusi, ka parasti konsultanti vairāk izmanto interešu un prasmju aptaujas, nevis psiholoģiskos sasniegumu un personības testus. Faktiski līdzsvars starp viena vai otra līdzekļa izmantošanu izriet no konsultanta ieņemtās lomas: vai tā ir vērsta uz to, lai palīdzētu klientiem viņu karjeras izaugsmē un lēmumu pieņemšanā, vai uz tādas informācijas interpretēšanu, kura, pēc konsultanta domām, vislabāk atbilst klienta interesēm. Kā redzams, iznākums ir vienāds. Bet divās aprakstītajās situācijās izmantotie līdzekļi atšķiras.

Psiholoģiskā izpēte un testi attiecībā uz karjeras konsultēšanu var palīdzēt noskaidrot:

- interešu jomas/kam tiek dota priekšroka nodarbinātības jomā;

- prasmes, spējas, piemērotību, kā arī snieguma līmeni, kas tiek prasīts dažādās nodarbinātības jomās;
- personības aspektu savienojamību ar noteiktām nodarbinātības jomām;
- iespējamās neapmierinātības iemeslus vai progresu trūkumu gadījumā, ja cilvēki strādā;
- personīgo vilcināšanos un stereotipus lēmumu pieņemšanā klienta nodarbinātības jomā.

Testu lietošana konsultēšanā tiek arī kritizēta. Visbiežāk minētā kritika ir šāda:

- konsultēšanā nav obligāti jāveic testēšana;
- testa rezultāti deformē konsultanta un klienta attiecības;
- testi palielina klienta atkarību lēmumu pieņemšanā vai pašnovērtēšanā, paškontrolē, paša vadītajos sociālajos un profesionālajos centienos no ārējiem faktoriem;
- testi nav nekļūdīgi un bieži ir "atbildīgi" par kultūras un dzimuma etiķešu piesprašanu;
- dažreiz psiholoģisko testu un aptauju rezultāti negatīvi ietekmē atsevišķas klientu kategorijas, un rezultātā klients zaudē drosmi un tiek vājināts tā paštēls.

Tomēr daudzi iepriekšminētie novērojumi saistīti ar testu un inventarizācijas rezultātu nepareizu izmantošanu, nevis ar pašiem līdzekļiem.

Tādēļ konsultantam pašam jāizvēlas piemēroti testi un aptaujas katram konkrētam klientam atbilstoši izvirzītajai problēmai; veids, kādā šie līdzekļi tiek pielietoti un īpaši rezultātu interpretācija, kā arī jāievēro ētikas un profesionālie standarti.

Visbeidzot, konsultants izmanto konkrētus testus un aptaujas, lai palīdzētu klientiem pašiem iepazīt sevi, pašiem novērtēt savus personīgos resursus, ļaut viņiem pašiem pieņemt lēmumus un plānot savu karjeru. Citiem vārdiem, novērtēšanas instrumenti var palīdzēt klientiem:

- apzināties personīgos talantus, spējas, prasmes vai zināšanas;
- izvēlēties izglītības un mācību ceļus atbilstoši viņu projektiem un rezultātiem attiecībā uz viņu karjeru pašreizējās dzīves kontekstā;
- noteikt nodarbinātības alternatīvas papildus viņu interešu, talantu struktūrai un dominējošām personības iezīmēm;
- izveidot pozitīvu un reālu paštēlu;
- noteikt viņu nodarbinātības jomā pastāvošo barjeru iemeslus, to raksturu un apmērus;
- sagatavoties lēmumu pieņemšanai un autonomai karjeras plānošanai;
- kompensēt informācijas nepilnības, nepietiekamu vai kļūdainu informāciju un samazināt stereotipus par darba pasauli;
- noteikt iespējamās profesionālās neapmierinātības, sociālās nepiemērotības iemeslus vai attiecību uzturēšanas un lomu maiņas grūtības.

Konsultanti izmanto psiholoģiskos testus un aptaujas galvenokārt divos gadījumos:

- viņi vēlas taupīt laiku, kad ir aizņemti ar daudziem klientiem;
- viņi cenšas kompensēt informācijas trūkumu jaunu klientu gadījumā.

Konsultants var iegūt pietiekamu informāciju par klientu jau pirmajā tikšanās reizē, intervējot viņu, kas parasti tiek darīts šādā situācijā. Tā tas ir ar cilvēkiem, kuriem konsultēšana ir labi zināma; šādās situācijās novērtēšana, izmantojot psiholoģiskos testus un inventarizāciju, ir neekonomiska gan no laika viedokļa, gan no iegūtās informācijas un izmaksu viedokļa.

Citi klienti skaidri un tieši pieprasa veikt novērtēšanu ar psiholoģiskiem testiem un viņiem varētu nebūt precīza paštēla vai tajā laikā notiekošu karjeras attīstības projektu. Šādi cilvēki var lolot nereālas cerības attiecībā uz testiem, kā arī attiecībā uz pašiem konsultantiem.

Īpašos gadījumos konsultanti izmanto testus vai aptaujas, lai "lauztu ledu", komunicējot ar atsevišķiem klientiem vai kā papildus argumentu turpmākajās tikšanās reizēs, lai palīdzētu viņiem nonākt pie lēmuma: izvēlēties izglītības ceļus vai nodarbošanos.

Klienta prioritātes ir izejas punkts, lai noteiktu, vai lietot noteiktus testus un/vai aptaujas.

Vēl svarīgāk par psiholoģisko testu vai aptauju administrēšanu ir ar tiem iegūto rezultātu interpretācija.

Konsultantam jābūt pārlicinātam, ka:

- izvēlēta vispiemērotākā metode, kam ir maksimāla ietekme uz klienta problēmas risinājumu;
- klienti saprot izmantotā testa un/vai aptaujas nolūku, izpildāmos uzdevumus, aizpildīšanas kārtību, un no testiem pamatoti sagaidāmos rezultātus;
- klienti sniedz visus nepieciešamos datus;
- tik veikti pieraksti par klientu izturēšanos testu izpildīšanas laikā;
- atbildes tiek rūpīgi pārbaudītas, izmantojot atbilžu lapas, un summējot rezultātus (apakštestiem);
- precīzi tiek ziņots par testa izpildes atbilstību standartiem;
- tiek izskatīti iegūtie dati un klienti sagatavoti rezultātu interpretēšanai (tās pašas tikšanās reizē, bet vēlams pēc kāda laika). Šeit ir daži jautājumi, ko konsultants var uzdot klientam pirms rezultātu interpretēšanas: *Ko jūs domājat par testu? Kā, pēc jūsu domām, jūs izpildījāt uzdevumu? Ko jūs domājat par testēšanas apstākļiem? Kādi jautājumi jums radās? Vai nepieciešami paskaidrojumi?;*
- iegūta nepieciešamā informācija, lai saprastu izpildīto testu rezultātus saistībā ar klienta reālo dzīvi (izglītības līmenis, sociālā un kultūras vide, dzimums, personības iezīmes, utt.: vienāds punktu skaits automātiski nenozīmē vienu un to pašu, neatkarīgi no klienta);
- tiek iegūta informācija par klientu (izglītība, ģimene, personiskā pieredze, utt.), integrēta dinamiskā, reālā interpretācijā, kas saistīta ar klienta patieso dzīvi, kam ir jēga un proaktīva vērtība;
- vienlaikus, pašas interpretēšanas laikā konsultantam:
 - aktīvi jāiesaista klients rezultātu nozīmes skaidrošanā (piemēram, *"Jums ir ļoti liels punktu skaits par mehāniskām interesēm, bet mākslinieciskās intereses ir zem vidējā. Kādēļ, pēc jūsu domām, tas ir tā?"*),
 - sniedzot skaidrojumus, jāizvairās no ļoti specializētas valodas, tehniskiem terminiem, kurus klients varētu nezināt vai varētu saprast nepareizi,
 - svarīga **labvēlīgas neitralitātes** pilna attieksme un nav "jāizskaistina" atsevišķu apakštestu rezultāti: dažus subjektus var pārsteigt testa un konsultanta spēja atklāt ļoti personiskas lietas viņu dzīvē, vai arī viņi var apvainoties par atsevišķām neveiksmēm (*"Grūtības un diskomforta izjūta, interpretējot zemas vai negatīvus testa rezultātus ir konsultanta, nevis klienta problēma"* (Tinsley and Bradley, 1986),
 - jāapzinās klienta attieksme pret psiholoģiskā testa "spēju" atrisināt personīgus jautājumus, klienti jāatbalsta, lai viņu cerības būtu reālas (piemēram, klientam var būt pārspīlēta ticība, ka tests sniegs brīnumainus rezultātus vai risinājumus; konsultants var sastapties ar skepticismu vai negatīvu attieksmi, ko rada introspekcijas grūtības, vai kas tiek izmantota kā aizsardzības līdzeklis, utt.).

Prakse pierādījusi, ka karjeras konsultēšanas, karjeras attīstības atbalsta un informēšanas procesā klienti sagaida vispusīgu pieeju viņu problēmām, un viņi nekoncentrējas uz profesijas izvēli. Tas liek konsultantiem atzīt faktu – kas īstenībā ir dabiski –, ka cilvēki uzskata: dažādās lomās, ko viņi spēlē vienlaikus un/vai pārmaiņus savas dzīves gaitā, veido nepārtrauktu plūdumu, kurā viņi iesaistās ar visu būtību un visiem savas personības aspektiem. Šī iemesla dēļ konsultantiem jāsaprot dziļi personīgās mijiedarbības, ko izraisa dažādās lomās, ko indivīds spēlē konkrētā dzīves situācijā.

Tehniskā pamatinformācija, kas papildina ikvienu kvalitatīvu psiholoģisko testu, attiecas uz:

- **ticamību (reliability)**: psiholoģiskajā novērtējumā nav kļūdu, ko nosaka pēc iekšējās konsekvences starp testu un atkārtota testa laikā iegūto punktu skaita stabilitāti laika ziņā; *ticamības koeficientu (reliability coefficient)* (kas lielākā daļā kvalitatīvu testu ir robežās no 0,80-0,90) aprēķina pēc:

- instrumenta *iekšējās konsekvences (internal consistency)*, kas izriet no korelācijas *statistiskā aprēķina (statistical calculus of correlation)* un kas tiek vērtēta kā augsta, ja visi testa uzdevumi/jautājumi mēra vienu un to pašu psiholoģisko mainīgo lielumu; pārbaudi var veikt arī, *izmantojot testa daļas* un aprēķinot testa daļu vērtību korelācijas koeficientus,
- klienta testa izpildes *laika stabilitātes*, kas nozīmē *testēšanu-atkārtotu testēšanu* pēc zināma pārtraukuma (abās testa daļās jāiekļauj vienāds jautājumu skaits un vienāda grūtības pakāpe, un tos var izvēlēties, piemēram, ņemot nepāra jautājumus; tiek uzskatīts, ka, jo tuvāk stabilitātes koeficients ir 1, jo labāks tas ir;
- **validitāte (validity)**: šī ir vissvarīgākā testa īpašība, un tā attiecas uz testa satura pielāgošanu apskatāmajai problēmai (citiem vārdiem, vai ir apstiprinoša atbilde uz šādu jautājumu: vai tests patiešām mēra to, kam tas paredzēts. Šī testa īpašība ir neaizstājama, jo daudzās situācijās nav iespējami tieši personas raksturīgo psiholoģisko pazīmju mērījumi (piemēram, intereses, attieksmes, personības iezīmes, utt.).

Ir trīs galvenās validitātes kategorijas:

- *satura validitāte*: attiecas uz to daļu proporciju testā, kam ir būtiska nozīme, lai aptvertu psiholoģisko mērījumu mērķi (visbiežāk tie ir akadēmiskie testi);
- *kritēriju validitāte* attiecas uz pierādījumu/prognožu (**prediction**) sniegšanu, kas skar saistību starp testa rezultātiem un noteiktu izturēšanās veidu, kas ir ņemts par kritēriju (piemēram, ja mums jānovērtē darba izpildījums, mums attiecīgajā testā jāiekļauj tādi jautājumi, kas nodrošina, ka mēs precīzi novērtējam attiecīgo kritēriju noteicošos aspektus); šādā gadījumā identificēti divi kritērija derīguma veidi: prognozējošais (**predictive**) un pašreizējais (**concurrent**) – īslaicīgas saistības funkcija starp testa rezultātiem un veikto mērījumu apstiprinājums realitātē;
- *struktūras validitāte (construct validity)* nosaka, kādā pakāpē testa jautājumi mēra noteiktas psiholoģiskās iezīmes, kuras mēs vēlamies novērtēt (struktūra/koncepcija šajā gadījumā atspoguļo teorētiskās psiholoģiskās struktūras operacionalizāciju (**operationalization**), pamatojoties uz kuru tests ir izstrādāts).

Zemāk dota tabula, kas aptver **validitātes veidus (types of validity)**, to nolūku un procedūras attiecīgo koeficientu noteikšanai (Bezanson, Monsebraaten and Pigeon, 1990):

| Derīguma tips | | Nolūks | Procedūra |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| saturs | | noteikt, vai punktu skaits sniedz pareizu novērtējumu par uzdevumu kompleksa izpildi | novērtējamo jautājumu loģisks salīdzinājums |
| kritērijs | prognozējošs (predictive) | noteikt punktu skaita potenciālu, lai paredzētu turpmāko sniegumu | izpētes rezultātu izmantošana, lai paredzētu turpmāko sniegumu, atkārtota testēšana un prognožu salīdzināšana ar jaunajiem rezultātiem |
| | vienlaicīgs (concurrent) | noteikt, vai punktu skaits ļauj novērtēt pašreizējo sniegumu | izpētes rezultātu un tiešu mērījumu par plānoto sniegumu, salīdzināšana |
| struktūra (construct) | konverģenta (convergent) | pārbaudīt, vai (testu, mērījumu) skalas ir saistītas ar citām līdzīgām skalām, ar kurām tām ir vienāda teorētiskā bāze | nosaka, kādā mērā skalas ir savstarpēji saistītas ar līdzīgām skalām, kurām ir tāda pati teorētiskā bāze |
| | atšķirīga (discriminative) | pārbaudīt, vai (testu, inventarizāciju) skalas atšķiras no līdzīgām skalām citās teorijās | nosaka, kādā mērā skalas ir savstarpēji saistītas ar līdzīgām skalām citā teorētiskā pieejā |

- **objektivitāte (*objectivity*):** attiecas uz to testa īpašību, kas pieļauj vienādus rezultātus pie dažādiem operatoriem (testi, kas ir relatīvi "īmūni" pret punktu skaita rādītāja (**score-marker**) subjektivitāti, ir jautājumi, uz kuriem atbildi var izvēlēties no vairākām atbildēm, tādām kā pareizi/nepareizi vai iepriekš noformulētas atbildes);
- testa **praktiskā vērtība** attiecas uz tā piemērotību ikdienas psiholoģiskajam novērtējumam: *ekonomiskā* (atkārtoti lietojami materiāli: režģa formāts (**grid format**), pats tests, aparāts, mācību grāmatas, atbilžu lapas), *īsāks lietošanas laiks* (subjekti viegli saprot *aizpildīšanas instrukcijas, ātra punktu noteikšana un vienkārša interpretēšana*).

Parasti profesionālo psiholoģiskās novērtēšanas instrumentu autori kopā ar testu piedāvā visus datus attiecībā uz iedzīvotāju raksturīgām pazīmēm, pamatojoties uz kurām tika izstrādāti standarta punktu skaits (dzimums, vecums, izglītība, utt.), kā arī statistisko informāciju un komentārus, kuri tiek uzskatīti par būtiskiem attiecībā uz testu galvenajām kvalitātes iezīmēm (ticamība, validitāte, utt.).

Attiecībā uz cilvēkiem, kuri tiek pakļauti psiholoģiskiem testiem, aptaujām, utt., konsultants izdara novērtējumu, lai noskaidrotu, ko viņi *var darīt* (personas iedzimto īpašību vai iepriekšējās izglītības dēļ) un ko viņi *vēlētos darīt* (intereses, motivācija, attieksme). Šo indivīda personības aspektu attiecības ir cits jautājums: abi komponenti ir abpusēji nepieciešami, bet ir nepietiekami nosacījumi, lai nodrošinātu panākumus darbavietā. Šeit jāmin, ka tad, kad runājam par darbu plašākā izpratnē, domājam darbības, kuras var būt galvenokārt ar rokām veicamas/fiziskas vai intelektuālas, kas tiek veiktas, lai gūtu ienākumus vai cita veida materiālu, morālu vai finansiālu kompensāciju par ieguldītajām pūlēm un veltīto laiku. Aktivitāte, kvalificēta kā darbs, var būt valsts vai privātās iestādēs un uzņēmumos, mājās, brīvprātīgi/labdarībai, mācīšanās un izglītošanas pasākumi, utt.

Protams, klientu novērtēšanai ir papildu pamatojums, ja karjeras konsultēšana to ietver vai prasa saskaņā ar definīcijām, kuras pieņēmusi lielākā daļa šīs jomas praktiķu vai teorētiķu.

"Karjeras konsultēšana ir process, lai panāktu maksimālu savienojamību starp indivīda resursiem, prasībām, centieniem vai interesēm un reālo piedāvājumu izglītības, mācību jomā, sociālo un profesionālo integrāciju. Karjeras konsultēšana ir sociāls pakalpojums, kurš ierosina holistisku, nemitīgu, elastīgu pieeju no indivīda puses visos viņu dzīves posmos (formāla izglītība, nodarbinātība, sociālā integrācija, iesaistīšanās sabiedrībā, nepārtraukta profesionālā attīstība, darbu maiņa, ģimenes stāvoklis, pārkvalificēšanās, aiziešana pensijā, utt.) un visos citos nozīmīgos dzīves aspektos un lomās, kas spēlētas skolā, profesijā, sociālā un sabiedrības dzīvē, ģimenē, atpūtā, utt., ko pārstāv informācija, konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts, ko sniedz pilnvaroti konsultanti." (Jigāu, 2003).

Šajā plašajā karjeras konsultēšanas definīcijā mēs skaidri saskatām ideju par individuālām raksturīgām pazīmēm un darba vidi, informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta mērķi, konsultēšanu visa mūža garumā, kā arī to procesu elementus, kas attiecas uz lēmumu pieņemšanu un karjeras izaugsmes plānošanu.

Tātad, karjeras konsultēšana ir informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu pamatelements, kas domāts, lai atbalstītu visu vecumu grupu sociālo un profesionālo integrēšanu, sniedzot karjeras konsultēšanas pakalpojumus un izglītošanu visa mūža garumā.

Ilgu laiku psiholoģiskajā izpētē un pārbaudēs, kas bija domātas karjeras konsultēšanai (vai izglītības un profesionālās attīstības atbalstam, šaurākā nozīmē) spējas un personības iezīmes tika uzskatītas par izšķirošām.

Nesenais pētījums pievērsis uzmanību faktam, ka cilvēki demonstrē kompleksu profesionālu izturēšanos un nav neatkarīgu raksturīgu pazīmju *mozaika (puzzle)*, ka viņiem ir unikāla dzīves pieredze, pārmantots pamats, kuru nevar kopēt, vērtības, centieni un attieksme dažādos viņu eksistences kontekstos, ka savā sociālā un profesionālā dzīvē viņi, vienlaikus vai secīgi spēlē atšķirīgas lomas, kas nav cieši saistītas ar viņu nodarbošanos, utt. Tādējādi, psiholoģiskā novērtēšanā un pārbaudēs būs jāņem vērā ietekme, ko devuši citi aspekti, tādi kā ģimene, izglītība, sabiedrība, izklaidēšanās, vaļasprieki, labprātīgi veicamās sabiedriskās funkcijas vai citas cilvēka dzīves laikā pieņemtās lomas, ietekme.

Novērtēšana, kas veikta karjeras konsultēšanas vajadzībām, ir precizēta klientu funkcija, un klienti var būt:

- bērni, studenti (no vispārējās vai specializētās izglītības valsts vai privātām skolām);
- pieaugušie:

- valsts vai privātās kompānijās nodarbinātie vai pašnodarbinātie,
- tie kuri vēlas mainīt darbu,
- tie kuri vēlas mainīt profesiju,
- tie kuri iesaistīti dažādās mācību programmās,
- bezdarbnieki,
- imigranti, bezpavalstnieki, utt.

Herr un Cramer (1996) klasificē karjeras konsultēšanas nolūkā veiktās izpēti atbilstoši to nolūkam:

- prognozējošas (**predictive**);
- diferencējošas (**discriminative**);
- uzraugošas (**monitoring**);
- novērtējošas.

Katrs no šiem izpēti veidiem ir svarīgs un noderīgs – dažādās situācijās –, lai atbalstītu indivīdu pašiepazīšanās, informēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta procesos.

- **Prognozējošā (predictive)** pārbaude paredz klienta potenciālu attiecībā uz izglītību, mācību un darbu, nodarbinātības mobilitāti, sociālā stāvokļa līmeni vai iespējamo sniegumu, ko iespējams sasniegt. Tiek sniegtas atbildes uz šādiem jautājumiem: *Ko es varu sasniegt nākotnē? Vai ir vērts interesēties par to? Kādas darbības nesīs man panākumus?*

- **Diferencējoša (discriminative)** pārbaude dod iespēju apskatīt īpašības un sniegumu saistībā ar noteiktām interesēm, vērtībām un vēlamiem nodarbinātības veidiem un to savienojamību ar noteiktu darba vidi. Tiek sniegtas atbildes uz šādiem jautājumiem: *Vai es esmu piemērots šai profesijai? Vai šī darba vide ir man piemērota? Vai es varu pielāgoties un spēšu kvalificēti strādāt šajā profesijā?*

Abi augstāk minēto pārbaudu veidi piedāvā klientiem atbildes par “izvēles saturu” (“izvēlēties profesiju nozīmē izvēlēties ceļu, kā realizēt savu paštēlu”; Super, 1997).

- Pārbaude, kas veikta **uzraudzīšanas (monitoring)** nolūkā, piedāvā informāciju par izglītības iespējām, lai izdarītu profesijas izvēli, par gatavības līmeni, kas nepieciešams, lai uzsāktu karjeras izaugsmes personīgo projektu, par lēmuma kvalitāti un viedokļiem par darbu; šeit mēs runājam par esošajiem vai stabilizējamajiem kognitīviem un morāles-attieksmes mainīgajiem lielumiem (**cognitive and moral-attitudinal variables existing or under stabilization**). Šīs pārbaudes piedāvā klientiem modeļus, kuri palīdz izvēlēties profesiju, veicina patstāvību un prasmi izvēlēties starp vienlīdzīgām alternatīvām, citiem vārdiem, tas ir jautājums par “profesijas izvēles pārvēršanu procesā”;
- **novērtējošās** intervences (**evaluation interventions**) attiecas uz karjeras konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta mērķu īstenošanā sasniegtā līmeņa noteikšanu. Tiek ņemti vērā dažādu programmu rezultāti, kā arī ar informēšanu, konsultēšanu un karjeras attīstības atbalstu saistīto stratēģiju un projektu rezultāti indivīdu, institūciju un sabiedrības līmenī.

Karjeras konsultēšanas nolūkā veiktās kvalitātes novērtēšanas rezultātiem jāapstiprina (vismaz kopumā) “nojaudas” vai klientu viedokļi attiecībā uz viņu paštēlu, interesēm un spējām vai citiem aspektiem, uz kuriem vērsti izmantotie testi vai aptaujas; šajā sakarā ikvienam acīm redzamam konfliktam vajadzētu vērst konsultanta uzmanību uz lietoto metodoloģiju, vai darīt viņus skeptiskus attiecībā uz šo instrumentu, tā lietošanu vai interpretēšanu.

Pētījums, kas bija koncentrēts uz vērtībām, kuras ir svarīgas indivīdiem un ir saistītas ar darba procesu (Katz, 1993), ļāvušas noteikt desmit pamatvērtības, ko var ņemt par izejas punktu (**benchmark**) lēmumu pieņemšanā un personīgās izvēles noskaidrošanā konkrētās situācijās. Autors ir sagatavojis *Sistēmas interaktīvai karjeras attīstības atbalsta informēšanai (System for Interactive Guidance Information (SIGI PLUS))* – elektroniskā formātā, lai noskaidrotu klienta personīgās vērtības, kas saistītas ar darba pasauli.

10 pamatvērtības, kas veido SIGI PLUS, ir:

| SIGI PLUS vērtības | Paskaidrojumi |
|----------------------------|---|
| 1. Augsti ienākumi | Noteikta alga – kā darba rezultāts – nepieciešama katrai personai individuāli. Tas, ko uzskata par labu algu, katram indivīdam atšķiras. |
| 2. Prestižs | Noteiktas profesijas piedāvā saviem pārstāvjiem noteiktu prestižu. Šis fenomēns variē ekonomiskā un kultūras konteksta funkciju vai profesijas sociālo atzišanu, utt. |
| 3. Neatkarība | Dažāda neatkarības pakāpe darba uzdevumos, lēmumos, utt., profesijas funkcijās. |
| 4. Palīdzība citiem | Dažiem patīk veltīt savu darbu, lai palīdzētu citiem (veselības aprūpe, izglītība, sociālais darbs, utt.). |
| 5. Drošība | Darbavietas un algas garantija/stabilitāte (pat ja pēdējā Rumānijā ir zemāka nekā citur). |
| 6. Dažādība | Profesijas uzdevumu dažādība; dažiem nepatīk monotoni, atkārtoto uzdevumu vai tādi, kur nav vajadzīga domāšana un plānošana. |
| 7. Vadība | Dažiem ir svarīga iespēja vadīt, pieņemt lēmumus un uzņemties atbildību. |
| 8. Darīt interesantu darbu | Dažiem ir svarīgi, lai darbs būtu saskaņā ar viņu interesēm (tehnoloģija, māksla, IT, utt.), un citām iepriekš minētām vērtībām ir sekundāra nozīme. |
| 9. Atpūta | Dažiem ir svarīgi, lai būtu pietiekamas atpūtas iespējas un tādēļ viņi var pieņemt neinteresantu darbu, nepilnas slodzes darbu, darbu ar gariem un biežiem atvaļinājumiem, elastīgām darba stundām, utt. (Atpūtas pasākumu klasifikācija: spēles, sports, pasākumi svaigā gaisā, kolekcionēšana, celtniecība, māksla un mūzika, izglītība, sarīkojumi un kultūra, brīvprātīgs darbs organizācijās, utt.). |
| 10. Tūlītēja nodarbinātība | Dažiem ir svarīgi izvēlēties tādu profesiju, kas dos tūlītēju nodarbinātību, nevis meklēt darbu ilgstoši un, iespējams, to nedabūt, vai iesaistīties turpmākā izglītošanās procesā un mācībās, lai palielinātu savas iespējas. |

Cilvēkiem, kuriem ir skaidras atbildes uz iepriekš minētajām problēmām, būs vieglāk pieņemt lēmumus attiecībā uz savu karjeru; tas nozīmē brīvu personisko vērtību izvēli un nevis izvēli kāda ārējā spiediena ietekmē, savas izvēles seku apzināšanos (kas noved pie atsacīšanās vai priekšrocībām), un darbošanās, lai to īstenotu praksē.

Kapes, Mastie un Whitfield (1994) konstatē, ka karjeras konsultēšanas nolūkā veiktās izpētes rezultātus var izmantot karjeras attīstības atbalstam, lai atklātu un apstiprinātu kompetenci, atbalstītu lēmumus un karjeras izaugsmi. Vienlaikus saskaņā ar šo pieeju karjeras konsultēšanas mērķis vairs nav atrast tādu profesiju, kas vislabāk derētu klientam, bet gan profesiju saimes vai pat lielākas profesionālās jomas, jo tiek uzskatīts, ka persona ir disponēta nepārtraukti mācīties, pielāgoties jaunām darba situācijām un iesaistīties savas kompetences attīstīšanā. Saskaņā ar šo loģiku mums jāiekļauj jauna konsultēšanas pakāpe: tas ir “karjeras attīstības plānošana un tās maiņa” (NAEP, 1971). Šobrīd lielākā daļa konsultantu noraida ideju, ka noteiktam klientam “ir tikai viena piemērota profesija”, un izvēlas ieteikt saviem klientiem pieņemt “plašākus lēmumus”, būt atvērtiem vairākām darba iespējām vai “alternatīvām karjerām”; vispirms aicina viņus iepazīt sevi un iegūt informāciju par sevi pašu, un tad virza viņus uz “elastīgiem lēmumiem”.

Pamatota karjeras lēmuma “pārlikšana” no konsultanta uz klientu ir visracionālākā profesionālā rīcība no konsultanta puses.

Attiecībā uz šo procesu Kapes, Mastie un Whitfield (1994) nosaka dažus “karjeras attīstības principus”:

- **karjeras attīstība (career development)** ir process visa mūža garumā, izvēļu virkne; šis pārmaiņas, kas saistās ar izvēli un profesionālās intereses koncentrēšanu, izraisa pārmaiņas, kas notiek gan personīgā līmenī (izglītība, mācību, pieredze, pieeja jaunai informācijai), kā arī darba vides līmenī (ekonomiskās, sociālās, tehnoloģijas progress);

- *lēmumu pieņemšana un savas karjeras attīstības plānošana ir process, ko var iemācīties un pielietot visa mūža garumā; tādēļ nepieciešams iziet cauri tādām pakāpēm kā: problēmas identificēšana, informācijas savākšana, alternatīvu noformulēšana, izvēļu novērtēšana un rīcības plāna izstrādāšana;*
- *karjeras izvēlē iesaistīti dažādi faktori: intereses, spējas, skolā un ārpus skolas iegūtās zināšanas, prasmes, vajadzības, vērtības, paštēls, citi subjektīvie faktori;*
- *iepriekšējā pieredze ietekmē pašreizējās vajadzības un intereses; karjeras izaugsmē ir svarīgi apzināties un lietot iepriekšējos vērtīgos ieguvumus;*
- *sociālais konteksts ietekmē indivīdu viedokļus; kolēģu skolotāju, vecāku, radnieku, citu nozīmīgu cilvēku cerības vai sabiedrības izpratne par profesiju var ievērojami ietekmēt lēmumu pieņemšanu attiecībā uz savu karjeru;*
- *mīts par "vienīgo piemēroto profesiju" ir neprecīzs un kaitīgs; ikviena persona var būt veiksmīga un apmierināta vairāk nekā vienā profesijā vai jomā;*
- *pozitīvs un reāls paštēls, pārliecība ir vissvarīgākie faktori, formulējot izvēles iespējas un nodarbojoties ar karjeras attīstību;*
- *izdevību var "sagatavot", tā nav tikai jāgaida; ja cilvēks ir proaktīvs, palielinās veiksmīgas karjeras iespējamība.*

Daudzas konsultantu lietotās pieejas balstās uz tādiem principiem kā izejas punkti (**benchmarks**), un konsultēšana visa mūža garumā tiek aplūkota kā viens veselums: informācijas, konsultāciju un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu saņēmējiem jābūt atvērtiem jaunai mācīšanās pieredzei, jābūt profesionāli elastīgiem, jāspēj pielāgoties un jāvēlas pieņemt jaunas nodarbinātības perspektīvas. No otras puses, konsultantiem jāiedrošina klienti uzņemties atbildību, izmantot jauno, praksē iegūto kompetenci, būt aizvien patstāvīgākiem un noskaņotiem mācīties.

Kas attiecas uz jaunu darbu tirgu (*Peterson, Sampson, Reardon, 1991*), konsultantiem jāņem vērā fakts, ka to raksturo: liels skaits vecāka darbaspēka, vairāk imigrantu, raibāka sastāva etniskās un rasu grupas, vairāk invalīdu, vairāk strādājošu sieviešu, utt. No otras puses, darba organizācijas kultūru, iespējams, raksturo: relatīva distances samazināšanās starp atbildīgām personām un personām, kuras veic instruēšanu; mazāk neskaidrības par izpildītā darba apakšējo līmeni (**back end**), palielinās individuālā darba nozīme par sliktu grupu darbam, utt.; un viss tas globālā perspektīvā, ko raksturo masīva tehnoloģiju invāzija katrā darba aspektā, lielāka komunikācijas, mūžizglītības, racionālas enerģijas patēriņa, resursu nabadzības, utt. nozīme.

Šādos apstākļos klientiem var piedāvāt izvēles:

- individuāla darba radīšana;
- pilnas vai nepilnas slodzes darbs;
- nepārtraukts darbs (maiņās);
- elastīgas darba stundas;
- virsstundu darbs;
- vairāki darbi;
- darbs vairākās kompānijās (no kuriem viens ir nakts darbs);
- darbs, ko pārmaiņus veic divi darbinieki;
- nodarbinātība tikai dažas dienas nedēļā (pensionāriem un bezdarbniekiem, kas vecāki par 50 gadiem);
- darbs mājās;
- pagaidu darbs rosīgās sezonās;
- sezonas darbi;
- divu amatu ieņemšana vienā iestādē, utt.

Lēmumu pieņemšanas process lielā mērā ir atkarīgs no informācijas, proti, informācijas sniegšanas, tās pielāgošanas, pārvaldīšanas, precizitātes, kvalitātes, kognitīvas apstrādes no lietotāja puses, utt. Visā procesā (kas

nav vienīgi racionāls un kam nav pilnīgi sveša intuīcija vai iedvesma) nepieciešama informācijas saprašana/apgūšana/interiorizēšana (**interiorisation**) un tās apstrāde, tajā lēmumi mijas ar neizlēmību, patstāvība – ar atkarību, un tas viss galu galā noved pie stabila paštēla izveidošanās (vēlams – pozitīva un reāla) un pie lēmuma, kurš tiks īstenots labprātīgi, patstāvīgi, uzcītīgi un ar stingru motivāciju.

Dažreiz cilvēki izdara izvēli, pateicoties viņu dzīvē notiekošiem nozīmīgiem notikumiem, bet citās situācijās lēmumus par karjeras izaugsmi pieņem atbilstoši tam, kā tie skaidro vai izprot no dažādiem avotiem saņemto informāciju, un kā viņi sevi redz reālās dzīves kontekstā, citiem vārdiem, viņi “rada” savu nākotni ar to, kam viņi tic un ko dara.

Mēs identificējam divus pretējus lēmumu pieņemšanas stilus: spontānais – sistemātiskais (pēc reakcijas uz informāciju par problēmu) un iekšējais – ārējais (pēc tādas informācijas analīzes, kas noderīga jebkuram lēmumam); šajā procesā var būt iesaistīta tikai konkrētā persona un/vai tās draugi/ģimene, kā arī un/vai sabiedrība, izmantojot dažādus veidus, lai izdarītu spiedienu.

Nesenais pētījums uzsver, ka, nosakot darba iespējas, pāri par 50 % cilvēku palīdz viņu draugi, paziņas, utt., un apmēram viena trešā daļa (īpaši jauni cilvēki) atrod darbu datorizētos specializētos datu avotos. Interneta lietošana, lai meklētu un atrastu darbu pēdējo gadu laikā ievērojami palielinājusies.

It kā par spīti visracionālākiem lēmumu pieņemšanas modeļiem, runājot par izglītības un profesijas izvēles iespējām, pēdējos gados aizvien biežāk indivīdi rīkojas savādāk, un viņu lēmumi balstās uz prioritātēm un risinājuma rašanas aktualitāti:

- “šodien, rīt vai kādā no tuvākajām dienām man obligāti jāreģistrējas kādā skolas programmā”;
- “es esmu meklējis darbu pārāk ilgi, lai apstātos un padomātu, vai tas man der vai neder”.

Kad šī pirmā psiholoģiskā spriedze (iekšējā un/vai ārējā) konjunktūras vadīta lēmuma (**conjunctural decision**) laikā ir noņemta, var rasties šādi rīcības pamatojumi (iespējams, lai attaisnotos):

- “ja es redzēju, ka neciešu šo skolu, es panāksu, ka mani pārceļ, bet man, cik ātri vien iespējams, kaut kur jāreģistrējas mācību gada sākumā;”
- “ja es tiešām nespēju veikt uzdotos uzdevumus tādā veidā, lai tas neietekmētu manu algu vai neapdraudētu manu stāvokli, es meklēju citu darbu (ja jums jau ir darbs, ir vieglāk atrast citu) vai pa to laiku es iziešu kādu mācību kursu.”

Šādos gadījumos racionālie lēmumu pieņemšanas modeļi piedāvā vai nu *post-factum* paskaidrojumu, vai iesaka iegūt izglītību.

Konsekventākas “**konjunktūras vadītu/impulsīvu**” lēmumu (**conjunctural/impulsive decisions**) cerības var atrast kognitīvo modeļu izskaidrojošā potenciālā, kuri, šķiet, tuvina konkrētu lēmumu pieņemšanas procesu realitātei.

Saskaņotas karjeras konsultēšanas sistēmas pamatelementi ir: labi sagatavots personāls, institucionāla informācija, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta tīkli, prakses ētikas kodeksi un kvalitātes standarti, metožu un līdzekļu komplekti, kas atbilst mērķauditorijai. Šādā perspektīvā nepieciešams veikt atkārtotu konceptualizāciju, atkārtotu sistematizāciju, klasisko un moderno metožu saskaņošanu metodoloģijas jomā, kas paredzēti speciāli karjeras konsultēšanai (metodes, līdzekļi, tehnikas un instrumenti), aizvien plašāku kritēriju un sfēru funkcija (**function of the ever-broader criteria and domains**). Vietējā sociālā un ekonomiskā dinamika prasa kompleksus un profesionālus karjeras konsultēšanas pakalpojumus, ko galvenokārt piedāvā dažādi institucionalizēti tīkli izglītības un nodarbinātības jomā. Ir būtiska nozīme konsultanta novērtēšanas, individuālu/grupu konsultēšanas kompetencei, karjeras izaugsmes programmu īstenošanas, informācijas pārvaldīšanas kompetencei, spējai konsultēt grupas ar īpašām vajadzībām, zināšanām par karjeras konsultēšanas teorijām, datortehnikas un komunikāciju izmantošanai.

Psiholoģiskajā izpētē, kas veikta karjeras konsultēšanas nolūkā, konsultanta lomai ir izšķiroša nozīme attiecībā uz lēmumu novērtēt klientu, metodes vai instrumenta izvēli, administrēšanu, rezultātu apstrādi un rezultātu interpretēšanu, komunikācijas veidu, kas atbilst katram konkrētam klientam.

Pastāv tendence, ka aizvien vairāk izpēti instrumentu (interesu, spēju, palīdzības lēmumu pieņemšanā, utt., noteikšanai) ir pieejami elektroniskā formā (kā arī internetā), konsultanti tiek iepazīstināti ar jauniem

tehnoloģiskiem, ētiska rakstura un ar informāciju saistītiem jautājumiem, tālvadības konsultēšanu, karjeras attīstības atbalstu. Tādēļ konsultantiem pamatīgi jāiepazīst tālvadības konsultēšana ar datorizētu līdzekļu palīdzību, šādu resursu svarīgums un nozīme tālvadības konsultēšanā, personīgā ietekme un interneta novērtējumu sociālie efekti.

Konsultantiem jāapzinās atbildība, kad viņi ir starp saviem klientiem (ar visām viņu raksturīgajām īpašībām) un pašreizējiem izglītības, mācību un nodarbinātības piedāvājumiem.

Kas tad labam profesionālim būtu jāzina?

Konsultantiem jābūt pietiekamām zināšanām par (*Herr; Cramer; 1996*):

- metodēm, paņēmieniem un instrumentiem, kas paredzēti noteiktu īpašību un klientu individuālo iezīmju, tādu kā spējas, personība, intereses un vērtības profesionālā sfērā, skolā iegūtās zināšanas un darba pieredze, novērtēšanai;
- cilvēka mācīšanās un lēmumu pieņemšanas stiliem, paštēlu, vaļaspriekiem, gatavību izdarīt karjeras izvēli, darba vidi, sociālām lomām, utt.;
- konkrētiem apstākļiem dažādās darba vidēs: uzdevumiem, normām, grafikiem, kvalitātes prasībām, vai darbs saistīts galvenokārt ar fizisku vai garīgu piepūli;
- klientu potenciālām raksturīgām īpatnībām saistībā ar sociālo un kultūras fonu, dzīves apstākļiem, dzimumu, stereotipiem par darbu un sociālo stāvokli, invaliditātes veidiem un par fondiem, kas pieejami izglītībā/mācībās;
- informācijas un komunikācijas tehnoloģijas (IKT) izmantošanu, lai veiktu novērtēšanu karjeras konsultēšanas nolūkā;
- kā lietot novērtēšanas metodoloģiju, ko izstrādājuši novērtēšanas instrumentu autori;
- novērtēšanas rezultātu apstrādi un interpretāciju secinājumu formulēšanu klientiem saprotamā veidā;
- instrumentu un metožu izvēli atbilstoši problēmām un klienta konkrētajai situācijai, lai veiktu atbilstošu novērtēšanu, kas dotu lietderīgu rezultātu.

Šeit jāatzīmē, ka testu/aptaujū (*inventories*)/anketu/zināšanu pārbaudes testu, utt. rezultātu prezentēšanas procesā klientiem parasti jāiziet šādas stadijas:

- tiek veidotas konsultanta-klienta attiecības, balstoties uz uzticēšanos, sadarbību un interesi par klienta problēmām un to kopīgu risināšanu;
- tiek izvēlēts konteksts, kādā novērtēšanas instruments tika izmantots, un kāds bija klienta stāvoklis (emocionālais, fiziskais, utt.);
- tiek noteikti iespējamie traucējošie faktori novērtēšanā un paša testa grūtības pakāpe (valoda, uzdevumu veidi, atbilžu novērtējums, utt.);
- tiek aktualizēts novērtēšanas nolūks un jautājumu tipi, uz kuriem jānodod atbilde;
- tiek precizēta pētāmo psiholoģisko procesu nozīmība, noskaidrotas piemērotās koncepcijas: intereses, spējas, vērtības, utt.;
- klients tiek lūgts izklāstīt savas domas par uzdevumiem, piedzīvotām emocijām, cerībām, kuras izraisījis novērtējums;
- tiek noskaidrota klienta paša snieguma vērtība (salīdzinot to ar sniegumu, kas iegūts citos novērtēšanas kontekstos, salīdzinot ar noteiktām normām/standartiem, neprecizitātes un kļūdu nozīme, labošana un vērtību noteikšana, ja nepieciešams) utt.;
- sadarbībā ar klientu tiek uzsākts karjeras izaugsmes plāns.

Klasificējot karjeras konsultēšanā izmantotās metodes, jāpatur prātā šādi kritēriji: *klientu vajadzības, nolūks un līdzekļi, ar kuru palīdzību tiek veiktas konsultēšanas darbības, procesa stadijas, konsultēšanas seansa fāzes, konsultēšanas pieejas tipi, instrumentu standartizācijas pakāpe.*

Atbilstoši konsultēšanas nolūkam, metodes parasti klasificē šādi:

- *Metodes informācijas vākšanai par klientu*: psiholoģiskais tests, aptauja, novērošana, intervija, attīstības vēsture, autobiogrāfija, pašraksturojums, skolas raksturojums, interešu grupa (**focus group**), sabiedriskās domas aptauja, zināšanu novērtēšanas tests, biogrāfisko datu analīze, darbības rezultātu (**activity product**) analīze, SWOT (**kompānijas stiprās un vājās puses, iespējas un apdraudējums tirgū**) analīze, dokumentu mape (**portfolio**), utt.;
- *Komunikācijas metodes*: sarunas, lomu spēles, modelēšana, vingrinājums, stāstījums, pedagoģiskā spēle, Philips 6/6.
- *Klienta informēšanas metodes*: materiāli, kas izmantoti, lai izplatītu informāciju klientiem (lapiņas, norādes, citi plašsaziņas produkti), profesiju apraksti, **lekcijas**, konferences, personas lasīšana (**personal reading**), prezentācijas filmas, komentāri pa radio vai TV šovi.
- *Darba tirgus izpētes metodes*: vingrinājumi darba meklēšanas prasmju attīstīšanai, darba situāciju modelēšana, pieredzes braucieni (**orientation tours**), ēnu dienas (**work shadowing**), IKT darba meklējumos, izglītības gadatirgi, darbavietu gadatirgi (**job fairs**), miniprakse (**mini-stages**) uzņēmumos, aptaujas, lai noskaidrotu vajadzības, praktisku gadījumu izpēte.
- *Personiskā marketinga un informācijas pārvaldīšanas metodes*: CV un pieteikuma vēstules rakstīšana, piedalīšanās darba intervijās, plašsaziņas līdzekļu reklāmu analizēšana/sagatavošana; izglītības un mācības, profesiju, darbu datubāzes/portāli.
- *Karjeras plānošanas un izaugsmes metodes*: rīcības plāns, personīgie projekti, alternatīvu izsvēršana, vērtību noskaidrošana, kompetences pārskats.

Šajā krājumā karjeras konsultēšanā lietoto metožu un tehnikas prezentācija pamatojas uz kopīgu struktūru.

- **Vēsture**
- **Teorētiskais pamatojums**
- **Metodes prezentācija**
- **Mērķauditorija**
- **Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi**
- **Metodes novērtēšana**
- **Bibliogrāfija**

Šī unikālā struktūra dod konsultantiem iespēju salīdzināt dažādas metodes un tehnikas un izlemt, personiski vai institūcijas vārdā iegādāties/pielāgot/papildināt attiecīgos instrumentus un integrēt tos savās dokumentu mapēs, lai labāk strādātu ar klientiem.

Bibliogrāfija

- Anastasi, A. (1988). *Psychological Testing*. (6th ed.). New York, Macmillan.
- Bezanson, Lynne; Monsebraaten, Arthur; Pigeon, Richard (1990). *Using Tests in Employment Counselling*. Canada, Employment and Immigration.
- Brown, Duane; Brooks, Linda (1991). *Career Counseling Techniques*. Boston, Allyn & Bacon.
- Educational Testing Service (ETS), (1998). *SIGI Plus* ® [computer software], Princeton, NJ: Author.
- Herr, E. L.; Cramer, S. H. (1996). *Career guidance and counseling through the lifespan: Systematic approaches*. (5th ed.). NY: Harper Collins.
- Kapes, J. T.; Mastie, M. M.; Whitfield, E. A. (1994). *A Counselor's Guide to Career Assessment Instruments*. Alexandria, VA: National Career Development Association.

- Katz, M. (1993). *Computer-assisted decision making. The guide in the machine*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Peterson, G.; Sampson, J.; Reardon, R. (1991). *Career development and services. A cognitive approach*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Reardon, R.; Lentz, Janet; Sampson, J.; Peterson, Gary (2000). *Career development and planning. A comprehensive approach*. Wadsworth, Brooks/Cole.
- Super, D. E. (1970). *Work Values Inventory*. Boston, Houghton Mifflin.
- Super, D. E. (1983). *Career Development Inventory*. Palo Alto, CA, Consulting Psychologists Press.
- Super, D. E. (1990). *A life-span, life-space approach to career development*. In: D. Brown; L. Brooks (eds). *Career choice and development*. (2nd ed.). San Francisco, Jossey-Bass.
- Tinsley, H. E. A.; Bradley, R. W. (1986). Test interpretation. In: *Journal of Counseling and Development*, 64.
- Walsh, W. B.; Betz, N. E. (1985). *Tests and Assessment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Zunker, V. (1998). *Career counseling*. (5th ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Holanda aptauja – pašizpētes tests

Holland's Inventories – Self-Directed search (SDS)

Mihajs Jigau

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Džona Holanda (John Holland's) teorija tika izstrādāta 1966. gadā un papildināta 1973., 1985. un 1992. gadā. *Profesijas izvēles teorija (The theory of vocational choice)* nekavējoties guva panākumus, jo tā sniedza konsultantiem saprotamu un viegli lietojamu konceptuālo struktūru, kas palīdz klientiem, kuri iesaistās sabiedrības un darba dzīvē, saprast personīgo un vides faktoru mijiedarbību, un, tās ietekmi uz lēmumu pieņemšanu.

Pamatojoties uz Holanda teoriju, tiek izmantotas divas izpētes metodes: **Vēlamo profesiju aptauja** (*Vocational Preference Inventory*): VPI (1985) un **Pašizpētes tests** (*Self-Directed Search: SDS*) (1994).

Teorētiskais pamatojums

Džona Holanda un viņa līdzstrādnieku teorētiskā darba pamatā ir atziņa, ka profesijas izvēle ir ikviena indivīda, kurš karjeras izaugsmē rod ceļu uz pašapliecināšanos caur savu interešu un vērtību realizēšanu, "personības paplašināšanu". Tādējādi "veids, kā indivīda personībā ir strukturēta interešu un attieksmju sistēma, nosaka karjeras attīstības atbalsta virzienu. Interesu un konkrētās karjeras izvēles savienojamības pakāpe nodrošina personīgo gandarījumu par savas profesijas uzdevumiem". (Jigāu, 2001). Džons Holands konstatē, ka mēs varam runāt par darba sniegtā gandarījuma esamību vai neesamību, ja noteikts personības iezīmju skaits saskan ar vairākiem tās pašas darba vides aspektiem. Citiem vārdiem, ja praktiskais personības tips (*Realistic personality type*), piemēram, saskan ar vairākiem faktoriem praktisko profesiju laukā (*Realistic vocational field*), mēs varam sagaidīt, ka indivīds, kas pieder šim tipam, gūs profesionālu gandarījumu.

Dž. Holands secina, ka:

- indivīdiem piemīt specifisku individuālo personības iezīmju kombinācija;
- zināmas personības iezīmes pēc pusaudža gadiem kļūst relatīvi stabilas (nesenais pētījums ir apstiprinājis faktu, ka interešu modeļu veidošanās process nostabilizējas līdz 25 gadu vecumam);
- profesijas izvēlēšanās ir indivīda pašizteikšanās veids;
- vienas nodarbinātības jomas pārstāvjiem ir līdzīga personības struktūra un personības attīstības vēsture;
- noteiktu jomu profesiju pārstāvji, kuriem ir līdzīga personības struktūra, līdzīgās darba situācijās reagēs līdzīgā veidā;
- apmierinātība ar darbu, stabilitāte un profesionālais stāvoklis ir atkarīgs no indivīda personības un darba vides saskaņas;
- var izdalīt sešus personību tipus un ir tikpat daudz darba tipu: praktiskais, izzinošais, mākslinieciskais, sociālais, uzņēmīgais un konvencionālais.
- indivīdi tiecas pēc tādas darba vides un darbībām, kas ļauj personīgās īpašības un personiskās vērtības pārvērst kapitālā;

- panākumi darbā/profesijā prasa no indivīdiem noteiktas iezīmju/īpašību kombinācijas; šīs kombinācijas (sastāvošas no spējām, interesēm, temperamenta, attieksmes, vērtībām) vienas profesijas cilvēkiem ir relatīvi līdzīgas;
- iezīmju/raksturīgo īpašību novērtēšanas rezultāti, kas iegūti ar psiholoģisko testu palīdzību, un analizējot tādu faktoru kopumus, kuri nodrošinājuši panākumus cilvēkiem, kuras jau strādā profesijā, var kalpot par pamatu, lai noteiktu piemērotu nodarbošanos katram vai lai katram darbam atrastu īsto cilvēku. Tas nozīmē, lai prognozētu veiksmi darbavietā un personisko apmierinājumu.

Dž. Holanda teorija par profesionālo izvēli veido SDS izpētes metodes konceptuālo pamatu. Priviliģētās attiecību kategorijas "iezīme–faktors" (*trait-factor*) vai "personas piemērošanos videi" (*matching the person to the environment*) papildina hipotēžu sērija, kas vērsta uz noteiktu personības kategoriju un tikpat daudz specifisku darba vides veidu pastāvēšanu. Tiek uzskatīts, ka cilvēki meklēs tādus amatus, kas, pēc viņu domām, vairo personiskos un profesionālos panākumus, dod gandarījumu un nodrošina izaugsmi, pašizpaušmi un sniedz atbilstību viņiem nozīmīgām vērtībām. "Iezīmju-faktoru" teorija izriet no premisas, ka starp cilvēku interešu sistēmu un viņu darbošanās spējām ir cieša saistība. Tādējādi profesijas (darba)izvēle ir specifisks process, kas atspoguļo katram indivīdam raksturīgo personības briedumu. Dž. Holands arī konstatē, ka personības tipi atbilst darba un dzīvesstilam. Ikviens cilvēks izvēlēsies amatu vai dzīvesstilu, kas dos iespēju izmantot un īstenot praksē viņa talantus, spējas un prasmes, lai apliecinātu sevi kā personības vērtību." (Jigā, 2001).

Metodes prezentācija

Pašizpēte ir izpētes metode SDS, kas pēta centienus, intereses, aktivitātes un kompetences, dod klientiem iespēju (pašam to darot un pašam nosakot punktu skaitu) saprast, kā šos faktorus var saistīt ar konkrētām profesijām (jo katrai personai ir piemērotas vairākas profesijas, kas atbilst šīs personības struktūrai). SDS atrodams "novērtēšanas brošūrā", kura palīdz noteikt nodarbošanos, kas atbilst personas kodam, kurš iegūts interešu izpētes rezultātā.

Dž. Holands iedala sešus personības tipus, kurus raksturo profesionālās izvēles. Viņš konstatē, ka darba vides arī var klasificēt pēc tiem pašiem kritērijiem. Profesiju izvēli noteiks tas, cik ilgstošas ir šīs izvēles sešās cilvēka darbības sfērās.

Bez tam, Dž. Holands apgalvo, ka atteikumu tipi, saskaņā ar kuriem cilvēki darbojas, arī raksturo katru indivīdu kategoriju:

| Personības tips: | Noraidītās darbības: |
|------------------|---|
| Praktiskais | sociālās un izglītības |
| Izzinošais | pārlicināšanas, sociālais un atkārtotojais darbs |
| Mākslinieciskais | sistemātiskas, biroja, biznesa |
| Sociālais | roku darbs, tehniskas darbības, darbs ar materiāliem un mašīnām |
| Uzņēmīgais | zinātniskas, analītiskas, sistemātiskas |
| Konvencionālais | nestrukturētas, nesistemātiskas, mākslinieciskas |

Sešas savienotās personības kategorijas un darba vides ir: praktiskais (R) (*Realistic*), izzzinošais (I) (*Investigative*), mākslinieciskais (A) (*Artistic*), sociālais (S) (*Social*), uzņēmīgais (E) (*Enterprising*) un konvencionālais (C) (*Conventional*).

Grafiski tie parādīti ar sešstūra palīdzību.

R = Praktiskais

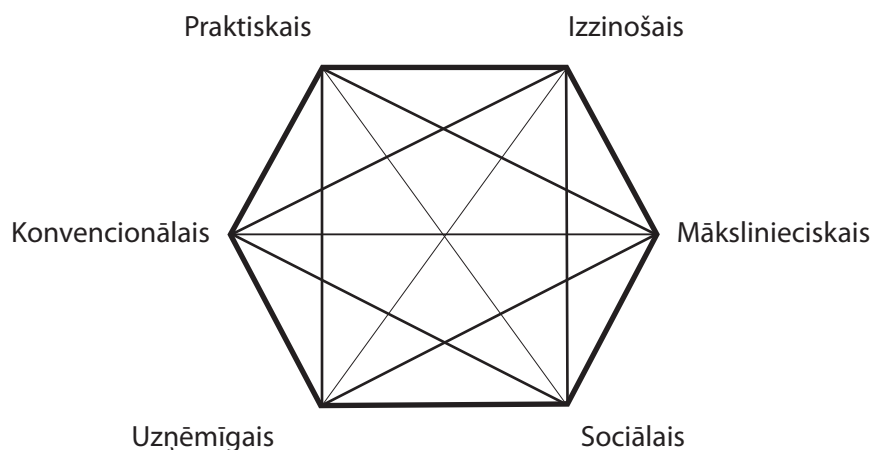
I = Izzinošais

A = Mākslinieciskais

S = Sociālais

E = Uzņēmīgais

C = Konvencionālais



Saskaņas pakāpe

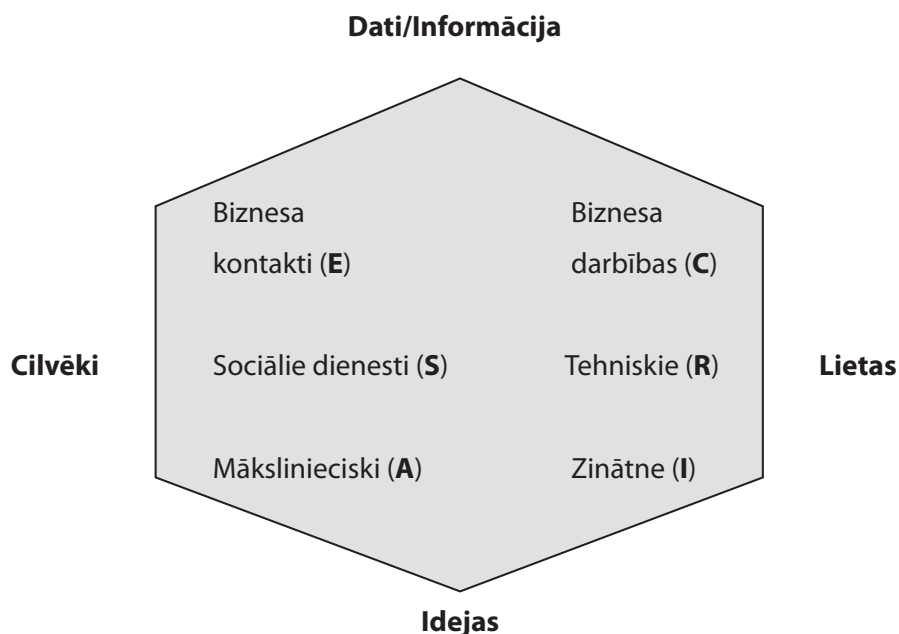
Personības modeļi

Augsta ————— RC, RI, IR, IA, AI, AS, SA, SE, ES, EC, CE, CR

Vidēja ————— RE, RA, IC, IS, AR, AE, SI, SC, EA, ER, CS, CI

Zema ————— RS, IE, AC, SR, EI, CA

Tādu pašu papildinošu vides un personības tipu klasifikāciju var attēlot šādā veidā:



Zemāk sniegts Holanda personības tipu apraksts, kas attiecināms uz darba vidi un tipisku klientu izturēšanos.

Praktiskais tips (R)

Praktiskā vide: fiziskas darbības, darbs ar instrumentiem aparātiem, mašīnām, tātad indivīdam jābūt ar tehniskām zināšanām, kas ļauj strādāt ar objektiem, nevis kontaktēties ar cilvēkiem.

Praktiskais personības tips ir: reāli, labprāt lieto instrumentus, aparātus, rūpējas par augiem un dzīvniekiem, strādā ārā; viņiem piemīt vai viņi attīsta fiziskas spējas praktiskas darbības jomās, demonstrē augstu motivāciju attiecībā pret lietām, naudu, stāvokli, un mazāk attiecībā uz cilvēku attiecībām.

Praktiskā tipa klientu izturēšanās: viņi sagaida no konsultanta konkrētas, tiešas atbildes, kuras būtu nekavējoties piemērojamas problēmai, kura atvedusi viņus šeit; reizēm viņiem ir grūtības precīzi definēt konsultācijas nepieciešamību, izteikt izjūtas, motīvus un intereses; tomēr viņiem patīk runāt par savām praktiskajām darbībām un vaļaspriekiem.

Izzinošais tips (I)

Izzinošā vide: jānoskaidro dažādu parādību pamatā esošie iemesli un jāmeklē problēmu risinājums ar speciālu metožu un līdzekļu palīdzību.

Izzinošais personības tips: dod priekšroku sistemātiskiem un patstāvīgiem pētījumiem, lai rastu kauzālus skaidrojumus, novērotu, mācītos, novērtētu, analizētu un rastu problēmu risinājumus; šīm vajadzībām viņi izlieto personīgā intelekta resursus, abstrakto domāšanu, intuīciju, kreativitāti, spēju identificēt un risināt problēmas.

Izzinošā tipa klienta izturēšanās: viņus nomoka neatrisinātas problēmas un neatbildēti jautājumi; viņiem šādas problēmas un jautājumi ir izaicinājums, ko viņi grib kontrolēt; konsultants ir diskusiju partneris viņu dominējoši racionālā un daudz mazāk emocionālā karjeras izaugsmes procesā.

Mākslinieciskais tips (A)

Mākslinieciskā vide: ir atklāta, brīva, ar nestrukturētām darba stundām, prasa iniciatīvu un maksimāli novērtē personas mākslinieciskās un emocionālās izpausmes veidu.

Mākslinieciskās personības tips: individuālists ar mākslinieciskiem talantiem, spējām, intuīciju, atvērts emocionālai pasaules uztverei; viņi labprāt izmanto iztēli un kreativitāti un izsaka sevi oriģinālā un nesistemātiskā veidā.

Mākslinieciskā tipa klienta izturēšanās: viņi dod priekšroku konsultācijām netradicionālā veidā, izmantojot piemērus, rakstiskus materiālus, izvērtējot, salīdzinot, jokojojies; viņi dod priekšroku individuālai, nevis grupu konsultēšanai, lēmumu pieņemšana pārsvarā ir vairāk emocionāla, nekā racionāla un sistemātiska.

Sociālais tips (S)

Sociālā vide: piedāvā iespēju diskutēt, būt elastīgiem, uzklaut citus un pielietot komunikācijas prasmes; iekļūstīga attieksme, augstsirdība, draudzīgums, vēlēšanās palīdzēt citiem, īpaši izglītības, sociālā darba, veselības aprūpes, u.c. jomās.

Sociālais personības tips: labprāt strādā ar cilvēkiem, lai informētu, konsultētu, palīdzētu, instruētu, izglītotu, rūpētos; šajā nolūkā var radoši izmantot valodu.

Sociālā tipa klienta izturēšanās: orientēts uz sociālo mijiedarbību, skaidri izteikti centieni veidot sociālas attiecības altruistiskā veidā, labprāt iesaistās grupu aktivitātēs, sadarbībā, neformālās aktivitātēs; piedāvā konsultantiem palīdzību viņu darbā; reizēm viņi ir pārāk runīgi.

Uzņēmīgais tips (E)

Uzņēmību rosinoša vide: vada un pārliecina cilvēkus rīkoties, lai sasniegtu organizācijas, finanšu vai ekonomiskos mērķus; šāda vide piedāvā varu, augstu sociālo stāvokli un labklājību.

Uzņēmīgais personības tips: pašpaļāvīgi, pašpārliecināti cilvēki, kuri labprāt uzņemas risku, pārliecina, vada un ietekmē cilvēkus, lai sasniegtu organizācijas mērķus, nodarbojas paši ar savu biznesu, sasniedz ievērojamu sociālo stāvokli un labklājību; viņi dod priekšroku vadīt citus, nevis būt vadītiem.

Uzņēmīgā tipa klienta izturēšanās: dominējoši viņi izpauž savas jūtas un nodomus (ja tie ir sociāli pieņemti), labāk pārliecina citus rīkoties atbilstoši to pārliecībai, nevis palīdz viņiem; reizēm viņi pārvērtē sevi un neprecīzi novērtē savu kompetenci un prasmes; viņi ir ārkārtīgi konkurētspējīgi un bieži nonāk konfliktā ar saviem līdziniekiem, tiecoties ieņemt vadošos posteņus organizācijā.

Konvencionālais tips (C)

Konvencionālā vide: to raksturo darba organizācija un plānošana, darbs parasti tiek veikts birojā un ir saistīts ar datu saglabāšanu, statistikas sagatavošanu, pārskatu sagatavošanu; darbs ar dokumentiem, kas prasa kārtību; visas darbības ir prognozējamas un atbilst pieņemtajai kārtībai; norādījumi nāk no priekšniecības vai koordinatoriem.

Konvencionālais personības tips: patīk pedantisks, precīzs, detalizēts un sistemātisks darbs ar skaitļiem, datiem un informāciju; neiebilst pret instrukciju saņemšanu no citiem cilvēkiem; dod priekšroku būt uzraudzītiem, nevis improvizēt kritiskās situācijās vai pašiem pieņemt lēmumus.

Konvencionālā tipa klienta izturēšanās: izturas tradicionāli, ir kārtīgi, sistemātiski, ar hierarhijas izjūtu un atbildību; viņi ir mazāk gatavi izskatīt alternatīvas nodarbinātības iespējas un slikti strukturētas darba vides; viņu kārtības mīlestība var izrādīties noderīga tādās jomās kā finanses, bankas, izglītības pasākumu organizēšana, konferences, grāmatvedība, datu apstrāde.

Lai iegūtu Holanda definēto personības tipu īpašību sintezētu tēlu, lietderīgi izskatīt zemāk doto iezīmju sarakstu, kuras piemīt tām kategorijām, ar kurām šī izpētes metode operē – RIASEC (noder arī pašnovērtēšanai).

| Praktiskais | Izzinošais | Mākslinieciskais | Sociālais | Uzņēmīgais | Konvencionālais |
|-----------------|--------------|------------------|--------------|-----------------|--------------------|
| konformists | analītisks | komplicēts | pārlicinošs | dēkains | konformists |
| atklāts | piesardzīgs | nekārtīgs | atsaucīgs | ambiciozs | uzcītīgs |
| godīgs | kritisks | emocionāls | draudzīgs | norūpējies | uzmanīgs |
| pazemīgs | zinātkārs | ekspresīvs | devīgs | dominējošs | konservatīvs |
| materiālistisks | neatkarīgs | ideālistisks | izpalīdzīgs | enerģisks | emocionāli stabils |
| dabisks | intelektuāls | iztēles bagāts | ideālistisks | impulsīvs | pakļāvīgs |
| neatmaidīgs | intraverts | nepraktisks | vērīgs | optimistisks | kārtīgs |
| praktisks | metodisks | impulsīvs | laipns | izpriecu vadīts | neatmaidīgs |
| pieticīgs | pieticīgs | neatkarīgs | atsaucīgs | populārs | praktisks |
| kautrīgs | precīzs | intuitīvs | sabiedrīks | pašpārlicināts | mierīgs |
| līdzsvarots | racionāls | netradicionāls | taktisks | sabiedrīks | ar vāju iztēli |
| prognozējams | rezervēts | oriģināls | saprotošs | runīgs | prasmīgs |

Patiesībā ir ļoti reti "tīra" personības tipa gadījumi un darba vides; biežāk mēs sastopamies ar jauktiem tipiem. Tieši tādēļ "**Holanda kods**" sastāv no trim burtiem, lai aprakstītu katru personības tipu un darba vidi (piem.: EIA, ISE, CAS); šie burti ir iepriekš aprakstīto kategoriju sākumburti (R, I, A, S, E, C).

Piemēram, bibliotēkas darbinieku (*Sharf, 1997*) neapzīmēs tikai ar C (konvencionāls); viņš varētu būt konvencionāls (C) pirmkārt, bet izzinošais (I) otrkārt, un sociālais (S) treškārt; summārais kods būs **CIS**.

Konsultantam Dž. Holanda personības kods varētu būt **SAE** (S tips – sabiedriskais ir dominējošais, ar diviem papildu tipiem: A – mākslinieciskais un E – uzņēmīgais).

Trīs papildu koncepcijas pabeidz "iezīmju un faktoru teorijas" konceptualizāciju; tās ir: *atbilstība, atšķirība un saderība (congruence, difference and consistence)*.

Atbilstība

Atbilstība attiecas uz personības tipa un darba vides tipa attiecībām; jo tuvāki kodi, jo saskanīgākas attiecības. Piemēram, ja praktiskais tips strādā praktiskā vidē attiecības starp personības tipu un darba vides tipu ir saskanīgas; ja sociālais tips ir nodarbināts mākslinieciskā vidē, šīs attiecības ir neatbilstošas, un persona būs vilusies un neapmierināta.

Persona, kurai mēs varam piešķirt kodu RSI, būs ļoti apmierināta, ja arī darba vide ir RSI (augstas saskaņas gadījums), bet būs mazāk apmierināta, ja darba vide ir RSA (zemāka saskaņa). Attiecīgi, RCA tipa vide būs mazāk atbilstoša RSI tipa personībai un absolūti neatbilstīga AEC tipam. Šādas konkrētas situācijas bieži ir sastopamas konsultēšanā un, ņemot vērā atbilstības faktoru, mēs stimulējam adekvātu konsultēšanu atbilstoši klienta interešu un vērtību sistēmai; konsultanta uzdevums ir novērtēt un palīdzēt klientiem atrast piemērotu (atbilstošu) darba vidi, atbilstoši to personības struktūrai.

Atšķirība

Atšķirība attiecas uz attiecībām starp tiptiem un to relatīvo nozīmību. Cilvēki un darba vide atšķiras ar to, ka tie pieder vienam vai vairākiem tiptiem. Ir cilvēki, kuri pilnībā atbilst dažiem Holanda kodiem, kamēr citiem, šķiet, piemīt visu sešu tipu pazīmes; to pašu var teikt par darba vidi, kurai viņi dod priekšroku.

Cilvēki, kuriem patīk darīt vienas lietas, bet nepatīk citas, ir viegli atšķirami pēc interesēm; tāpat ir cilvēki, kuri ikvienu darbu var veikt labi un, tāpat, saskaņā ar Holanda pieeju viņus nevar diferencēt noteiktos tipos.

Liels punktu skaits ikvienā tipā norāda uz atšķirīgu profilu, bet uz nediferencētu profilu norāda mazs punktu skaits.

Tāpat kā atšķiras cilvēki, atšķiras arī darba vides. Dažu personības tipu cilvēki var atrast profesionāli apmierinošas nodarbību kategorijas (atbilstība) dažādās darba vidēs (neatbilstība), jo dažādās darba vidēs atšķirībām ir dažādas pakāpes.

Cilvēkiem, kuru personību grūti diferencēt atbilstoši noteiktam tipam, var būt grūtības pieņemt lēmumus par karjeras izvēli. Konsultanta loma šādās situācijās ir palīdzēt klientiem precīzāk noteikt intereses un prioritātes, tas ir "diferencēt" sevi un tādējādi spēt labāk izvēlēties darba vidi, kas piemērota viņu interešu un spēju struktūrai.

Saderība

Saderība attiecas uz līdzības līmeni, kad tipi tiek salīdzināti. Noskaidrots, ka noteiktiem personības tiptiem ir vairāk kopīga ar noteiktiem citiem tiptiem. Tādējādi, sociālam tipam ir vairāk kopīga ar māksliniecisko tipu (viņi ir tuvāki pēc sešstūra topoloģijas, tādēļ ļoti saderīgi), nekā ar praktisko tipu (viņi atrodas sešstūra shēmas pretējās pusēs, tādēļ ļoti maza saderība).

Par darba vidi arī var spriest saderības sakarā: praktiskā un sociālā vide ir nesaderīga (RS), kamēr sociālā un uzņēmīgā (SE) vide ir saderīga.

Ir neliels profesiju skaits ar mazu saderību. Tomēr, var atrast dažas, ko var apvienot. Mākslinieciskās intereses ar skaitļu prasmēm – konvencionālais tips – uzņēmīgais tips – ACE (piemēram, uzsāk privāto biznesu, pārdodot mūzikas ierīces: audio lentas, CD diskus, skaņu ierīces, utt.).

Papildu aspekts, kas ir saistīts ar šīm trim koncepcijām (atbilstība, atšķirība un saderība) ir **individualitāte (identity)**. Tā attiecas uz profesionālo interešu stabilitāti un personas karjeras mērķu skaidrību. Individualitāte ir svarīgs konsultēšanas mērķis un konsultēšana tieši izriet no tās: pēc tam, kad ir noskaidroti mērķi, pieņemts lēmums un sastādīts karjeras plāns, indivīdi apzinās savas izvēles priekšrocības un šķēršļus. Šie aspekti tiek studēti, izmantojot *Mana profesionālā situācija (My Vocational Situation – MVS)*.

Dž. Holands izmantoja *Vēlamo profesiju aptauju (Vocational Preference Inventory–VPI)* divos nolūkos: izstrādāt teoriju par attiecībām starp personības tiptiem un darba vidēm, un lai kopā ar *Pašizpētes testu (Self-Directed Search – SDS)* pārbaudītu un apstiprinātu teoriju; abas šīs izpētes metodes palīdz veikt individuālu konsultēšanu.

Holanda pašizpētei (Self-Directed Search) – R formai ir šādas sastāvdaļas:

R formas Novērtēšanas bukleti (Form R Assessment Booklets) ar šādām nodaļām: *Vēlamās profesijas, SDS skalas, Kā organizēt atbildes, Ko nozīmē jūsu kods, Nākošie soļi, Noderīgas grāmatas.*

Bukleti Profesiju meklētājs un Alfabētiskais profesiju rādītājs (Occupations Finder and Alphabetized Occupations Finder Booklets) ietver – papildus iepriekšējiem izdevumiem – jaunas profesijas, kas parādījušās IKT attīstības rezultātā un ietver nepieciešamo informāciju par izglītību un apmācību iespējām.

Bukleti Tu un tava karjera (You and Your Career Booklets) izskaidro lietotājam sešus personības tipus, ar kuriem darbojas SDS, un interpretē klienta interešu izpētes laikā iegūtos punktus.

Bukleti Atpūtas pasākumu meklēšana (Leisure Activities Finder Booklets) uzskaita pāri par 700 brīvā laika nodarbēm, kas domātas, lai palīdzētu tiem, kuri plāno šādas nodarbes, un cilvēkiem tuvu pensijas vecumam.

Bukleti Izglītības iespēju meklēšana (Educational Opportunities Finder Booklets) piedāvā sarakstu ar 750 studiju jomām pēc vidusskolas beigšanas, kas izvietotas saistībā ar Holanda kodiem un paredzētas, lai palīdzētu klientiem izglītības un mācību izvēlē.

SDS Tehniskā rokasgrāmata (SDS Technical Manual) apraksta metodes ceturtā izdevuma jaunumus, mācību, pētniecības un tehnisko informāciju un citas SDS formas (R, E, CP, Karjeras pētnieks (Career Explorer)).

Profesionāla lietotāja ceļvedis (The Professional User's Guide) satur praktisku informāciju par visiem SDS formu tipiem, šo līdzekļu pamatā esošo informāciju, administrēšanas norādes un palīgmateriālus punktu noteikšanai, skaidrošanai, konsultantu izglītošanai un praktiskus norādījumus attiecībā uz SDS.

Principā SDS ietver **Novērtēšanas aptauju (Evaluation Inventory)** un **Palīgsarakstu (Supporting list)** (kas domāts, lai atvieglotu tādas profesijas atrašanu, kas vislabāk atbilstu Holanda kodam).

Novērtēšanas aptaujai (The Evaluation Inventory) ir četras skalas:

1. **aktivitātes** (11 jautājumi – katram no sešiem personības tipiem) – 66 jautājumi;
2. **kompetences** (11 jautājumi – katram no sešiem personības tipiem) – 66 jautājumi;
3. **profesijas** (14 jautājumi – katram no sešiem personības tipiem) – 84 jautājumi;
4. **pašnovērtēšanas** (2 jautājumi katram – no sešiem personības tipiem) – 12 jautājumi.

Pavisam ir 228 jautājumi, bet tie ir nevienmērīgi sadalīti pa četrām skalām – un nodaļa, kuru sauc **Profesionālie centieni (Vocational aspirations)** (ar līdz astoņām profesijām).

1., 2., 3. un 4. skala tiek izmantota, lai saskaitītu punktus katram no sešiem personības tipiem. Punktu skaita biežuma līmenis sešos personību tipos dod trīs burtu kombināciju Holanda kodā. Nodaļu – **Centieni** (profesijas jomā) – var izmantot, lai apstiprinātu iegūto punktu skaitu/kodu. Pēc tam to var izmantot, lai atrastu atbilstošu **darba vidi Palīgsarakstā** (profesija ar tādu pašu kodu).

Šis līdzeklis ir ļoti populārs konsultēšanas praksē Amerikas Savienotajās Valstīs un Kanādā, kā arī citās valstīs ar lielām konsultēšanas tradīcijām, pateicoties pragmatiskai un saprotamai konsultēšanas pieejai.

Holanda Profesiju kodu vārdnīcā (Dictionary of Holland Occupational Codes, 1989), uzskaitītas 12099 profesijas, kuras papildina atbilstoši Holanda kodi. Šīs vārdnīcas sagatavošanā tika izmantoti darbu analīzes dati un personas, kuras ieņem šo posteni, personības profils; par svarīgu tika uzskatīta arī nepieciešamā izglītība un mācības, piemērotība, temperamenta iezīmes, intereses, fiziskās prasības, kas saistītas ar darba vides apstākļiem. Šī vārdnīca ir *Profesiju nosaukumu vārdnīcas (Dictionary of Occupational Titles (DOT))* pārveidojums Holanda kodētajā valodā (RIASEC).

Proti, vārdnīca ietver: Holanda kodu, profesiju nosaukumus, nepieciešamos izglītības un praktiskās pieredzes līmeņus, DOT kodu (9 cipari, kas dod profesijas profila aprakstu).

Izmantojot šo vārdnīcu, jāpatur prātā vairāki aspekti:

- klasifikācijas nav stingri noteiktas; ir profesijas, kuras var saistīt ar dažādiem Holanda kodiem (piemēram, CR profesijas no Konvencionālām kategorijām ir līdzīgas RC profesijām no Praktiskās kategorijas); vēl vairāk, profesijas, kurām pieņemami zemāki izglītības un apmācības līmeņi, ir mazāk diferencētas savā starpā salīdzinājumā ar profesijām, kurām, nepieciešama augstāka izglītība;
- profesiju klasifikācijā parādījušies daudzi stereotipi par darba saturu ("Praktiskais tips nekad neveic papīra darbus", "Konvencionālais tips nekad nestrādā ar instrumentiem", "Izzinošajām tipam nav nepieciešams māksliniecisks viedoklis", utt.);
- indivīda personības struktūra ietver personības pazīmes kombinācijas – dažādās proporcijās (ieziņas, spējas, intereses, attieksme, utt.), tā ka neviens cilvēks nepieder tikai un vienīgi kādam noteiktam

personības tipam, un tai arī nav neatkārtojamas iezīmes kā tādas. Tātad, tā pati profesiju kategorija var atbilst indivīdiem ar salīdzinoši atšķirīgu personības struktūru un tādēļ vienam cilvēkam var ieteikt vairāk par vienu profesiju;

- tas darbojas arī otrādi: noteiktu profesiju apmierinošā līmenī var praktizēt – indivīdi ar dažādām personības struktūrām, bet tikai noteiktas profesiju kategorijas viņi spēj veikt augstā līmenī.

Holanda izpētes metode ir pieejama šādos formātos; papīra-zīmuļa, datorizētā formātā (SDS: CV publicēts 1985. gadā – DOS – un pārskatītais 1996. gadā – *Windows*) un internetā (kopš 1999. gada par maksu, *Form R*: www.self-directed-search.com).

Aptaujas izpildes un apstrādes laiks: 35-45 minūtes.

Ir datorizēti SDS varianti (*Form R* un *Form CP*), kas savienojami ar *Apple* un *IBM*. Abos variantos uzskaitīti soļi, kas jāveic, lai pabeigtu interešu izpēti. Šajā situācijā tieši dators aprēķina RIASEC punktu skaitu SDS izmantošanas laikā un izdod klientam atbilstošo Holanda kodu. Šādā nolūkā dators strādā ar plašu datubāzi un meklē profesijas, kas saderīgas ar klienta kodu, piedāvājot izdrukājamu "personalizētu pārskatu".

SDS datorizētais variants ļauj ātri veikt šo interešu izpēti, tūlīt un nekļūdīgi nosaka punktu skaitu, tas ir pievilcīgāks vairumam klientu, tūlīt piedāvā profesiju variantus, klienta koda "interpretāciju", utt.

Mērķauditorija

Pašizpētes aptauja (*Self-Directed Search*) ietver šādas instrumentu kategorijas:

| | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| Pašizpēte – CP forma | skolniekiem/pusaudžiem |
| Pašizpēte – R forma | pieaugušiem un studentiem |
| Pašizpēte – E forma | mazāk izglītotiem |

Šīs izpētes metodes lietošanas nolūks ir atbalstīt klientus, identificējot viņu interesēm un spējām atbilstošas profesijas.

Pašizpēte – Holanda interešu izpētes metode ir darba instruments, kas imitē karjeras konsultēšanu un to var izpildīt pats indivīds vai grupa, tam ir pašam savas punktu noteikšanas un pašinterpretēšanas skalas; noteiktās situācijās un noteiktām klientu kategorijām var būt nepieciešama konsultanta klātbūtne.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Teorija un novērtēšanas metode, kā atzīst pats Holands (1992), aptver tikai daļu no mainīgiem lielumiem, kas iesaistīti profesijas izvēlē; procesā iesaistīti arī citi faktori, tādi kā: vecums, dzimums, izglītības līmenis, sociālais stāvoklis, personīgās piemērotības sistēma, spējas un prasmes, utt.

Piemērs par Holanda personības tipu saistīšanu ar noteiktiem nodarbinātības veidiem vai profesijām:

| Praktiskais | Izzinošais | Mākslinieciskais | Sociālais | Uzņēmīgais | Konvencio- nālais |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------|--|---|
| mehāniķis | statistiķis | aktieris | konsultants | auto dīleris | grāmatvedis |
| zemnieks | ģeologs | horeogrāfs | skolotājs | pavārs | kredītu/ apdrošināšanas speciālists |
| elektriķis | meteorologs | komponists | vēsturnieks | detektīvs | statistiķis |
| zobu tehniķis | datorprogram- mētājs | modes dizaineris | cilvēkresursu speciālists | vidējais medicīniskais personāls | posta darbinieks |
| pilots | ārsts | gleznotājs | sociālais darbinieks | viesnīcas menedžeris | reģistrators |
| inženieris | psihologs | mūziķis | žurnālists | jurists | sekretārs |

Daudzas ASV augstskolas, realizējot informēšanas un konsultēšanas pakalpojumus, savus izglītības un mācību piedāvājumus izsaka Dž. Holanda terminos.

Metodes novērtējums

Konsultantam ir lietderīgi zināt klienta personības kodu iepriekš, vai noskaidrot to, pielietojot Holanda ap-
tauju. Šis kods dod svarīgu informāciju par indivīda interešu diapazonu un palīdz konsultantam saistīt klientu
personības īpašības ar informāciju par profesijām un nodarbošanos, dot padomu par ieteicamo darba vidi.
Vienlaikus, kodam ir svarīga nozīme gadījumos, kad klienti vēlas mainīt darbu vai iesaistīties jaunā darbības
veidā vai mainīt profesiju.

Nesenie pētījumi rāda, ka personības tipu un darba vides augsta saderība nav lineāri savstarpēji saistīta ar
profesionālo gandarījumu vai stresa neesamību. Bez tam, Dž. Holanda personības tipi nav novēroti personi-
bas tipos, kas pētīti, izmantojot psiholoģiskās izpētes metodes. Šie fakti nekādā mērā nemazina "ieziņju un
faktoru teorijas" nozīmi, jo, kā apgalvojis pats Holands, tā ir paredzēta karjeras atbalstam, nevis psiholoģiskai
novērtēšanai.

Dž. Holanda teorija un no tās izrietošie praktiskie aspekti ir plaši pieņemti konsultantu vidū, jo tas ir līdzeklis,
ko viegli pielietot, klientiem intervijas laikā tā ir viegli saprotama, saistās ar personības tipu un praktiskā dzīvē
tik atšķirīgas darba vides sistematizēšanu. To hierarhiskā apzīmēšana ar trim koda burtiem ir vēl viens svarīgs
praktiskā pielietojuma elements.

Dž. Holanda teorija un SDS līdzekļi nepiedāvā precīzi formulētu un kompleksu tēlu par to, kā notiek profesijas
izvēles process; tomēr klienti un konsultanti dod priekšroku interešu izpētes metodei un tās loģikai. Nav šaubu,
ka Holanda kritiķiem ir taisnība attiecībā uz tās vienkāršību, kā arī attiecībā uz dažu teorijas pamatkonceptiju
statistisko pamatojumu personības tipu un nodarbinātības saistībai, saderību un atbilstībām. Tāpat diskutēja-
ma ir kodu prognozējošā nozīme un tipoloģijas vērtība saistībā ar noteiktām iedzīvotāju kategorijām.

Veikts speciāls pētījums par Dž. Holanda tipu saistību ar:

- profesionāliem centieniem (daļēja atbilstība Holanda personības kodam);
- dzimumu raksturīgām īpašībām (vai identifikācija ar īpašu dzimumam piemītošu lomu);

- akadēmiskām interesēm;
- klientu izglītības līmeni;
- kultūras sistēmu (profesionālie stereotipi) ietekmi uz profesijas izvēli;
- paštēlu vai personas spēju pašnovērtējumu;
- rezultātiem, kas iegūti ar citu metožu palīdzību (*Maiersa-Brigsa tipu indikators (Myers-Briggs Type Indicator)*, *Stronga interešu aptauja (Strong Interest Inventory)*, *Karjeras uzskatu aptauja (Career Thoughts Inventory – Sampson)*);
- attiecībām starp vecāku Holanda kodiem un viņu bērnu kodiem (galvenokārt saderīgi), utt.

Veikti salīdzinoši pētījumi par papīra-zīmuļa SDS variantiem un datorizētiem variantiem, vai internetā pieejamiem, runājot par klientu izvēli attiecībā uz to apstrādi (priekšroka tiek dota datorizētam variantam), dažādu veidlapu aizpildīšanā gūto rezultātu (rezultāti ir salīdzinoši vienādi) līdzvērtību, apstrādes laiku (interneta variants ir visīsākais, tad datorizētais un, visbeidzot, papīra-zīmuļa variants), "atkarības" no konsultanta pakāpi (mazāka vai nekāda elektroniskā varianta gadījumā).

Vienprātīgi ir atzīts, ka starp šī novērtēšanas instrumenta **priekšrocībām** mēs varam uzskaitīt: apstrādes vienkāršību, vienkāršu punktu noteikšanu, vienkāršu Holanda personības koda aprēķināšanu, un ātru to profesiju identificēšanu, kuru kods ir līdzīgs personības kodam.

Kā relatīvs **trūkums** tiek atzīts fakts, ka dažiem klientiem ir nepieciešami vairāki seansi, kas seko testiem, lai saņemtu atbildes saistībā ar izpētes loģiku, rezultātu apstrādi, atbilžu lapas izmantošanu, personības kodam atbilstošas nodarbinātības identificēšanas veidu. Jāatzīmē arī, ka izpētes metodei ir ierobežots prognozēšanas spēks, jo klienti, kuri savas profesijas izvēlē vadās no personības kodiem un to "ieteikumiem", savā profesijā nav ievērojami laimīgāki par cilvēkiem, kuri nav tam sekojuši.

Bibliogrāfija

- Gottfredson, G. D.; Holland, J. L. (1996). *Dictionary of Holland Occupational Codes*. (3rd edition). Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Gottfredson, G. D.; Holland, J. L.; Ogawa D. K. (1982). *Dictionary of Holland Occupational Codes*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press, Inc.
- Holland, J. L. (1966). *The psychology of vocational choice*. Waltham, MA: Blaisdell.
- Holland, J. L. (1973). *Making vocational choices: A theory of careers*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Holland, J. L. (1973). *Self-Directed Search. Form E*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press, Inc.
- Holland, J. L. (1978). *Occupational Finder*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press, Inc.
- Holland, J. L. (1978). *Vocational Preference Inventory. Manual*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press, Inc.
- Holland, J. L. (1979). *Professional manual for the Self-Directed Search*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press, Inc.
- Holland, J. L. (1985). *The Self-Directed Search professional manual – 1985 edition*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L. (1985a). *Making vocational choices. A theory of personalities and work environments*. (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Holland, J. L. (1987). *Manual supplement for the Self-Directed Search*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L. (1992). *Making vocational choices; A theory of personalities and work environments*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. (3rd ed.). Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L.; Fritzsche, B.; Powell, A. (1994). *Self-Directed Search technical manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L.; Powell, A. B.; Fritzsche, B. A. (1994). *The Self-Directed Search professional user's guide*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Reardon, R. C. (1994). *Self-Directed Search. Form R*. [computer software]. Odessa, FL: Psychological Assessment Resource, Inc.
- Sharf, Richard. (1997). *Applying career development theory to counseling*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company.

<http://pclab.cccoe.k12.ca.us/jobsearch/riasec.doc>

www.careerkey.org/english/you

www.cgibin.ncsu.edu/cep-bin/ckbin/ck.pl?action=steps&

www.gottfredson.com

www.learning4liferesources.com/career_interests_inventory.html

www.lsc.vsc.edu/intranet/academics/careersrv/Codemap

www.self-directed-search.com

www.soicc.state.nc.us/soicc/planning/c1a.htm

www.state.sd.us/dol/sdooh/REASICinterestareas.html

Kudera Profesionālo interešu aptauja

Kuder Occupational Interest Survey (KOIS)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Frederiks Kuders (Frederic Kuder) (1903-2000) *Kudera Vēlmju ierakstus (Kuder Preference Records – KPR)* konsultēšanas līdzekļu vidē parādījās tūkstoš deviņi simti četrdesmitajos gados; kopš tā laika pāri par 100 miljoniem cilvēku, pētot karjeras attīstības virzienus, ir izmantojuši šo metodi.

Pirmo reizi Izpētes metode – aptauja (Inventory) tika pārskatīta 1943. gadā – *Kudera vēlmju ieraksti*, tam sekoja *Kudera vispārējo interešu aptauja (Kuder General Interest Survey), E forma (KGIS), Kudera profesionālo interešu aptauja (Kuder Occupational Interest Survey), DD forma (KOIS)* un visjaunākais – *Kudera Karjeras izpēte ar Personas atbilstību (Kuder Career Search with Person Match)*.

Teorētiskais pamatojums

Kudera darba hipotēze, kompilējot pārskatus, radusies no novērojuma, ka katrs indivīds pakāpeniski attīsta noteiktus profesionālās izvēles modeļus un izturēšanos, kas ir savienojama ar noteiktām profesijām vai darbiem. Klientu aptaujas atbildes tiek salīdzinātas ar dotām atbildēm (reference answers), kas, no vienas puses, ļauj ar salīdzināšanas palīdzību apstiprināt jauniegūto profilu, un, no otras puses, ļauj formulēt hipotēzi, ka klienti, kuriem ir tādi paši profili, kā personām, kuras jau veiksmīgi strādā šajā amatā, "atbildīs" tādai pat profesijai.

Kuders noformulēja aktivitātes, kurās, izpētot klientu interešu sistēmu, var novērtēt par svarīgiem, vēlamiem un noteiktās profesijās nepieciešamiem uzskatītus elementus. Ar atbilžu statistisko analīzi var pārbaudīt, cik lielā mērā šīs aktivitātes patiesībā atšķir noteiktu grupu kritērijus, kas raksturīgi konkrētām profesijām.

Piemēram, tādas aktivitātes, kā:

- automašīnas remontēšana nedēļas nogalē;
- pulksteņa montēšana;
- tekoša krāna salabošana;
- "velosipēda salabošana" utt.

tiek uzskatītas par svarīgām, lai atšķirtu cilvēkus, kuriem ir interese par mehāniku, no tiem, kuri par tādām lietām neinteresējas.

Kuders arī konstatē, ka ja cilvēki izvēlas vienu no šīm aktivitātēm, viņiem ir tendence izvēlēties citas no tās pašas kategorijas, un otrādi. Tas dod mums ieskatu par interešu sistēmu polarizēšanos: ja tiek izvēlēta zināma sfēra, kāda cita tiek noraidīta (Cottle, 1968).

Metodes prezentācija

Kudera pārskats veidots no trīs teikumu komplektiem, kuri ietver dažādas aktivitātes, kas piemīt pētāmajām nodarbinātības sfērām. Jāatbild tikai uz diviem no trim paziņojumiem: jāizvēlas tas, kas patīk vislabāk un vismazāk.

Piemērs:

| | | Man vislabāk patīk | | Man visvairāk nepatīk |
|---|--------------------|-----------------------|---|-----------------------|
| A | Pulksteņa labošana | <input type="radio"/> | A | <input type="radio"/> |
| B | Grāmatvedība | <input type="radio"/> | B | <input type="radio"/> |
| C | Gleznošana | <input type="radio"/> | C | <input type="radio"/> |

Kā redzams, atšķirībā no Stronga interešu izpētes metodes (*Strong inventory*) (SVIB), kas salīdzina klientu atbildes ar atbildēm, ko snieguši indivīdi, kuri ir veiksmīgi un apmierināti ar konkrētām profesijām – KPR pārskatā jāatzīmē vēlams vai tas, kas nepatīk, sniedzot personas interešu sfēras tēlu, kas ietver noteiktām profesijām nepieciešamos elementus.

Šajos divos gadījumos pēc interešu izpētes konsultants varētu teikt:

- Stronga interešu izpētes metodes (SVIB) gadījumā: "jūsu interešu sistēma ir vienāda ar veiksmīga arhitekta interešu sistēmu";
- Kudera aptaujas gadījumā (KPR): "jūsu intereses norāda uz sociāliem dienestiem un biznesu, bet tās ir tālu no mehānikas un mūzikas".

Tātad Kudera interešu izpētes metodes vispārējais nolūks ir izpētīt profesionālās izvēles un palīdzēt noteikt nepieciešamo izglītību un apmācības, lai stimulētu lēmumu pieņemšanu saistībā ar sociālās un darba dzīves uzsākšanu, izstrādājot vai nosakot karjeras izaugsmes virzienus, kas "klientam paver dažādu iespēju sfēras, tā vietā, lai tās ierobežotu".

Kudera vispārējo interešu aptauja, E forma (KGIS), 1988. gada izdevums ir paredzēta jauniem cilvēkiem (6.–12. klase), lai atbalstītu reģistrēšanos augstākās izglītības iestādēs, un pieaugušajiem (kas iesaistīti nepārtrauktā profesionālā izglītošanā), lai izpētītu profesionālo pasauli un karjeras izaugsmes iespējas.

Kudera interešu izpētes metodē lietotās skalas.

- **Ārpustelpu aktivitātes (0)**
- **Mehāniskas darbības(1)**
- **Rēķināšana (2)**
- **Zinātniskas aktivitātes (3)**
- **Pārliecināšana (4)**
- **Mākslinieciskas aktivitātes (5)**
- **Literāras aktivitātes (6)**
- **Muzikālas aktivitātes (7)**
- **Sociālie dienesti (8)**
- **Biroja darbs (9)**

Tādā veida iegūti 10 punkti augstāk minēto profesiju jomām; ir arī punkts, kas izceļ rezultātu ticamības līmeni (V skala).

Iespējams identificēt arī atbilstību Holanda kodam.

- *Ārpustelpu un mehāniskas aktivitātes* atbilst **R** tipam (praktiskais).
- *Pētnieciskas darbības* atbilst **I** tipam (izzinošais).
- *Mākslinieciskas, Literāras, Muzikālas* aktivitātes atbilst **A** tipam (mākslinieciskais).
- *Sociālo dienestu* aktivitātes atbilst **S** tipam (sociālais).
- *Paliecināšanas* aktivitātes atbilst **E** tipam (uzņēmīgais).
- *Rēķināšanas un Biroja* aktivitātes atbilst **C** tipam (konvencionālais).

KGIS E forma interešu izpētes metode ir pieejama 3 variantos: manuāli nosakāms punktu skaits, atbildes lapu skenēšana un elektroniska punktu noteikšana (ar speciālu programmatūru).

Izpēte aptver 168 situācijas, kas saistītas ar dažādām profesijām. Katrai no tām ir iedalītas trīs aktivitātes, no kurām respondentam jāizvēlas visvēlamākā un vismazāk patīkamā, kamēr neitrālā atbilde paliek neatzīmēta.

Apstrādes laiks 45–60 minūtes.

Ievērojot aptaujas standartus (procentīles, kas sagrupētas augstās, zemās un vidējās, pēc dzimuma), iegūst profesiju profilus, kuriem var dot papildu paskaidrojumus un interpretācijas. References vērtības nediferencē pēc kāda cita kritērija, tāda kā sociālais stāvoklis, labklājība, etniskā izcelsme.

Kudera Profesionālo interešu aptaujas, DD forma (KOIS) ir 1979. gada izpētes metodes. 1985. gada pārskatītais izdevums ir paredzēts vidusskolas (vecāko klašu) skolnieku, studentu un ikviena vecuma pieaugušo profesionālo interešu izpētei. Šī līdzekļa lietošanas mērķis: atbalstīt klientu viņa karjeras izaugsmē.

Šajā jaunajā versijā ir 100 jautājumi – sagrupēti pa trim – uz kuriem jādod atbildes par nodarbošanos, kas patīk vislabāk, patīk vismazāk un neitrālu profesiju (pēdējā netiek atzīmēta). Jautājumi ir sagrupēti sešos valodas kompetences līmeņos un apskata dažādas profesijas, vēlamās darbības, hipotētiskas darba vai dzīves situācijas (muzeja apmeklējums, lasīšana bibliotēkā, vaļasprieki, utt.).

Klientu atbilžu modeļi salīdzināti ar to cilvēku atbildēm, kas jau ir iesaistīti akadēmiskās vai darba aktivitātēs un ir apmierināti ar savu izvēli un sava darba raksturu.

KOIS – DD formas izpēte ir efektīvāks līdzeklis profesionālo interešu pētīšanai, nekā iepriekšējie varianti, kuros izmantoja rokasgrāmatas, vai skalas profesionālā profila noteikšanai. Kudera rokasgrāmatā, kas publicēta 1991. gadā, ir prezentēti noteikumi, kā *KOIS – DD* iegūtos rezultātus pārvērst Holanda kodos.

KOIS saturs:

- *Profesionālo interešu novērtēšana*: ārpustelpu, mehāniskas, matemātikas, pētnieciskas, pārliecināšanas, literāras, muzikālas, sociālo dienestu un biroja aktivitātes. Līdzeklis tika standartizēts, iesaistot pētījumā 1538 vīriešu un 1631 sievietes, augstskolu vai koledžas studentu grupu.
- *Profesionālās skalas*: 109, no kurām 33 ir standartizētas pēc grupu kritērijiem – vīrieši un tikpat daudz sievietes, kā arī 32 tikai vīriešu un 11 tikai sievietes. Līdzeklis tika standartizēts, pamatojoties uz pāri par 200 25 gadus un vecāku cilvēku grupu (sievietes un vīrieši), kuri paziņoja, ka strādā vairāk nekā 3 gadus un atzinās, ka gūst profesionālu gandarījumu savā darbības sfērā.
- *Skalas skolēniem un studentiem*: 40, no kurām: 14 ir veidotas pēc grupu kritērijiem – vīrieši un sievietes vienādā skaitā, kā arī 8 tikai vīriešu un 4 tikai sievietes grupas. Līdzeklis tika standartizēts, ieskaitot pāri par 200 cilvēku grupu (sievietes un vīrieši). Tie bija pusaudži vai gados jauni pieaugušie no dažādām vidusskolām un augstskolām.
- *Eksperimentālas skalas*: 8.
- *V punktu skaits*: lai pārbaudītu vispārējo atbilžu pamatotību.

Klientu iegūtie skaitliskie punkti: *Profesiju skalas* un *Skalas skolēniem un studentiem* ir Lambda koeficienti, kas sniedz informāciju par atbilstību/līdzību starp izpētē sniegtajām atbildēm un atbildēm, ko devusi referentā grupa.

Ir arī šīs metodes elektroniskais variants: *KOIS DD/PC* kopš 1993. gada, tas nozīmē, ka programma jāievada personālā datorā. Jautājumi parādās uz ekrāna, bet atbildēm jāizmanto klaviatūra: salīdzinājumā ar papīrzīmuļa variantu tiek ietaupītas 20 minūtes. Rezultātus iegūst dažu mirkļu laikā un tie parādās uz ekrāna, un tos var izdrukāt klientam. Priekšrocība ir tā, ka var mainīt atbildes, detalizētāk izklāstīt profesionālās alternatīvas, pieprasīt noteikt iegūtam profilam piemērotas profesijas, pārbaudīt jau izdarītās izvēles un kontrolēt to, cik lielā mērā iegūtais profils atbilst vai neatbilst klienta cerībām. Šī programma var apstrādāt arī papīrzīmuļa formātu, izmantojot skenētas atbilžu lapas.

Kudera Koledžas un karjeras plānošanas sistēma (Kuder College un Career Planning System) ir pieejama tiešsaistes režīmā interaktīvā formā un pārstāv vienu no jaunākajām novērtēšanas līdzekļu sērijām, kas tiek izmantotas konsultēšanā (skat. www.kuder.com).

Tiešsaistes varianti ir pieejami par maksu.

Zemāk minētās publikācijas arī ieteicamas skolu konsultantiem un citiem praktiķiem, kuri izmanto Kudera līdzekļus:

- *Kudera profesionālo interešu pārskats, rokasgrāmata (Kuder Occupational Interest Survey, General Manual)* (palīdz skolu konsultantiem un karjeras konsultantiem izskaidrot klientiem novērtējuma rezultātus);
- *Kudera DD kontroles karte (Kuder DD Control Card)* (palīdz skolu konsultantiem un karjeras konsultantiem viņu komunikācijai ar bijušajiem klientiem);
- *Kudera DD vērtību noteikšanas aploksne (Kuder DD Scoring Service Envelope)* (palīdz skolu konsultantiem un karjeras konsultantiem viņu korespondencē ar klientiem pēc vērtēšanas procedūras).

Kudera Karjeras izpētes metode (The Kuder Career Search) (kas pārstāv profesionālo interešu novērtēšanas līdzekļu trešo paaudzi) kopā ar *Personas atbilstību (Person Match)* ir vēl viens no jaunākajiem pieaugušo profesionālo interešu novērtēšanas līdzekļiem. Aptaujas lapa ir pieejama tiešsaistes režīmā, punkti tiek noteikti ļoti ātri, tādēļ tai dod priekšroku tādi klienti, kuriem nav nepieciešams interpretēt viņu profilu punktu skaitu. Tomēr *Kudera karjeras izpētes metodes* daļa *Personas atbilstība* paredzēta pieaugušiem, kuriem nepieciešamas konsultācijas, lai pieņemtu lēmumus savā profesionālajā jomā. Parasti izdarītais novērtējums nostiprinās klienta viedokli par sevi, tomēr viņi jūt nepieciešamību apmeklēt speciālistu, lai apstiprinātu, ka viņu profesionālais paštēls ir pareizs un noderīgs, runājot par viņu turpmāko karjeru. Izpētes apstrādes rezultāti un personas profils arī var palīdzēt pusaudžiem noteikt vispiemērotāko veidu studiju turpināšanai (jo izglītības sistēmu piedāvājumiem ir tāda pati koda sistēma, kā interešu jomām).

Kas ir "personas atbilstība (person matching)"?

Jau 1990. gadā Kuder rakstīja: "tā vietā, lai cilvēkus pieskaņotu mašīnām, kādēļ nepieskaņot cilvēkus citiem cilvēkiem, kuri jau strādā?" Šī "pieskaņošana" ir izdevīga, jo tā konsultēšanas darbībā ievieš liecības, ko sniedz cilvēki, kuri jau strādā noteiktās profesijās, un klienti vēlas redzēt, cik lielā mērā viņi var identificēties ar viņiem, kamēr pašu punktu interpretēšana ir mazāk nozīmīga. Katru klientu iepazīstina ar 14 cilvēkiem, kuriem ir līdzīgas intereses, "darba stāsts", pat ja viņi ir nodarbināti dažādās jomās. Konsultanta jautājums varētu skanēt šādi: "Kuras no šīm profesionālajām mini-autobiogrāfijām būtu jums īstās?" Šo procedūru pilnībā pamato tas, ka daudzi cilvēki interesējas par cilvēkiem, ar kuriem viņi varētu strādāt, tikpat lielā mērā, kā par pašu darbu. Šie klienti grib saņemt atbildes uz tādiem jautājumiem, kā: "Kāda veida savstarpējās attiecības ir attīstītas konkrētās darba situācijās? Cik daudz brīvības tas dod jaunradei un personīgām iniciatīvām? Kādi ir cilvēki, kuriem ir tādas pašas intereses, kā man? Kuri viņu darba aspekti man patiktu un kuri – nē? Un vai es, galu galā, varu atrast profesiju, kas atbilst visām manām vēlmēm?"

Klienti tādējādi ievēros, ka noteiktas profesionālo interešu struktūras ir savienojamas ar vairākām profesionālām jomām, profesijām vai darbiem.

Tādā pašā nolūkā var administrēt vairākas Kudera metodes (piemēram: *Kudera Karjeras aptauja ar Personas atbilstību (The Kuder Career Search with Person Match)*, *Kudera Prasmju novērtējums (Kuder Skills Assessment)* un to rezultāti var izveidot "Kudera portfolio" (Kuder Portfolio) katram klientam, palīdzot viņam lēmumu pieņemšanā un sagatavojot individuālu karjeras attīstības plānu. Vēl var pievienot arī informāciju par izglītības un mācību līmeni, darba pieredzi, iesaistīšanos brīvprātīgos sabiedriskos darbos vai ārpusnodarbību pasākumos, prasmēm, spējām un talantiem, CV, utt.

Aptauja ietver 60 jautājumus, un izpildes procedūra prasa 20-30 minūtes. Ir variants, kad konsultants apkopo rezultātus un rezultāti klientam tiek nosūtīti pa pastu.

Mērķauditorija

KOIS mērķauditorija ir:

- skolēni (no 6. līdz 12. klasei) vai koledžu pēdējo klašu audzēkņi;
- studenti;
- pieaugušie – jebkurās vecuma grupās – kuri vēlas mainīt karjeru, atkārtoti iekļaujoties darba tirgū vai reģistrējoties mācību programmās.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Pirmā Kudara interešu aptauja papīra-zīmuļa formātā (no kuras cēlušies visi pārējie varianti), ir brošūras veidā, kurā ietverti jautājumi profesionālo interešu identificēšanai, atbilstošu atbilžu lapa un profesijas profils, kas tiek izsniegts klientam. Šī izpētes metode ir izmantojama gan individuāli, gan grupā.

Aptauja ietver 504 jautājumus, 168 jautājumu grupas, kas sakārtotas komplektā pa 14 grupām (katrā grupā ir trīs jautājumi) katrā no brošūras 12 lapām. Katrā trīs jautājumu grupā klientiem jāatzīmē darbība/situācija, kas viņus interesē **visvairāk (M – most – ailē)** un tā, kas viņus interesē **vismazāk (L – least – ailē)**. Tādā veidā katrā trīs jautājumu grupā vienmēr paliks viena neatzīmēta darbība/situācija (skat. Pielikumu I – Instrukcijas).

Jautājumi 12 lapās ir iespiesti uz aizvien īsākām lappusēm, – tā, lai atbilžu lapa brošūras beigās vienmēr būtu redzama un lai katra jauna darba lapa piedāvātu tikai vienu aili atzīmēšanai. Pēc izvēlēto jautājumu atzīmēšanas **atbilžu lapā**, lapai tiek uzlikti 11 režģi (V un 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9).

V skala pārbauda vingrinājuma aizpildīšanas precizitāti; skaitļi, kas ir mazāki par kādu noteikto minimālo sliekšni, nozīmē, ka rezultāti ir jāpārskata un jāpārbauda, vai instrukcijas ir saprastas un atbildes atzīmētas pareizi.

Skalas, kas apzīmētas ar 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, atbilst desmit interešu jomām: ārpustelņu (0), mehānika (1), matemātikas (2), pētniecības (3), pārliecināšanas (4), mākslinieciskas (5), literāras (6), muzikālas (7), sociālie dienesti (8), biroja aktivitātes (9).

Punktu skaitu iegūst, saskaitot atbildes, kas noteiktas ar 10 režģu palīdzību. Punktu skaitu salīdzina ar 10 standartiem, kas izteikti procentos (atbilstoši 10 interešu jomām). Tādējādi tiek noteiktas – katrā klientu profesionālo interešu kategorijā – trīs līmeņu kategorijas: *augsta* (100-75), *vidēja* (75-25) un *zema* (25-0), neaizmirstot ņemt vērā arī respondenta dzimumu.

Iegūtie dati tiek pārrakstīti uz lapas, ko sauc par **Profesionālo profilu**. Tā tiek izsniegta klientam un tajā doti viņu profesionālo interešu novērtējuma rezultāti viegli saprotamā grafiskā veidā (skatīt 2. pielikumu – Profesionālais profils). Protams, katru "profesionālo profilu" var papildināt ar īsu skaidrojumu, ko konsultants piedāvā klientam rakstiskā vai mutiskā formā (skatīt 3. pielikumu – Īss profesionālo profilu skaidrojums).

Kopējais iegūto rezultātu apstrādes laiks: 30-60 minūtes.

Metodes novērtējums

Kudara aptauja ir nozīmīgs konsultanta darba instruments. Jautājumu skaits nodrošina augstu profesionālo profilu ticamību un tādējādi konsultēšana iedveš klientiem lielāku uzticību.

Interesanti atzīmēt, ka šķērsgriezuma pētījumi, kas veikti par KOIS prognozējošo (un pārliecinājošo) vērtību, parāda, ka 51% klientu, kuri izmantojuši šo instrumentu, ir atraduši darbu un viņu darbs ir to pirmo piecu darbu skaitā, kurus bija ieteicis konsultants, pamatojoties uz izpētes iegūtajiem rezultātiem.

Bibliografija

- Brown, F. G. (1982). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: J. T. Kapes and M. M. Mastie (eds). *A counselor's guide to vocational guidance instruments*. Falls Church, VA: National Vocational Guidance Association.
- Cottle, W. C. (1968). *Interest and Personality Inventories*. Boston, Houghton-Mifflin.
- Cottle, W. C.; Downie, N. M. (1960). *Procedures and Preparation for Counseling*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Herr, E. L. (1989). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: J. C. Conoley and J. J. Kramer (eds). *Tenth mental measurements yearbook*. Lincoln, NE: Buros Institute, University of Nebraska-Lincoln.
- Hunt, T. (1984). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: D. J. Keyser and R. C. Sweetland (eds). *Test critique*. Vol. I. Kansas City, MO: Test Corporation of America.
- Jepsen, D. A. (1988). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: J. T. Kapes and M. M. Mastic (eds). *A counselor's guide to career assessment instruments*. Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Jepsen, D. J. (1985). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: *Measurement and Evaluation in Guidance*. 17, p. 217-219.
- Kapes, J.; Mastie, M. M.; Whitfield, E. A. (1994). *A counselor's guide to career assessment instruments*. (3rd ed). Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Kirk, B. A.; Frank, A. C. (1982). *Review of the Kuder General Interest Survey, Form E*. In: J. T. Kapes; M. M. Mastie (eds). *A counselor's guide to vocational guidance instruments*. Falls Church, VA: National Vocational Guidance Association.
- Kuder, F. (1966). *General manual: Kuder Occupational Interest Survey Form DD*. Chicago, Science Research Associates.
- Kuder, F. (1977). *Activity interests and occupational choice*. Chicago, Science Research Associates.
- Kuder, F. (1980). *Person Matching*. In: *Educational and Psychological Measurement*, 40, 1-8. National Career Assessment Services, Inc. (1999). *The Kuder Career Search with Person Match*. Adel, IA: Author.
- Kuder, F. (1985). *Kuder Occupational Interests Survey Form DD*. Chicago, Science Research Associates.
- Kuder, F.; Diamond, E., E. (1979). *Kuder DD Occupational Interests Survey general manual*. (2nd. Ed.). Chicago, Science Research Associates.
- Kuder, F.; Zytowski, D. G. (1991). *Kuder DD Occupational Interests Survey general manual*. Monterey, CA: Macmillan/McGraw-Hill.
- Tenopyr, M. L. (1989). *Review of the Kuder Occupational Interest Survey, Form DD*. In: J. C. Conoley; J. J. Kramer (eds). *Tenth mental measurements yearbook*. Lincoln, NE: Buros Institute, University of Nebraska-Lincoln.
- Williams, J. A.; Williams, J. D. (1988). *Review of the Kuder General Interest Survey, Form E*. In: J. T. Kapes; M. M. Mastie (eds). *A counselor's guide to career assessment instruments*. Alexandria, VA: National Vocational Guidance Association.
- Zytowski, D. (1999). *Kuder Career Search: Preview manual*. Adel, IA: National Career Assessment Services, Inc.
- Zytowski, D. G. (1985). *Kuder DD Occupational Interests Survey manual supplement*. Chicago, Science Research Associates.
- <http://dwe.arkansas.gov/CareerandTechEducation/Kuder/Kuderpage.htm>
- www.apa.org/about/division/div17awdfk.html
- www.il.kuder.com/
- www.kuder.com
- www.lakeland.cc.il.us/careerservices/kuder.htm
- www.sc.kuder.com/
- www.scicareers.org.uk/career/career_kuder_planning.html

1. pielikums

Profesionālo interešu aptauja – Kuders *

C forma

(Occupational Interest Survey – Kuder Form C)

Instrukcijas

Šis jautājumu buklets paredzēts jūsu interešu/vēlmju izpētei, kas saistīta ar jūsu turpmāko profesiju. Atbildes netiek vērtētas kā pareizas vai nepareizas. **Atbilde ir pareiza, ja tā ir patiesa.**

Katrā bukleta lappusē jūs atradīsiet iespējamo variantu sarakstu, kas sagrupēti pa trim. Vispirms **izlasiet katru trijotni**, izlemiet, **kura situācija jūs interesē VISVAIRĀK**, un atzīmējiet to, iekrāsojot taisnstūri atbildes lapā ailē, kas atzīmēta ar **M** (most – visvairāk). Tad nosakiet to, **kas VISMAZĀK interesē jūs**, un līdzīgā veidā iekrāsojiet taisnstūri ailē, kas apzīmēta ar **L** (least – vismazāk). Ņemiet vērā, ka viena situācija no trim atbilžu lapā vienmēr paliks neatzīmēta.

1. piemērā atzīmētā situācija (iekrāsojot atbilstošo taisnstūri) pirmajā aktivitāšu grupā **šai personai VISLABĀK patīktu apmeklēt muzeju, bet grāmatu lasīšana bibliotēkā – VISMAZĀK.**

2. piemērā tā pati persona norādīja, ka **autogrāfu kolekcionēšana patīk VISLABĀK, bet tauriņu kolekcionēšana – VISMAZĀK.**

1. piemērs

N. Modernās mākslas galerijas apmeklēšana

P. Grāmatu lasīšana bibliotēkā

Q. Muzeja apmeklēšana

| M | | L |
|---|---|---|
| | N | |
| | P | |
| | Q | |

2. piemērs

a. Autogrāfu kolekcionēšana

b. Monētu kolekcionēšana

c. Tauriņu kolekcionēšana

| M | | L |
|---|---|---|
| | a | |
| | b | |
| | c | |

Iedomājieties, ka jūs varat veikt ieteiktās darbības, pat tās, kam nepieciešama speciāla sagatavošana. Izvēlieties tā, it kā visas darbības būtu jums vienlīdz zināmas. Neizvēlieties, vadoties no tā, ka šī situācija jums ir jauna, vai tādēļ, ka citi dod tai priekšroku.

Ja jums patīk vai nepatīk visas trīs darbības, tomēr centieties izvēlēties divas vajadzīgākās. Būtiski ir atbildēt uz visiem jautājumiem. Katrai triju jautājumu grupai svarīgi izvēlēties atbilstoši vienu **“patīk VISVAIRĀK”** un **“patīk VISMAZĀK”**.

Netērējiet pārāk daudz laika izvēlei un izdariet to patstāvīgi. Ja atbilde neatspoguļo jūsu paša izvēli, tā nepalīdzēs atklāt jūsu patiesās intereses.

Ja jūs vēlaties mainīt izvēlēto atbildi, nosvītrojiet to ar X, tad atzīmējiet jauno atbildi. Nerakstiet nekādas piezīmes brošūrā, izņemot pēdējā lappusē, kas paredzēta atbildēm.

* Instrukcijas, kas pārtulkotas šai prezentācijai

2. pielikums

Profesionālais profils

UzvārdsVārds..... Dzimšanas datums

Pilsēta Skola Klase

Testa veikšanas datums Telefons VecumsDzimums

| Procentīle | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------------------------|
| 1 | 5 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | | 95 | 99 | |
| | | | | | | | | | | | | | | 0 ĀRA DARBI |
| | | | | | | | | | | | | | | 1 MEHĀNISKAS AKTIVITĀTES |
| | | | | | | | | | | | | | | 2 RĒĶINĀŠANA |
| | | | | | | | | | | | | | | 3 PĒTNIECĪBA |
| | | | | | | | | | | | | | | 4 PĀRLIECINĀŠANA |
| | | | | | | | | | | | | | | 5 MĀKSLINIECISKA DARBĪBA |
| | | | | | | | | | | | | | | 6 LITERĀRA DARBĪBA |
| | | | | | | | | | | | | | | 7 MUZIKĀLA DARBĪBA |
| | | | | | | | | | | | | | | 8 SOCIĀLIE DIENESTI |
| | | | | | | | | | | | | | | 9 BIROJA DARBI |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 5 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | 95 | 99 | | |
| PROCENTĪLES | | | | | | | | | | | | | | |

3. pielikums

Īsa profila interpretācija

0. ĀRPUSTELPU INTERESES: subjekti izvēlas veikt savu darbu ārpus telpām, kopt dzīvniekus, audzēt augus, būvēt, utt.

Ieteicamās profesijas: mežzinis, agronoms, veterinārais ķirurgs, zemnieks, mežkopis, dabaszinātnieks, ģeogrāfs, jūrnieks (kapteinis, locis), sargs (medniecība, zvejniecība), pavadonis (kalnos), audzētājs (suņi, putni, zivis, utt.), biškopis, dārzu dizaineris, ģeologs, ekoloģs, utt.

1. INTERESE PAR MEHĀNIKU: subjekti izvēlas strādāt ar instrumentiem, mašīnām un aparātiem.

Ieteicamās profesijas: remontētājs (radio un TV), mehāniķis, santehniķis, pulkstenmeistars, tehniķis vai inženieris, radio operators, elektriķis, telefonu operators, vilciena mašīnists, aviācijas mehāniķis, utt.

2. INTERESE PAR MATEMĀTIKU: subjekti izvēlas strādāt ar skaitļiem.

Ieteicamās profesijas: statistikas skolotājs, matemātiķis, statistiķis, grāmatvedis, auditors, bankas darbinieks, datoroperators, utt.

3. PĒTNIECISKAS INTERESES: subjekti izvēlas risināt problēmas, atklāt jaunus faktus, izvirzīt hipotēzes, utt.

Ieteicamās profesijas: pētnieks, fiziķis, ķīmiķis, ārsts, psihiatrs, pārtikas speciālists, ķirurgs, meteorologs, farmaceits, zobārsts, elektronikas inženieris, biologs, programmētājs, laboratorijas strādnieks, policists (detektīvs), optiķis, utt.

4. PĀRLIECINĀŠANAS INTERESES: subjekti izvēlas tikties ar cilvēkiem un pārliecināt viņus, slēgt darījumus, vadīt sarunas, ierosināt dažādus projektus, pirkt, pārdot, utt.

Ieteicamās profesijas: reklāmas aģents, ekonomists, sabiedrisko attiecību speciālists, veikala vadītājs, apdrošināšanas aģents, cilvēkresursu vadītājs, bankas vadītājs, viesnīcas vadītājs, uzņēmējs, tirgotājs, kurjers, tirgotājs, radio un TV raidījumu vadītājs, utt.

5. MĀKSLINIECISKAS INTERESES: subjekti izvēlas radošas aktivitātes, īpaši vizuālo mākslu.

Ieteicamās profesijas: gleznotājs, tēlnieks, arhitekts, vizuālās mākslas skolotājs, mākslas galerijas restaurators, zīmētājs, mākslas fotogrāfs, gravieris, frizieris stilists, modes dizainers, interjera dizainers, dekorators, skatuves dekorators, utt.

6. LITERĀRAS INTERESES: subjekti izvēlas lasīšanu un rakstīšanu.

Ieteicamās profesijas: žurnālists, rakstnieks, redaktors, vēsturnieks, literatūras skolotājs, reportieris, kritiķis, teātra aktieris, bibliotekārs, preses kritiķis, utt.

7. MUZIKĀLAS INTERESES: subjekti dod priekšroku mūzikai.

Ieteicamās profesijas: mūzikas skolotājs, muzikālā teātra aktieris, dziedātājs, instrumentālists, mūziķis, komponists, folklorists, utt..

8. INTERESE PAR SOCIĀLIEM DIENESTIEM: subjekti izvēlas palīdzēt cilvēkiem.

Ieteicamās profesijas: psihologs, sociologs, pedagogs, sociālais darbinieks, medmāsa, karjeras konsultants, medicīniskā aprūpe, skolas skolotājs, pirmskolas izglītības skolotājs, menedžeris, cilvēkresursu vadītājs, sociālo zinātņu pasniedzējs, mācītājs, utt.

9. INTERESE PAR BIROJA DARBU: subjekti dod priekšroku biroja darbam, kurā nepieciešama precizitāte.

Ieteicamās profesijas: sekretārs, apdrošināšanas aģents, viesnīcas reģistrators, noliktavas darbinieks, viesnīcas darbinieks, datoroperators, telefonoperators, utt.

Kanādas profesionālo interešu izpētes aptauja

Canadian Occupational Interest Inventory (COII)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Kanādas profesionālo interešu aptauja (*Canadian Occupational Interest Inventory – COII*) balstās uz pieciem divpolu faktoriem, kurus identificējis Kotls (Cottle) (1968). Izpētes metodes pamatā ir ideja, ka katrā faktorā (divpolu interešu grupa) ir savstarpēji izslēdzošu tendenču pāri. Tādējādi pirmajā faktorā (pretstats: priekšroka darbam ar *Lietām* – priekšroka darbam ar *Cilvēkiem*) pieņemts, ka subjekti, kas nepārprotami interesējas par tādām darbībām kā darbs ar objektiem un/vai to lietošanu, nevar vienādā mērā interesēties par savstarpējām darbībām un/vai saskarsmi ar cilvēkiem.

Teorētiskais pamatojums

Psiholoģiskie testi jeb interešu izpēte dod vienu no minētajiem rezultātiem:

- *Nominālā vērtība*: tiešs rezultāts, nekādas atsauces uz citu punktu skaitu vai normām.
- *Normatīvās vērtības*: salīdzinot individuālu punktu skaitu ar tādu punktu skaitu, kuru ieguvusi izlases grupa (*sample group*), tas ir ārējs kritērijs (piemēram, daļa iedzīvotāju, kas nodarbināti kādā konkrētā jomā, pretstatā visiem strādājošiem).
- *Faktiskā vērtība (Ipsative score) (intraindividuāls – intra-individual)*: tiek izmantota atsevišķās interešu izpētes metodēs, kad klienti izvēlas starp alternatīvām situācijām (patīk – nepatīk, priekšroka darbam ar cilvēkiem – priekšroka darbam ar lietām); šādos gadījumos punktu skaits ir atkarīgs no tā punktu skaita, kas iegūts attiecībā uz citu mainīgo lielumu: jo lielāks punktu skaits mainīgam lielumam, jo mazāks punktu skaits citam, un otrādi.

Faktisko vērtību galvenās īpašības:

- “punktu skaits vienmēr tiek interpretēts pa pāriem;
- katrs pāris ir neatkarīgs no citiem;
- balles ir iegūtas tieši, saņemot noteiktas atbildes;
- kopējais punktu skaits bipolārā skalā ir nemainīgs.” (*Bezanson, 1978*).

Pretējo punktu skaitu nosaka fakts, ka interešu joma ir nepārtraukta skala, no ļoti augstas līdz ļoti zemas, kā arī fakts, ka, ja interešu sistēmai ir tendence koncentrēties uz kādu konkrētu jomu, citas intereses tiek netieši noraidītas un/vai ir mazāk pārstāvētas. Intereses palielināšanās un samazināšanās pāra divās alternatīvās sfērās ir nepārtrauktā saistībā. Interesu izpēte sniedz normatīvu punktu skaitu, radot priekšstatu par personas interešu sistēmu salīdzinājumā ar tādu personu grupas interešu sistēmu, kas darbojas konkrētā profesijā. Bet vienlīdz svarīgi ir noskaidrot personas interešu jomas, nesalīdzinot tās ar citām personām vai personu grupām, tādējādi noskaidrojot konkrētā cilvēka iespējamo profesiju izvēles loku.

Metodes prezentācija

Izstrādājot šo metodi, pamatā bija interese par uz rīcību orientētu attieksmi, tādējādi pozīcijas tika izstrādātas, ņemot vērā darbības, kuras visbiežāk veic noteiktā profesijā iesaistītie cilvēki. Darbības, kas prezentētas COII, ir sagrupētas pa trim un tad sakārtotas pa pāriem (katrs pāris ir izpētes pozīcija).

Piemēram, faktors *Lietas – Cilvēki* (Factor *Things – People*) (kas ir interese par ...)

| | |
|-----------------------------|----------------------|
| A | B |
| lietu salīmēšana | žurnāla ilustrēšana |
| izklaides vietas dekorēšana | reklāmas noformēšana |
| noliktavas celtniecība | teksta tulkošana |

Pieci faktori izveidoti pēc divpolu principa un pārstāv katru vēlamu aktivitāšu kategoriju.

COII divpolu faktori:

| | | | |
|--------------------|---|------|---|
| I faktors | 1. Lietas | pret | 6. Cilvēki |
| | Priekšroka darbībām, kurās izmanto instrumentus vai lietas | | Priekšroka darbībām, kas saistās ar saskarsmi/mijiedarbību ar cilvēkiem |
| II faktors | 2. Biznesa kontakti | pret | 7. Zinātniskas aktivitātes |
| | Priekšroka darbībām, kas saistītas ar tiešu saskarsmi ar cilvēkiem, lai kaut ko pārdotu un/vai par kaut ko pārliecinātu | | Priekšroka darbībām, kas ietver pētniecību, speciālu zināšanu lietošanu un/vai izmeklēšanu saskaņā ar zinātniskās pētniecības metodoloģiju. |
| III faktors | 3. Rutīnas darbs | pret | 8. Radoša pieeja |
| | Priekšroka darbībām, kas veicamas saskaņā ar noteiktām instrukcijām un/vai atkārtotojos, sistemātisku, konkrētu procedūru | | Priekšroka darbībām, kurām nepieciešama mākslinieciska pieeja lietām un idejām, un/vai koncepciju formulēšana un lietošana |
| IV faktors | 4. Sociālas aktivitātes | pret | 9. Savrupība |
| | Priekšroka darbībām, kurās cilvēki iesaistīti kā partneri vai pakalpojuma saņēmēji | | Priekšroka individuāli veicamām darbībām, kuras ietver darbošanos ar objektiem |
| V faktors | 5. Prestižs | pret | 10. Ražošana |
| | Priekšroka darbībām, kuras izraisa cieņu un/vai vadīšanai | | Priekšroka darbībām, kuras rada taustāmus objektus |

Katra faktora divi termini (piemēram, *Lietas – Cilvēki*) tiek uzskatīti par "skalām" ("Scales"). Vienā piemērā 1. un 6. numurs pārstāv profila numuru.

COII izpētē ir 70 pozīcijas un katrā ir sagrupētas trīs divpolu aktivitātēs, kuras izvēlētas tā, lai tās līdzsvarotā veidā pārstāvētu visus piecus faktorus. Katrs faktors sastāv no 14 pozīcijām, kuras sagrupētas četros tā saucamos "sektoros". Šo sektoru mērķi:

- darbs;
- mācības;
- saistošas aktivitātes;
- atpūta.

Katra faktora ietvaros vēlmes, kas izteiktās par konkrētām aktivitātēm saistībā ar šiem sektoriem, sniedz norādes par izpētes atbildžu atbilstību un rada uzticēšanos iegūtajam profilam. Piecas šādas pozīcijas izvietotas sektorā *darbs*, bet trīs – katrā no sekojošiem sektoriem: *mācības, saistītas darbības un atpūta*.

Profila atbilstība izriet no skalu savstarpējās salīdzināšanas un iegūto korelācijas koeficientu nozīmības novērtēšanas.

Izpēte noslēdzas (kad konsultants pārliecinājies, ka respondents ir sapratis metodes loģiku un to, kā atbildēt) ar tādu profesiju identificēšanu, kas saskan ar pakalpojuma saņēmēja vēlmju sistēmu iegūtajā profesiju sarakstā.

Vāji izteikti vai vienvēidīgi profili (Poorly outlined or flat profiles) rada interpretēšanas problēmas un klients var rezervēti izturēties pret pārāk plašām piedāvātām profesionālām jomām, kā tās prezentētas nacionālā profesiju klasifikatorā (piemēram, Rumānija – COR: *galvenās grupas, galvenās apakšgrupas, mazākās grupas – major groups, major subgroups, minor groups*); klienti vēlas saņemt *informāciju par profesiju pamatgrupām un profesijas veidojošajiem komponentiem*.

Izpēti pabeidz, atzīmējot izvēli katrā pozīcijā (trīs pozīciju pāri) atbilstoši vēlamām piedāvātām darbībām, izmantojot augšupejošu (*ascending scale*) astoņu pakāpju skalu, kas apzīmēta alfabētiski (no **A** līdz **H**).

Rezultātu interpretēšana nozīmē izpētīt pārbauditās personas profilu un – atbilstoši izpētes rezultātiem – noteikt, vai profils ir:

- skaidrs un labi saprotams (*clear, distinct, well-outlined*);
- vāji izteikts;
- vienvēidīgs.

Šī klasifikācija ir veidota atbilstoši tam, kā izpētes pozīcijās iegūtais punktu skaits izvietots skalā no **A** līdz **H**, atbilstoši katram faktoram.

Skaidrs, noteikts un labi saprotams profils ir tad, ja:

- vismaz divu skalu punktu skaits ir robežās no **E** līdz **H** vai
- vismaz vienas skalas punktu skaits ir **G** vai **H**.

Citiem vārdiem, profils ir labi izteikts, ja punktu skaits ir starp **E** un **H** visās skalās.

Vāji izteikts profils ir tad, ja:

- vismaz divu skalu punktu skaits ir **C** vai **D**, vai
- vienas skalas punktu skaits ir **E** vai **F**.

Citiem vārdiem, profils ir vāji izteikts, ja punktu skaits ir starp **C** un **D** visās skalās.

Vienvēidīgs profils rodas, ja:

- vismaz četru skalu punktu skaits ir **A** vai **B**, un
- citu skalu punktu skaits ir kaut kur starp **A** un **D**.

Tādā veidā iegūtais individuālais profesionālo interešu profils tiek salīdzināts ar *Interešu profila vārdnīcu (Glossary of Interest Profiles) – GIP*, lai varētu rezultātu izteikt tādos terminos, kas savienojami ar Profesiju klasifikatoru (Kanādā).

COII prasa sniegt noteiktas atbildes, neskatoties uz to, ka pēc autoru atdzimuma, dažiem cilvēkiem būs grūti izpildīt šīs prasības (piemēram, cilvēkiem, kuriem nepatīk gandrīz nekas vai tiem, kuri ir precīzi, pedantiski vai svārstīgi). No otras puses, šāda veida piespiedu izvēle ir tas, ar ko cilvēkiem nākas sastapties savā ikdienas dzīvē un kas sniedz vislabāko informāciju par viņu vēlmēm.

Punktu noteikšanas procedūras – COII – aprakstītas *Administrēšanas, punktu noteikšanas un interpretēšanas rokasgrāmatā (Administration, Scoring and Interpretation Manual)*. Tajā plaši apskatīti metodes administrēšanas noteikumi, punktu noteikšana un interpretēšana.

Punktu skaita nozīmes interpretēšanai nepieciešams izmantot dažādus datu iegūšanas avotus, kuri varētu būt nozīmīgi konsultēšanas darbā un galvenos vilcienos sniegtu ticamu profesiju profilu:

- klienta izturēšanās atbilžu sniegšanas laikā;
- atbilžu modeļi (raksturīgi noteiktām atbildēm uz COII jautājumiem);
- klientu mutiskie komentāri par interešu izpēti, (piem., bez grūtībām saprot instrukcijas);
- interešu izpētē iegūtie rezultāti;
- papildu dati, kas iegūti no citiem avotiem (CV, motivācijas vēstules, diplomi).

Mērķauditorija

Šī metode ir augstskolu, koledžu studentu un pieaugušo (neatkarīgi no dzimuma) profesionālo vēlmju/interesešu izpētes līdzeklis.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Administrējot interešu izpēti, jāņem vērā šādas iespējamās situācijas:

- nespēja sniegt atbildi uz konkrētu jautājumu (ja kopā ir vairāk par piecām šādām situācijām, rezultāts nav derīgs); šie neatbildētie jautājumi var kļūt par papildus interpretēšanas objektu: Vai tiem ir nejaušs raksturs? Vai tie novērojami tikai dažās skalās, sektoros vai kategorijās? Kādus citus izpētes instrumentus varētu lietot, lai novērstu šādus gadījumus;
- atbildes uz interešu izpēti jautājumiem atzīmētas nejauši (garlaicības, noguruma, atbildēšanas metožu nesaprašanas rezultātā vai neuzmanīgi izturoties pret aptaujas lapu); šādi gadījumi jāapspriež ar klientu un tiem jārod skaidrojums, pēc tam jāveic attiecīgas darbības: motivēšana, alternatīvu izpēti līdzekļu piedāvājums utt.;
- tiek piedāvātas divas papildu atbildes uz divpolu situācijām tā vietā, lai izvēlētos tikai vienu; šāda situācija var rasties noguruma, paviršības vai neuzmanības dēļ, kā arī, ja klienti patiešām vienādā mērā dod priekšroku abām situācijām;
- bieži sniegto atbilžu labojumi, ko izraisa personas nespēja izdarīt izvēli, nespēja saprast instrukciju vai steiģa atbildes izvēle; vairāk par piecām kļūdām var novest pie neprecīza profila, kas izraisīs interpretēšanas grūtības un – galvenokārt – klientam nebūs iespējams izvēlēties starp konsultanta piedāvātām alternatīvām profesijām.

Jāņem vērā, ka atbilstošs interešu profils, kas iegūts no COII, ietver attiecības starp skalām:

lietas (1) – zinātniskas aktivitātes (7) – rutīnas darbs (3) – savrupība (9) – ražošana (0) un, no otras puses, saistību starp skalām:

cilvēki (6) – biznesa kontakti (2) – sociālas aktivitātes (4) – prestižs (5).

Tomēr, nav nebūt obligāti interpretēt kā "neatbilstošus" tādus interešu profilus, kas neatbilst šablonam. Pirmkārt, visi skaidrojumi ir meklējami diskusijās ar klientu, kas būs koncentrētas uz klienta centieniem, iecerēm, iedvesmām, utt.. Tas notiek gadījumos, kad atbilde ir atkarīga no klienta spējas saprast interešu izpēti laikā veicamos uzdevumus, no tā, cik labi klients saprot interešu izpēti lietoto valodu, klienta motivācijas un

līdzdalības, konsultanta sniegto instrukciju precizitātes un pilnīguma, konsultanta kompetences iegūto rezultātu apkopošanā.

Šeit ir sniegtas dažas papildu rekomendācijas konsultantiem, ko ņemt vērā, konsultējot klientus pēc tam, kad veikta vispārējo spēju apstrāde:

- interešu sistēmas spēks, stabilitāte un virziens pastāsta par klientu vairāk nekā testa izpildes absolūtais līmenis;
- koncentrēšanās uz klienta piemērotību darba veikšanai ieteicama gadījumā, ja konsultantam trūkst pamatinformācijas par darba vidi, vai, ja klienta interešu sistēma vēl nav skaidra klienta jaunības dēļ;
- gadījumā, ja abas sastāvdaļas (intereses un spējas) neder interpretēšanai un konsultēšanai, intervija jāizmanto kā papildus informācijas ieguves avots;
- jebkurā gadījumā klientiem jālūdz izteikt savs viedoklis par psiholoģisko novērtējumu, iegūtajiem rezultātiem un konsultanta sniegto interpretāciju;
- plānu uzskicēšana klienta karjeras izaugsmes aktivitātēm – psiholoģiskās novērtēšanas un intervijas rezultātā – ir noslēdzošais solis, kurš klientam ir ļoti svarīgs (atbilstoši konsultanta piedāvātās interpretācijas nozīmei: aprakstoša, prognozējoša vai vērtējoša);
- psiholoģiskās interpretācijas maksimālais iespaids ir nodrošināts gadījumā, ja klients ir atvērts un motivēts pieņemt konsultanta izdomāto "scenāriju".

Metodes novērtējums

Inventarizācija tika izstrādāta Kanādā. Sākotnējie testa (*pre-test*) varianti bija gan angļu, gan franču valodā. Administrēšanas laikā tika noskaidrots, ka dažus jautājumus vajag mainīt, un tādējādi 1974. gadā tika sagatavots galīgais variants.

Ticamības koeficients, kuru ieguva ar atkārtotas testēšanas metodi, bija starp 0,80 un 0,90. Nešķiet, ka tādi mainīgie lielumi, kā mērķauditorijas valoda vai vecums, būtiski ietekmētu profilu.

Validitātes koeficienta daļa (konstrukt un kritēriju ticamība) arī ļauj iekļaut šo interešu izpētes metodi visvērtīgāko metožu skaitā, kuras izveido profilus, kas pielīdzināmi tām interešu izpētes metodēm, kas iegūtas, izmantojot citas labi zināmas metodes (piemēram Kudera, Holanda).

Bibliogrāfija

- Anastasi, Anne (1976). *Psychological Testing*. New York, MacMillan Publishing Co. Inc.
- Bezanson, Lynne; Monsebraaten, Arthur; Pigeon, Richard (1990). *Using Tests in Employment Counselling*. Canada, Employment and Immigration.
- Booth, J. A. Gordon; Begin Luc; Lavallee Luc (1980). *Technical Manual for the Canadian Occupational Interest Inventory*. Ottawa, Canada Employment and Immigration Commission.
- Cottle, W. C. (1968). *Interest and Personality Inventories*. Boston, Houghton-Mifflin.
- Crocker, L.; Algina, J. (1986). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. New York, Holt, Rinehart & Winston.
- Tyler, Leona E. (1971). *Tests and Measurement*. NJ: Prentice Hall Inc.

Stronga Interesešu izpētes aptauja

Strong Interest Inventory (SII)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

E. K. Strong (E. K. Strong) bija viens no profesionālo interešu novērtēšanas pionieriem. Sākot ar tūkstoš deviņi simti divdesmitajiem gadiem autors un viņa līdzstrādnieki ievēroja, ka cilvēki, kas pieder pie dažādām profesionālām grupām, noturīgi atšķiras (neatkarīgi no spēju, prasmju un zināšanu sistēmas) pēc tā, kas viņiem patīk un nepatīk (un ne jau tikai profesionālajā jomā, bet arī attiecībā uz vaļaspriekiem, izklaidi, lasīšanu, utt.), tas ir situācijās, kas acīmredzami nav saistītas ar viņu darbavietu). Šī piezīme liek domāt, ka **profesija ir dzīvesveids, ne tikai iztikas pelnīšanas līdzeklis**. Tas ļauj domāt, ka mēs varam iegūt vispārēju priekšstatu par indivīdam vēlamu dzīvesveidu (tas ir, viņa interešu sistēmu), un konsultants var ieteikt piemērotu profesiju vēl pirms klients iesaistās darba dzīvē.

Pētījumu rezultātā tika izstrādāta metode *Stronga Profesionālo interešu banka (Strong Vocational Interest Bank) (SVIB)* un vēlāk (1974), kad tika izstrādāti šī paša testa varianti vīriešiem un sievietēm, tās nosaukumu mainīja uz *Stronga-Kempbela interešu aptauju (Strong-Campbell Interest Inventory) – SCII*; šis variants nav daudz mainījies. Pašlaik Kempbels vairs nepiedalās darbā ar metodi un tādēļ tagad to sauc **Stronga Interesešu aptauja (Strong Interest Inventory) – SII**. Aptaujas gala varianta izveidi vadīja Hansens (*Hansen*) un Kempbels (*Campbell*) (1985), Borgens (*Borgen*) (1988.), un Hansens (1992).

Sākotnējā variantā mainīti tikai daži jautājumi, tie, kas attiecas uz reliģiskām darbībām. 1985. gada izdevumā 325 jautājumi palikuši nemainīgi.

Teorētiskais pamatojums

Stronga pētīja atbildes uz interešu aptaujas jautājumiem, kuras bija snieguši nejausi cilvēki, salīdzinot tās ar atbildēm, ko snieguši cilvēki, kas pieder pie dažādām profesionālām grupām, tādējādi nosakot to personu interešu sistēmas specifisko raksturu, kuras strādā konkrētās profesijās. Statistiskā ziņā svarīgus jautājumus par interešu sistēmu, noteiktu profesiju grupām var norobežot (sākumā bija 70, tad 124). Turpmāk tika pētītas attiecības starp profesionālo interešu rezultātiem un vecumu, speciālām spējām vai citām svarīgām cilvēku raksturīgām pazīmēm.

Zemāk dots anketas fragments:

| | Man patīk | Man nedz patīk, nedz nepatīk | Man nepatīk |
|-----------------------------|-----------|---------------------------------|-------------|
| Man patīk būt par aktieri | | | |
| Man patīk botānika | | | |
| Man patīk rakstīt ziņojumus | | | |
| Utt. | | | |

SII galvenokārt tiek izmantota, lai atbalstītu klientus, pieņemot lēmumus par ilgtermiņa karjeras plānošanu, studijām, turpmāko nodarbošanos vai profesiju, īsumā tā domāta "īkvienam, kam nepieciešama palīdzība karjeras jautājumos vai, pieņemot lēmumu, kas skar viņu dzīvesveidu" (Hansen, 1992).

Šī interešu izpētes metode palīdz klientiem, kuri jau cenšas izzināt savu profesionālo neapmierinātību, un meklēt risinājumus problēmām, kas skar personas dzīvesveidu un karjeras izaugsmi visa mūža garumā.

Šī metode tika izveidota, pamatojoties uz eksperimentāliem pētījumiem par dažādu kategoriju iedzīvotāju profesionālo ievadīšanu darbā un apmierinātību darba vietā, situāciju un profesionālās statistikas analīzi.

Metodes prezentācija

Stronga interešu izpētes metode ietver:

- sešas vispārējas profesionālās tēmas (izmantojot Holanda kodus "profesionālās personības" profiliem) un
- 23 pamatinteresu skalas.

Skalas ir izstrādātas 207 profesijām (202 ir skalas, kas nav domātas kādam konkrētam dzimumam, 4 skalas domātas sievietēm un viena skala – vīriešiem).

Apmēram viena trešdaļa profesiju profilu ietver starpzglītības (*intermediary education*) līmeņus.

Ir divas speciālas skalas, kā arī 26 administratīvi indeksi.

Interesu izpētes metodei ir šādas nodaļas:

- profesijas;
- skolu mācību priekšmeti;
- darbības;
- atpūtas pasākumi;
- personu tipi;
- vēlamās darbības;
- individuālās īpašības.

Aptaujas rezultātus novērtē ar standarta punktu skaitu.

Kopējais apstrādes laiks: 25-35 minūtes.

Interesu izpētes metode tiek piedāvāta klientiem, neatkarīgi no dzimuma, ar dažādu nodarbošanos, dažādiem izglītības un mācību līmeņiem un strādājošiem konkrētajā profesijā vismaz trīs gadus; veiksmīgiem un apmierinātiem ar savu darbu, atbilstoši prasībām un spējīgiem izpildīt uzdevumus, kas no viņiem tiek sagaidīts.

Interesu izpētes metode pieejama parastā formātā vai elektroniskā veidā.

Interesu izpētes datorizētais variants ietver SII, instrukcijas (paš) apstrādei, datorprogrammu iekšējai punktu nošķiršanai un rezultātu interpretācijai.

Salīdzinošie pētījumi par parastā un elektroniskā formātā iegūto rezultātu līdzvērtību atklāj, ka datorizētais variants dod ticamākus profesiju profilus (gan veicot atkārtotus testus, gan salīdzinot ar Holanda kodiem). Bez tam, datorizētā varianta apstrāde notiek ātrāk (vidēji 22 minūtes), salīdzinājumā ar parasto variantu (vidēji 31 minūte). Divu formātu statistiskais salīdzinājums (vidējā un standarta novirze) demonstrē nenozīmīgu atšķirību.

Mērķauditorija

Stronga interešu aptauja paredzēta augstskolu un koledžu studentiem, kā arī pieaugušiem (tai skaitā tiem, kuri plāno iet pensijā).

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Divas rokasgrāmatas sniedz klientiem informāciju, kā interpretēt aptaujā iegūtos rezultātus un profesiju kodus:

- *Karjeras attīstības rokasgrāmata lietošanai ar Stronga metodi (The Career Development Guide for Use with the Strong)* (1987).
- *Ievads Stronga metodē karjeras konsultantiem (Introduction to the Strong for Career Counselors)* (1991).

Vienlaikus nepieciešami šādi līdzekļi:

- *Stronga Karjeras meklētāja izpētes darba lapa (The Strong Career Finder Exploration Worksheet)* (1991), lai atbalstītu klientus viņu darba meklējumos.
- *Stronga Karjeras meklētājs (The Strong Career Finder)* (1991), kas piedāvā profesiju papildu sarakstus.

Konsultantiem pareiza SII administrēšana un rezultātu interpretēšana nepieciešama *Rokasgrāmatai (Manual)* un *Lietotāja rokasgrāmatai (User's Guide)*; visjaunākie ir 1985. un 1992. gada izdevumi.

Interešu izpētes metodes prognozējošā vērtība ir ievērojama tādā nozīmē, ka 15 no 20 klientiem ir atraduši nodarbošanos, kas atbilst profiliem, kuri iegūti SII testos.

Metodes novērtējums

Stronga interešu izpētes metode ir viens no pārlicinošākajiem instrumentiem šajā jomā. Tomēr, Džepsens (Japsen) (1991) šo interešu izpēti iesaka galvenokārt klientiem, kuriem:

- ir augsts izglītības līmenis;
- nav emocionāla rakstura problēmu;
- ir liela dzīves pieredze, kas ļauj tiem sniegt pamatotas atbildes uz jautājumiem;
- kuri ir noteikti savās jūtās;
- ir pieraduši dot "jā-nē" atbildes;
- pieņem interpretācijas un prognozes un neprasa obligāti specifiskus vai konkrētus skaidrojumus.

Ja šie nosacījumi netiek ievēroti, pastāv risks, ka rezultāti, kas iegūti, veicot novērtēšanu ar šīs metodes palīdzību, netiek pieņemti vai netiek uzskatīti par noderīgiem karjeras plānošanā.

Bibliogrāfija

- Bergen, F. H. (1985). *Review of the Strong-Campbell Interest Inventory*. In: J. T. Kapes; M. M. Mastie (eds.). *A counselor's guide to career assessment instruments*. (2nd ed.). Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Bezanson, Lynne; Monsebraaten, Arthur; Pigeon, Richard (1990). *Using Tests in Employment Counseling*. Canada, Employment and Immigration.
- Campbell, D. P. (1978). *Review of the Strong-Campbell Interest Inventory*. In: O. K. Buros (ed.). *Eighth mental measurement yearbook*. Vol. II. Highland Park, NJ: Gryphon Press.
- Campbell, David P. (1977). *Manual for the Strong-Campbell Interest Inventory T325 (Merged Form)*. CA: Stanford University Press.
- Hansen, J. C. (1987). *Strong – Hansen Occupational Guide*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Hansen, J. C. (1992). *User's guide for the SII*. (revised edition), Stanford, CA: Stanford University Press.
- Jepsen, D. (1991). *Review of the Strong Interest Inventory*. News note of the Association for Measurement and Evaluation in Counseling and Development. 27.
- Strong Career Finder* (1991). Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Strong Career Finder Exploration Worksheet* (1991). Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Strong, E. K. Jr. (1927). *Vocational Interest Blank*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Westbrook, B. W. (1985). *Review of the Strong-Campbell Interest Inventory*. In: J. V. Mitchell, Jr. (ed.). *Ninth mental measurement yearbook*. Vol. II. Lincoln, NE: Buros Institute of Mental Measurement University of Nebraska-Lincoln.

Džeksona profesionālo interešu pārskats

Jackson Vocational Interest Survey (JVIS)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

JVIS izstrādāja amerikāņu klīniskais psihologs Duglass N. Džeksons (*Douglas N. Jackson* (1929-2004)). Metode (publicēta 1977. gadā) tiek izmantota, lai atvieglotu lēmumus par izglītības un mācību ceļa izvēli, kā arī, lai atbalstītu vispārīgāku karjeras plānošanas procesu.

Profesionālo interešu izpēte izrādījās loģisks solis pakāpju un lēmumu virknē, kas noved pie tādas karjeras izvēles, kura sniedz indivīdam personīgu un profesionālu gandarījumu (pie noteikuma, ka spējas, prasmes, motivācija un personības iezīmes ir saskanīgas un indivīds izmanto radušās iespējas).

Šī paša autora darbi: *Personības izpētes veidlapa (Personality Research Form) (PRF)*, *Darbinieka skrīninga aptaujas lapa (Employee Screening Questionnaire) (ESQ)*, *Vadīšanas prasmju profils (Leadership Skills Profile) (LSP)*.

Teorētiskais pamatojums

Džeksonam bija oriģināla ideja attiecībā uz interešu novērtēšanas procesu, lai atbalstītu lēmumu pieņemšanu izglītībā un darbā. Tādēļ viņš ieviesa jauninājumus, kuri ietver:

- vēlmju (*preferences*) vai patikas (*affinities*) pārkonceptualizāciju, gan runājot par **darbam specifiskām lomām (work-specific roles)** (kuras tiek apskatītas kā relatīvi homogēnas aktivitātes, kas piederīgas profesijai), gan **par darba stiliem (work styles)** (priekšroka tiek dota konkrētām darba vidēm);
- smalki izstrādātas statistikas stratēģijas izmantošanu aptaujas lapu skalas izveidošanai;
- vienādas nozīmes piešķiršanu vīriešu un sieviešu interešu sistēmām;
- caurskatāmu punktu noteikšanas procedūru izstrādāšanu, kas ļauj atkārtoti pārbaudīt profilus.

Metodes prezentācija

Interešu aptaujas lapas galvenais nolūks ir *atbalsts skolēniem, studentiem un pieaugušiem viņu izglītības un apmācības plānošanas procesā "de scos spatial de dupa ghili"* (Jackson, 1977).

JVIS piedāvā iespēju identificēt klientam būtisku informāciju – interešu jomā – kas ļautu izstrādāt individuālu izglītības un apmācības plānu, kā arī veicinātu reālistisku lēmumu pieņemšanu attiecībā uz karjeras izaugsmi.

Skalas un profili, kuras izmanto JVIS:

- 34 pamatinteresu skalas (*Basic Interest Scale*) (BI)
- 10 vispārējās nodarbošanās tēmas (*General Occupational Themes*) (GOT)

- Administratīvie indeksi (*Administrative Indices*) (AI)
- Līdzība ar universitātes pamatprofilēm (17 plašas grupas)
- Līdzība ar nodarbošanās pamatgrupām (32)

Klientu interešu sistēmas novērtēšana ietver piespiedu izvēles (metode, kas izslēdz atbildes, kuras ietekmē cita citu un vēlamie sociālie stereotipi), atbilstoši personiskām vēlmēm (darbība, kas patīk labāk vai patīk vismazāk) katram apgalvojuma pārim (*pair of statements*) par darbībām vai situācijām, kas saistītas ar darbu. Ir 289 šādi apgalvojumu pāri (salīdzinoši neatkarīgi un kas dažreiz attiecas uz ļoti atšķirīgām situācijām) – pavisam 578 jautājumi. Lai izvēlētos šai aptaujas lapai visatbilstošākos jautājumus, bija jāizvēlas no pāri par 3000 jautājumiem.

Klientam sākumā tikai jāpatur prātā viņa intereses un vēlmes, un jāignorē cita pieredze, kas tiem varētu būt saistībā ar darbu vai apmācību.

No **34 pamatinteresu skalām** 8 attiecas uz vēlamo **darba stilu**, un 26 ir vērstas uz interesi par **darbam raksturīgām lomām**.

Skalu, kas attiecas uz darba stilu, mērķis ir "*priekšroka darbam noteiktā vidē vai situācijā, kur noteikts izturēšanās veids ir norma*" (Jackson, 1977); piemēram, dominējošais vadītājs, neatkarība, darba drošība (*Dominant leader, Independence, Work safety*).

Skalas, kas saistās ar **darbam raksturīgām lomām**, attiecas uz priekšroku tādām darbībām, kuras saistās ar dažādām profesiju grupām (piemēram, radošās mākslas, izpildītājmākslas, matemātika, fizika, zinātne par dzīvību, sociālās zinātnes. Katra skala ir relatīvi neatkarīga no pārējām).

Zemāk sniegts autora apraksts par **34 pamatinteresu skalām**:

| Skala | Apraksts |
|-------------------------------|---|
| Radošās mākslas | Interese par materiālu izvietojumu acīm tīkamā veidā; priecājas par iespēju izpausties radošā un oriģinālā veidā mākslas jomā un lietišķā mākslā (piemēram, mūzika, zīmēšana vai dekorēšana). |
| Izpildītājmākslas | Patīk uzstāties auditorijas priekšā. |
| Matemātika | Patīk operēt ar matemātikas formulām un kvantitatīvām koncepcijām; interese par aprēķiniem un plānošanu, par matemātisku metožu lietošanu problēmu risināšanā. |
| Fizikālās zinātnes | Interese par nedzīvās pasaules dažādu aspektu sistemātisku pētīšanu (piemēram, ķīmija, fizika, ģeoloģija, astronomija). |
| Tehnoloģijas | Interese par dažādu izstrādājumu konstruēšanu, testēšanu vai ražošanu, un zinātnisku principu piemērošanu praktisku problēmu risināšanai. |
| Zinātne par dzīvību | Interese par dažādu dzīvo organismu aspektu pētīšanu. |
| Sociālās zinātnes | Interese par dažādu sabiedrības, cilvēku izturēšanās un sociālās mijiedarbības aspektu pētīšanu un mācīšanos. |
| Piedzīvojums | Prieku rada piedzīvot jaunas situācijas, nezināmā vai briesmu meklēšana. |
| Daba-Lauksaimniecība | Prieks strādāt ārpus telpām ar dzīvniekiem un augiem. |
| Kvalificēti amati | Dod priekšroku roku darbam un mašīnām, parasti celtniecība vai lietu remontēšana. |
| Personiski pakalpojumi | Prieks pakalpot cilvēkiem (piemēram, gids vai kosmetologs). |

| | |
|----------------------------------|---|
| Ģimenes pasākumi | Prieku sagādā mājsaimniecības darbi, tādi kā aktīva iesaistīšanās ģimenes dzīvē un bērnu audzināšana, mājas un dārza izrotāšana un apkopšana vai saistīti darbi. |
| Medicīnas pakalpojumi | Interese par veselības veicināšanu un slimnieku aprūpēšanu. |
| Dominējoša vadība | Dod priekšroku pārliecinošai vadībai. Prieku sagādā atbildība, citu cilvēku darba uzraudzīšana un kritizēšana. |
| Stabils darbs | Priekšroka labi noteiktam un prognozējamam darbam. Izvairīšanās no sociāliem un ekonomiskiem riskiem. |
| Izturība | Vēlas strādāt pie noteikta uzdevuma bez pārtraukuma, līdz tas tiek pabeigts. Neatlaidība, apņēmība un stūrgalvība grūtību priekšā. Pats iesaistās uzdevuma veikšanā. |
| Atbildība | Priekšroka darbam vidē, kur nepieciešama augsta līmeņa integritāte un tradicionālās vērtības. |
| Mācīšana | Interese par skolas mācību priekšmetu mācīšanu. |
| Sociālie dienesti | Interesē palīdzēt cilvēkiem risināt problēmas. |
| Pamatizglītība | Patik mācīt un audzināt bērnus. |
| Finanses | Interese par sabiedrības finansiālo interešu apmierināšanu, investīciju un ekonomisko jautājumu risināšanu. |
| Uzņēmējdarbība | Interese par uzņēmējdarbības un tirdzniecības ikdienas funkcionēšanu. |
| Biroja darbs | Interese par biroja darbu un darbībām, kad uzmanība jāpievērš detaļām, parasti uzņēmējdarbības kontekstā. |
| Realizācija | Interese par preču realizāciju, patik ietekmēt, pārliecināt cilvēkus un strādāt ar viņiem. |
| Uzraudzīšana | Interese par citu cilvēku darba plānošanu, organizēšanu un koordinēšanu. Prieku rada atbildības īstenošana. |
| Cilvēkattiecību vadība | Prieku sagādā būt par starpnieku konfliktā, risināt starppersonu situācijas, tai skaitā sarežģītas un emocionālas situācijas. |
| Jurisprudence | Interese par jurisprudenci. |
| Profesionāla konsultēšana | Prieku sagādā konsultēšana un specializētu padomu došana. |
| Autors – žurnālists | Prieku sagādā radoša un oriģināla rakstīšana, rakstīšana plašai auditorijai. |
| Akadēmiski sasniegumi | Interese par akadēmiskiem ieguvumiem, īpaši mutiskiem. Nepieciešamas sistemātiskas mācīšanās prasmes. |
| Tehniska rakstīšana | Prieku sagādā detalizētu faktu ziņojumu, mācību grāmatu, zinātnisku, tiesisku, vēsturisku vai tehnisku eseju rakstīšana. |
| Neatkarība | Priekšroka videi, kurā nav ierobežojumu un stingras uzraudzības. Nepieciešamība būt brīvam no noteikumiem; vēlēšanās pašam rast problēmu risinājumus, nevis meklēt citu cilvēku palīdzību. |
| Saplānotība | Priekšroka noteiktai darba kārtībai un videi, kur darbības jāveic noteiktā secībā. |
| Starppersonu uzticēšanās | Priekšroka darbam vidē, kur nepieciešama liela pašpaļāvība, mijiedarbojoties ar citiem cilvēkiem. Tas nozīmē nebaidīties no svešiniekiem un pārliecinoši runāt par dažādiem tematiem. Pārliecība par savām spējām izpildīt vairumu starppersonu uzdevumu, kuros cilvēks var iesaistīties. |

34 pamatinterešu skalas var sīkāk sadalīt 11 daļās – tabulā atdalītas virs treknākām līnijām – atkarībā no noteiktām līdzīgām īpašībām.

10 vispārējās nodarbošanās tēmas ir tādu interešu modeļi, kas drīzāk atspoguļo dominējošos ieteikumus karjeras veidošanā, nevis priekšroku aktivitātēm noteiktā jomā (piemēram, ekspresīvas, loģiskas, praktiskas, uzstājīgas, utt.). Punktu skaits, kas iegūts 10 vispārējās nodarbošanās tēmās, izteikts procentos salīdzinājumā ar references grupu, pa dzimumiem.

Zemāk sniegts autora apraksts par **10 vispārējās nodarbošanās tēmām**:

| Tēma | Apraksts |
|--------------------------------------|--|
| Ekspresīvas | Liels punktu skaits norāda orientēšanos uz mākslu, pat ja pašlaik persona nav tieši iesaistīta mākslinieciskās darbībās. Priekšroka radošām darbībām, tādām kā teātris, mūzika, rakstīšana, vizuālās mākslas vai lietišķā māksla, turklāt māksliniecisku aktivitāšu veikšanai grupā. Liels punktu skaits raksturo personu, kura ir uztverīga (<i>receptive</i>), atjautīga, jūtīga, iztēles bagāta un apzinās apkārtējo vidi. Mākslinieki šeit gūst lielu punktu skaitu, bet daudzi citi cilvēki kombinē šīs tēmas raksturīgās pazīmes ar citu tēmu pazīmēm, lai labāk darītu zināmas savas intereses. |
| Loģiskās | Liels punktu skaits norāda, ka priekšroka tiek dota abstraktai domāšanai, ko raksturo pierādāmi vispārinājumi, deduktīva domāšana un precizitāte. Šādām personām patīk izaicinājums, ko rada grūts intelektuālais darbs, īpaši matemātikas un fizikālās zinātnes, un tehnoloģisko inženierzinātņu, datoru lietošana, un citas jomas, kur nepieciešams intensīvs un precīzs darbs. Cilvēki, kuri šeit iegūst lielu punktu skaitu, dod priekšroku darbam ar konkrētām un abstraktām idejām, nevis darbam ar cilvēkiem. |
| Pētošas | Liels punktu skaits norāda uz pārmērīgu zinātkāri par vidi, dzīvi, citām personām vai sociālām institūcijām. Ir liela vēlšanās uzzināt par daudzām zināšanu jomām un personu var raksturot kā pētošu, intelektuālu un uz pārdomām tendētu. Ja runa ir par karjeras izvēli sociālo zinātņu vai bioloģijas jomā, šāds cilvēks izvēlas kādu no šīm jomām, vai kombinē šo tēmu ar citām. |
| Praktiskas | Liels punktu skaits atspoguļo noslieci uz darbībām, kurām nepieciešamas fiziskas vai mehāniskas spējas, un gandarījumu dod veiktā darba kvalitāte, nevis ietekme uz citiem cilvēkiem. Šādi cilvēki dod priekšroku darbam ārpus telpām un viņus neuztrauc fizisks risks; viņi cenšas noraidīt darbības, kur nepieciešama uzmanība, un labāk veic praktisku darbu, nevis nodarbojas ar abstraktām idejām. Viņiem patīk ciešas ģimenes saites un viņi labprāt sagādā ērtības un labus dzīves apstākļus citiem. Lielu punktu skaitu iegūst dažādos darbos, tādus kā: lauksaimniecība, roku darbs un apkalpošana. |
| Uzstājīgas | Liels punktu skaits norāda, ka priekšroka tiek dota situācijām, kur cilvēks var realizēt kontroli un varu. Šādām personām patīk izrādīt varu pār citiem, tām ir liela pašpaļāvība un viņām nav nepieciešams prasīt padomu vai palīdzību no citiem cilvēkiem. Liels punktu skaits dažreiz norāda uz sirsniņu un tiešu komunikāciju ar citiem cilvēkiem, patiku strādāt grupā, īpaši spēlēt dominējošo lomu. Īpaši militārā dienestā iesaistītie, kur šāds vadības stils ir piemērots, šajā tēmā iegūst lielu punktu skaitu. |
| Socializētas (Socialised) | Liels punktu skaits rāda, ka cilvēks kā strādnieks tiek uzskatīts par: stabilu, disciplinētu, atbildīgu, precīzu, sistemātisku un piesardzīgu, tomēr ne tik radošu. Šāda persona parasti vēlas saņemt garantētu ienākumu un prognozējamu nākotni, nevis uzņemties risku, iesaistoties mazāk drošā, tomēr ienesīgākā projektā. Vēlamāka ir stabila nodarbošanās, kur tradicionālās vērtības tiek novērtētas. |

| | |
|-----------------------|--|
| Palīdzīgas | Liels punktu skaits rāda dabiskas rūpes par citiem, īpaši cilvēkiem, kuri ir grūtībās un kuriem nepieciešama palīdzība. Šis lielais punktu skaits rāda prieku par sociālo mijiedarbību un palīdzēšanu, un šādu personu var raksturot kā labu gribošu, mierinošu, saprotošu, žēlsirdīgu, atbalstošu un sadarbojošos. Cilvēkiem, kuri šajā jomā gūst lielu punktu skaitu, jādomā par profesijām, kur viņi var tieši iesaistīties palīdzības sniegšanā citiem cilvēkiem, viņu apkalpošanā un mācīšanā. |
| Konvencionālās | Liels punktu skaits norāda, ka priekšroka tiek dota labi noteiktai lomai biznesa laukā vai lielās organizācijās. Šādiem cilvēkiem patīk ikdienas biznesa darbības, piemēram, darbs birojā, tirdzniecība, lēmumu pieņemšana vai citu cilvēku pārraudzīšana. Priekšroka tiek dota darbam mierīgā organizācijā, nevis tādām darbām, kas nepārtraukti mainās un ir pārblīvēts ar jauniem uzdevumiem; šādas personas gūs sekmes eksaktos darbos un izvēlēties nebūt pārāk radošas, nedz arī pildīt uzdevumus, kur nepieciešamas mehāniskas prasmes, kas saistīti ar diskomfortu vai fizisku risku. |
| Uzņēmīgas | Liels punktu skaits norāda, ka priekšroka tiek dota darbībām, kas saistās ar sarunām, lai ietekmētu vai pārliecinātu, šādi cilvēki ir ļoti pašpārliecināti, reti nokļūst grūtībās, ir dominējoši un stipri; kā likums vairāk interesējas par mārketingu vai menedžmentu, ikdienas darbību vai konkrētu aspektu detaļām. Viņus motivē sociālā statusa konvencionālie simboli (nauda, ietekme un prestižs), nevis citas atzinības formas. Bez biznesa liels punktu skaits ir reģistrēts arī juridiskās darbībās, administrēšanā, sabiedriskās attiecībās, diplomātijā un saistītās jomās. |
| Komunikatīvas | Liels punktu skaits norāda uz interesi par idejām un to komunicēšanu. Šādas personas labprāt izmanto formālus domāšanas veidus (lasīšana, piedalīšanās konferencēs, studijas vai intelektuāla domu apmaiņa). Viņiem sagādā prieku koncepciju formulēšanu un izteikšanu, nevis vienkārša vārdu apmaiņa ar citiem cilvēkiem. Liels punktu skaits atspoguļo intelektuālu personu, kas labi saistīta ar realitāti, labi informēta, ar plašu interešu loku. Profesionālie rakstnieki šeit gūst lielu punktu skaitu. Tomēr, tā ka komunikācijai ir liela nozīmē daudzās profesijās, liels punktu skaits būs arī citur. |

Lielāks vai mazāks punktu skaits faktiski parāda, cik bieži tiek izvēlētas atbildes uz noteiktiem apgalvojumiem profesionālo interešu jomā.

Atbilžu lapa – pamatinteresu skalai (*Basic Interests Scale*) – pieejama divos formātos, atkarībā no tā, vai punkti tiek noteikti manuāli vai ar datoru.

Administratīvie indeksi (*Administrative indices*) ietver punktu skaitu, kas rāda ticamības pakāpi, kuru var piedēvēt iegūtajiem rezultātiem; skalas ir lietderīgas klientu profila interpretēšanas procesā, tās signalizē par situācijām, kad pastāv šaubas vai neskaidrība. Šīs skalas ir: *Atbildes, kurām nevar noteikt punktus (Unscorable Responses)*, *Atbildes konsekvences indekss (Response Consistency Index)*, *Retuma indekss (Infrequency Index)* un to vērtībām jābūt noteiktās robežās (modeļos), kas tiek uzskatītas par normālām.

Punktu skaits **Akadēmiskam gandarījumam (*Academic Satisfaction*) (AS)** atspoguļo līdzības līmeni starp indivīda personisko profilu un vidējo līmeni universitātēs, kur studenti ir iesaistīti tradicionālos un/vai zinātniskos akadēmiskosursos, studijās vai aktivitātēs. AS punktu skaits nenozīmē personas spēju iegūt augstāko izglītību, tas nevar arī paredzēt sekmes šajā jomā. Toties šis punktu skaits var sniegt pavedienu, kā gūt prieku no akadēmiskām aktivitātēm, studijām, lasīšanas, pētniecības un citiem intelektuāliem uzdevumiem.

Vidējais punktu skaits ir 500. Apmēram divas trešdaļas augstskolu un universitāšu studentu ieguvuši punktu skaitu robežās no 400 līdz 600.

Līdzība ar koledžas studentiem

JVIS profils sagatavots, pamatojoties uz vairāk nekā 10000 studentu izpēti, kuri uzņemti pāri par 150 universitātes studiju jomās. Tādēļ bija nepieciešams klasificēt jomas 17 lielās akadēmiskās grupās. Katra grupa tika izveidota, pamatojoties uz līdzīgiem interešu modeļiem, kas iegūti, izmantojot JVIS punktu skaitu, ko ieguvuši vīrieši un sievietes.

Pārskats, kas klientam tiek sniegts šajā nodaļā, ietver trīs aiļu tabulu:

- punktu skaits (**sub-unitary**, pozitīvi un negatīvi lielumi);
- līdzība (līdzības pakāpe starp klienta interešu modeli un noteiktām universitātes jomām, kuras mainās pa šādām skalām: ļoti līdzīga, līdzīga, mēreni līdzīga, neitrāla, atšķirīga);
- 17 galvenās akadēmiskās grupas:
 - agrobizness un ekonomika,
 - māksla un arhitektūra,
 - uzvedības kultūra,
 - uzņēmējdarbība,
 - komunikācijas māksla,
 - datorzinības,
 - izglītība,
 - inženierzinātnes,
 - vides resursu vadība,
 - pārtikas zinātne,
 - veselības dienesti un zinātne,
 - veselība, fiziskā kultūra un atveseļošanās,
 - matemātikas zinātnes,
 - izpildītājmāksla,
 - zinātne,
 - sociālās zinātnes, jurisprudences un politika,
 - sociālie dienesti.

Līdzība ar darba grupām

Šajā Pamatinterešu aptaujas lapā klienta iegūtie rezultāti tiek salīdzināti ar 32 lielās profesiju grupās nodarbināto cilvēku interešu struktūrām.

Tāpat kā iepriekšējā situācijā (Līdzība ar koledžas studentiem) liels pozitīvu punktu skaits liecina par to, ka klienta profils ir dažādā pakāpē līdzīgs (vai atšķirīgs) (ļoti līdzīgs, līdzīgs, mēreni līdzīgs, neitrāls, atšķirīgs) to cilvēku profilam, kas jau strādā noteiktās profesionālās grupās.

32 darbu grupas:

- grāmatvedība, bankas un finanses;
- administratīvas un saistītas darbības;
- agronoms;
- montāžas darbības – instrumenti un nelieli izstrādājumi;
- biroja pakalpojumi (*clerical services*);
- reklāmas māksla (*commercial art*);
- datorzinātne;
- celtniecība/kvalificēta nodarbošanās;
- konsultanti/studentu sastāva darbinieki (*student personnel workers*);

- mašīnbūves un tehniskie palīgstrādnieki;
- izklaide;
- tēlotājmāksla;
- veselības aizsardzības sistēmas darbinieki;
- jurisprudences un politika;
- zinātnes par dzīvību;
- aparāti/mehānismi un ar tiem saistītas profesijas;
- matemātika un saistītas profesijas;
- medicīniskās diagnosticēšanas un ārstēšanas profesijas;
- tirdzniecība;
- mūzika;
- personāla/cilvēku vadība;
- fizikālās zinātnes;
- mācīšana pirmsskolas iestādēs un pamatskolās;
- aizsardzības dienesti;
- reliģija;
- pārdevēja profesija;
- apkalpošanas sfēras profesija;
- sociālās zinātnes;
- sociālā labklājība;
- sports un atpūta;
- mācīšana un saistītas profesijas;
- rakstīšana.

Klienta profila interpretēšanu var veikt trīs līmeņos:

- liela un maza punktu skaita individuāla analīze;
- tiek apskatītas punktu skaita vispārējās konfigurācijas Pamatinteresu skalai attiecībā uz plašām profesiju grupām un konkrētiem nodarbinātības veidiem, darbiem un profesijām;
- divi augstāk minētie līmeņi tiek sasaistīti ar visu papildu informāciju par klientu, lai piedāvātu augsti individualizētu konsultāciju.

Aizpildītās aptaujas lapas rezultāti ļauj izteikt punktu skaitu percentīlēs (augsts, vidējs, zems), kā standarta punktu skaitu, atbilstības kvotas un pakāpes.

Kā jau minēts, atbilstības punktu skaits salīdzina Pamatinteresu profilu (*Basic Interests profile*) ar citiem diviem grupu kritērijiem:

- 17 akadēmiskās izglītības jomām un
- 32 profesiju grupām (*vocational clusters*) (ar 189 apakšgrupām vīriešiem raksturīgo interešu modeļiem un 89 – sievietēm raksturīgām interesēm).

Pirmās trīs pozīcijas – ar vislielāko atbilstības līmeni – sāki aprakstītas un prezentētas. Ar šo salīdzināšanas līdzekli iegūtā hierarhija nenozīmē, ka tiek novērtētas klienta spējas un piemērotību šīm jomām, tas ir tikai klienta interešu atspoguļojums.

Salīdzinājums noder, lai izvēlētos sākotnējo apmācību un turpinātu, kā arī plānotu savu personisko karjeru.

Izmantojot Profesiju nosaukumu vārdnīcu (*Dictionary of Occupational Titles – DOT* (līdzīgi kā Profesiju klasifikatoru (*Classification of Occupations*) Rumānijā – COR) – iespējams precīzi noteikt nodarbošanās, profesiju un darbu nosaukumus, kas labi atbilstu klienta interešu modelim.

Noslēgumā, JVIS ziņojums klientiem (*Norādījumi par karjeras izpēti – Career Exploration Guide*):

- iesaka, kādi soļi jāšper pēc aptaujas lapas aizpildīšanas;
- sniedz īsu nodarbošanās veidu sarakstu, kas atbilst viņu pašu interešu struktūrai;
- signalizē par papildu pašinformēšanas avotiem;
- iesaka sevis izzināšanas, lēmumu pieņemšanas un karjeras plānošanas stratēģiju.

Klienti var izvēlēties koncentrētāku profila formu vai detalizētāku ziņojumu (*JVIS Paplašinātais ziņojums – Extended Report*), kurš ietvertu viņu interešu profilu (skalas BI), punktu skaitu vispārējām nodarbinātības tēmām (GOT), atbilstību noteiktiem izglītības un apmācības veidiem, atbilstību noteiktām nodarbošanās grupām, akadēmiskā gandarījuma (*academic satisfaction*) skalas, kā arī papildu informācijas avotu sarakstu, kas koncentrējas uz aspektiem, kuri raksturīgi iegūtajiem rezultātiem. Administrēšanas indekss (*administration index*) paredzēts tikai konsultantu lietošanai, interpretējot profilus.

Ir iespēja – par samaksu – apstrādāt tiešsaistes režīmā aptaujas lapas standarta variantu; šādā gadījumā ziņojums tiek sagatavots uz vietas.

Pilna aptaujas lapas forma ietver: rokasgrāmatu aptaujas lapas aizpildīšanai, atbilžu lapas (kuras var skenēt, lai veiktu datorizētu punktu skaitīšanu), brošūru (atkārtoti lietojama) ar aptaujas lapu, atbildes, kas nepieciešamas punktu manuālai noteikšanai, lapas profila sastādīšanai, utt. Aptaujas lapas aizpildīšanai nepieciešamas apmēram 45-60 minūtes.

Rezultātus var reģistrēt manuāli (10-15 minūtēs, tikai BI skalai) vai automātiski (elektroniski), skenējot atbilžu lapas. Aptaujas lapas interpretēšana var būt dažāda, atbilstoši klientam piedāvātā pārskata tipam (īss, detalizēts, papildināts ar skaidrojumiem).

Aptaujas lapa jāapstrādā karjeras konsultantam, skolu konsultantiem, psihologiem, psiho-diagnostikas speciālistiem, cilvēkiem, kas apmācīti šajā jomā. Pēdējo reizi skala tika pārskatīta 1990. gadā, un visjaunākais Rokasgrāmatas un Norādījumu (*Manual and Guide*) izdevums tika publicēts 1977. gadā.

Mērķauditorija

Šī izpētes metode paredzēta šādām personu kategorijām: augstskolu studentiem, profesionālo skolu audzēkņiem, augstskolu beidzējiem, studentiem, kas vēl nav ieguvuši akadēmisko grādu un pieaugušajiem.

JVIS izstrādāts, lai noteiktu intereses un piedāvātu dažādas akadēmiskās un nodarbinātības lomas, ko subjekts varētu ieņemt nākotnē. Pilns klienta profila attēlojums prasa papildus interešu profilam novērtēt spējas, prasmes, piemērotību un zināšanu sistēmu (kas iegūta, izmantojot citus specifiskus testus). Vienlaikus, šis līdzeklis var noderēt vecākiem vai skolotājiem, kuri ir motivēti atbalstīt savu bērnu vai skolnieku pašnovērtēšanu, informēšanu, akadēmiskā un profesionālā lēmuma pieņemšanu (skatīt tīmekļa vietni šī raksta bibliogrāfijas beigās), pieaugušiem, kuri meklē darbu vai domā mainīt darbu.

Metodes novērtējums

Ticamības pārbaudi veica ar testēšanu-atkārtotu testēšanu (*test-retest*) (daļa (*quota*) virs 0,80), iekšējās konsekvences novērtēšanu (*internal consistency*), profila stabilitātes novērtēšanu, savstarpēji korelējot divus profilus (*by inter-correlation of two profiles*) noteiktos laika intervālos, utt. Šis vingrinājums ir parādījis šī līdzekļa augsto kvalitāti profesionālo interešu novērtēšanas jomā.

Konstrukta/struktūras!!! ticamība un **concurrent !!!** ticamība (*Construct validity and concurrent validity* (salīdzinājumā ar *SVIB Pamatinteresu skalām* (*Basic Interest Scales*)) arī ir liela.

Priekšrocības:

- aptaujas lapa visumā ir statistiski labi pamatota;
- punktu skaits tiek noteikts manuāli un elektroniski;
- viegli interpretēt dažādu ar darbu saistītu lomu skalu saturu, pateicoties to detalizētam aprakstam;
- skalas ļauj salīdzināt skaitļus un diagrammas ar dažādām profesiju grupām un izglītības jomām;
- līdzeklis ar daudzveidīgām izmantošanas iespējām (karjeras vadīšana izglītībā, darbā, piedāvājot Holanda punktu skaitu, utt.);
- starptautiska atzinība (veicina salīdzinošus pētījumus);
- salīdzinoši īss izpildes laiks (apmēram 50 minūtes);
- atšķirīgas skalas vīriešiem un sievietēm;
- tūlītējs personalizēts pārskats, ieskaitot papildus elementus lēmumu pieņemšanai;
- var pabeigt pa stadijām, tas ir, procesu var turpināt, ja radies pārtraukums.

Trūkumi:

- relatīvi vājš skalu teorētiskais pamatojums (BI, tēmas un profesiju grupas);
- grūti interpretēt jautājumu pāra saturu aptaujas lapā;
- iegūto profilu relatīvi zema prognozēšana ilgām/īsam laika posmam;
- nepietiekams references grupu apraksts, pamatojoties uz kurām tika sagatavots aptaujas lapas galīgais variants;
- salīdzinoši ilgs laiks nepieciešams rezultātu interpretēšanai.

Bibliogrāfija

- Anastasi, Anne (1990). *Psychological Testing*. (6th ed.). NY: Macmillan Publishing Company. p. 572-575.
- Berk, L. A.; Fekken, G. C. (1990). Person reliability evaluated in the context of vocational interest assessment. In: *Journal of Vocational Behavior*, 37 (1), p. 7-16.
- Brown, D. T. (1989). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: J. C. Conoley and J. J. Kramer (Eds.). *Tenth mental measurements yearbook*. Lincoln, NE: Buros Institute, University of Nebraska-Lincoln.
- Covington, J. D. (1992). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: J. T. Kapes and M. M. Mastie (Eds.). *A counselor's guide to vocational guidance instruments*. Falls Church, VA: National Vocational Guidance Association.
- Davidshofer, C. O. (1985). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: J. V. Mitchell (Ed.). *Ninth mental measurements yearbook*. Vol. I. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Davidshofer, C. O. (1988). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: J. T. Kapes and M. M. Mastie (Eds.). *A counselor's guide to career assessment instruments*. (2nd ed.). Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Gladstone, L.; Trimmer, H. W. (1985). Factors of predicting success in training and employment for WIN clients in Southern Nevada. In: *Journal of Employment Counseling*, 22(2), 59-69.
- Jackson, D. N. (1971). The dynamics of structured personality tests: 1971. In: *Psychological Review*, 78, p. 229-248.

- Jackson, D. N. (1976). *Jackson Personality Inventory Manual*. Port Huron, MI: Research Psychologists.
- Jackson, D. N. (1977). *Jackson Vocational Interest Survey Manual*. Port Huron, MI: Sigma Assessments Systems, Inc.
- Jackson, D. N. (1977). *Manual for the Jackson Vocational Interest Survey*. Port Huron, MI: Research Psychologists.
- Jackson, D. N.; Holden, R.R.; Locklin, R. H.; Marks, E. (1984). Taxonomy of vocational interests of academic major areas. In: *Journal of Educational Measurement*, 21 (3), p. 261-275.
- Jackson, D. N.; Williams, D. R. (1975). Occupational classification in terms of interest patterns. In: *Journal of Vocational Behavior*, 6 (2), p. 269-280.
- Jepsen, D. A. (1992). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: D. J. Keyser and R. C. Sweetland (Eds.). *Test critiques IX*. Austin, TX: PRO-ED.
- Juni, S.; Koenig, E. J. (1982). Contingency validity as a requirement in forced-choice item construction: A critique of the Jackson Vocational Interest Survey. In: *Measurement and Evaluation in Guidance*, 14 (4), p. 202-207.
- Kapes, J.; Mastie, M. M.; Whitfield, E. A. (1994). *A counselor's guide to career assessment instruments*. (3rd ed). Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Moloney, D. P.; Bouchard, T. J.; Segal, N. L. (1991). A generic and environmental analysis of the vocational interests of monozygotic and dizygotic twins reared apart. In: *Journal of Vocational Behavior*, 39 (1), p. 79-109.
- Murphy, K. R.; Davidshofer, C. O. (1991). *Psychological testing: Principles and applications*. (2nd ed.), xiv, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc. p. 514.
- Shepard, J. W. (1989). Review of the Jackson Vocational Interest Survey. In: J. C. Conoley and J. J. Kramer (eds.). *Tenth mental measurements yearbook*. Lincoln, NE: Buros Institute, University of Nebraska-Lincoln.
- Verhoeve, M. (1999). *JVIS Applications Handbook*. 2nd ed. Port Huron, MI: Sigma Assessments Systems, Inc.
- Zarella, K. L.; Schuerger, J. M. (1990). Temporal stability of occupational interest inventories. In: *Psychological Reports*, 66 (3, pt 2), p. 1067-1074.

www.jvis.com/links/changer.htm

Kognitīvā informācijas apstrādāšana

Cognitive Information Processing (CIP)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Savā darbā *Karjeras attīstība un pakalpojumi. Kognitīvā pieeja (Career Development and Services. A Cognitive Approach)*, Petersons, Samsons un Rierdons (*Peterson, Sampson and Reardon*) (1991) prezentē jaunu pieeju karjeras attīstībai, ko viņi sauc par "Kognitīvo informācijas apstrādi (**Cognitive Information Processing**) – **CIP**".

Kognitīvās teorijas, pamatojoties uz mācīšanās teorijām, atsaucas uz metodēm, ar kuru palīdzību cilvēki, izmantojot savas zināšanu struktūras, apstrādā, integrē un reaģē uz informāciju.

Cilvēku kognitīvās struktūras nosaka konkrēto veidu, kā viņi veido priekšstatu par pasauli, sevi un vidi, kurā viņi dzīvo. Uz karjeru koncentrēta izturēšanās ir reakcija uz faktoru komplekta, kas iesaistīts karjeras attīstībā, kognitīvo attēlojumu. Šie attēlojumi ir funkcionāli saistīti un tie var mainīties atbilstoši tam, kā notiek cilvēku mācīšanās un kognitīvā attīstība. Pašnovērtēšana, zināšanas par profesijām un sociālo un profesionālo vidi mijiedarbojas un vienlaikus, modificē uz karjeru vērstu izturēšanos.

Interviju laikā konsultanti ir novērojuši zināmas disfunkcionālas domas (*thinking disfunctions*) klientu domāšanā, kas saistītas ar profesijas izvēli, un skaidrojuši tās kā nepareizu priekšstatu, izvairīgu izturēšanos, drosmi vājinošas (*self-discouraging*) un pašiznīcinošas hipotēzes un apgalvojumus; neracionālas cerības, izkropļotus priekšstatus vai disfunkcionālu pārliecību attiecībā uz savu profesionālo nākotni. Šie faktori ir reāls šķērslis problēmas risināšanā un lēmumu pieņemšanā attiecībā uz karjeras izvēli līdzās pretējām situācijām: sava paštēla pārspīlēšana; perfekcionisms, personiskās pieredzes pārmērīga vispārināšana, utt.

Teorētiskais pamatojums

Kognitīvā informācijas apstrāde no karjeras attīstības viedokļa pamatojas uz šādām fundamentālām premisām (salīdzinājumam *Peterson, Sampson and Reardon*, 1991):

| Premisas | Skaidrojumi |
|---|--|
| 1. Karjeras izvēle ir kognitīvo un emocionālo procesu mijiedarbības rezultāts | CIP uzsver kognitīvo jomu uz karjeru orientēta lēmuma pieņemšanā, bet ņem vērā arī emocionālās sfēras kā informācijas avota lomu procesā un atzīst, ka iesaistīšanās uz karjeru orientētos pasākumos ir saistīta ar emocionālo un kognitīvo procesu mijiedarbību. |
| 2. Karjeras izvēle ir problēmu risināšana | Cilvēki mācās risināt ar savu karjeru saistītās problēmas (profesijas izvēlēšanās) tādā pašā veidā, kā citas dzīves problēmas. Ar karjeru saistīto problēmu risināšanas atšķirība ir stimulu komplicētībā, neskaidrības un nenoteiktības līmenī attiecībā uz rastajiem risinājumiem. |

| | |
|--|---|
| 3. Personas spēja risināt problēmas ir atkarīga no tā, cik operatīvas ir tās kognitīvās funkcijas, un tās rīcībā esošā informācija | Personas spēja risināt ar karjeru saistītās problēmas ir saistīta ar sevis izzināšanas procesu un informāciju par profesijām, kas ir personas rīcībā. Kognitīvā darbība nodrošina šo jomu saistību. |
| 4. Ar karjeru saistītu problēmu risināšanā svarīgi izmantot atmiņas funkciju | Sevis iepazīšanā un zināšanu par darba pasauli uzkrāšanā nepieciešama padziļināta atmiņas izmantošana. |
| 5. Motivācija | Motivācijas labāk atrisināt ar karjeru saistītās problēmas pamatā ir vēlēšanās veikt sev pieņemamu izvēli, labāk izprast sevi un profesionālo pasauli. |
| 6. Karjeras attīstība ietver sevī zināšanu struktūras pilnveidošanu un izmaiņānu | Sevis iepazīšana un informācija par profesijām sastāv no organizētām atmiņas struktūrām, kas darbojas visa mūža garumā. Tā kā nodarbinātības pasaule un paši cilvēki nepārtraukti mainās, šīs struktūras nepārtraukti jāpielāgo izmaiņām. |
| 7. Karjeras identitāte ir atkarīga no sevis iepazīšanas | Karjeras identitāte ir atkarīga no struktūras, kas veido sevis iepazīšanas jomas, sarežģītības, integrēšanas mehānismiem un stabilitātes. |
| 8. Gatavība izvēlēties karjeru ir atkarīga no spējas risināt problēmas | Gatavība izvēlēties karjeru tiek definēta kā spēja patstāvīgi un atbildīgi pieņemt lēmumus, savstarpēji sasaistot informāciju, kas pieejama par sevi un profesionālo pasauli. |
| 9. Karjeras konsultēšanas mērķis tiek panākts, veicinot informācijas apstrādāšanas attīstību | Karjeras konsultēšanas nolūks ir radīt tādus mācīšanās apstākļus, kas stimulētu atmiņas struktūru pilnveidošanu un kognitīvās spējas, kuras var vairot klienta spēju apstrādāt informāciju. |
| 10. Karjeras konsultēšanas mērķis ir palielināt ar karjeru saistītu problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas spējas | Karjeras konsultēšanas mērķis ir pilnveidot klienta spējas pieņemt ar karjeru saistītus lēmumus, un apstrādāt informāciju. |

Pēc autoru domām, mēs saprotam, ka *problēma* nozīmē: "neizlēmību, konfliktu starp iespējamajiem variantiem un atšķirīgām svarīgām interesēm, nekonstruktīvām emocijām, nepietiekamu nodarbinātību, bezdarbu, neapmierinātību darbavietā" (*Sampson, Peterson, Lenz, Reardon, Saunders, 1996*). *Problēmas risināšana* nozīmē informācijas pārvēršanu darbībā, kas vērsta uz to, lai samazinātu vai likvidētu plaisu starp "to, kas ir, un to, ko mēs vēlamies redzēt tā vietā". *Lēmumu pieņemšana* ietver problēmas risināšanu kognitīvo un emocionālo procesu iesaisti izvēlēto problēmu risinājumu plānošanā un īstenošanā.

Šādā pašā kontekstā *izziņa* (*cognition*) vēsta par to, kādā veidā tiek apstrādāta informācija (datu iekļaušana, kodēšana, glabāšana, koncepciju un pieredzes izmantošana). Katra persona operē ar noteiktām zināšanu struktūrām vai komponentiem, kuri saglabā funkcionalitāti, pateicoties ilgtermiņa atmiņai, kam ir būtiska nozīme ar karjeru saistītos jautājumos. Kad tiek pieņemti lēmumi par personiskās karjeras attīstību, tiek analizēta informācija, kas indivīdam ir par sevi pašu, profesiju un darba pasauli kopumā.

Saskaņā ar Petersonu, Sampsonu, Riardonu (1991) ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanas mehānisma sastāvdaļas izvietotas (triju līmeņu) hierarhijas piramīdas veidā:



- Pamats aptver *zināšanu laukus*: par sevi – **sevis iepazīšana** (vērtības, intereses, piemērotība) un par **nodarbinātības pasauli** (izglītības un mācību ceļi, informācija par nodarbinātību, arodi, profesijas, darbi); šīs informācijas kategorijas tiek glabātas atmiņā ar dinamiskas struktūras palīdzību un tiek pārkārtotas, vienmēr, kad tiek pievienota jauna informācija;
- Vidējais līmenis aptver *uz problēmu risināšanu un lēmumu pieņemšanu orientētas informācijas apstrādes laukus* piecās pakāpēs: – **CASVE** ciklu, kas noved pie pareizās karjeras izvēles:
 - **C** – Komunikācija (**C**ommunication) (*Apzinās nepieciešamību pieņemt lēmumu*). Cilvēki apzinās problēmas esamību attiecībā uz datiem/informāciju, kas ir viņu rīcībā un, kas varētu būt viņiem nepieciešama, lai mainītu savu situāciju pret vēlamāku. Ārējā vide var būt gan labvēlīga, gan nelabvēlīga. Iespējamie reaģēšanas veidi: nervozitāte, vilšanās, drosmes zaudēšana vai pārmērīga aktivitāte, kas vērsta uz citu cilvēku iztaujāšanu; sevis informēšana, kontaktēšanās ar specializētām iestādēm, mācīšanās un praktizēšanās, kā komunicēties ar cilvēkiem,
 - **A** – Analīze (**A**nalyses) (*Sevis un pieejamo variantu saprašana*) Cilvēki analizē risināmās problēmas vispārējo struktūru un sastāvdaļas un sagatavo prātā rīcības plānu. Šajā stadijā nepieciešama dziļa izpratne par sevi (vērtībām, spējām, interesēm), personiskās problēmas datu interpretēšana, sevis novērošana, jaunas informācijas vākšana, pārdomas un izpratne par attiecībām starp sevi pašu un izvēlētām profesijām),
 - **S** – Sintēze (**S**ynthesis) (*Paredzēto profesiju saraksta paplašināšana un ierobežošana*). Šī procesa nolūks ir izstrādāt reālus alternatīvus risinājumus (piemērojot diverģento domāšanu – *by divergent thinking*), pamatojoties uz esošo informāciju. No daudziem šķietami pieņemamiem pagaidu risinājumiem pakāpeniski tiek izslēgti tie risinājumi, kas ir vistālāk no personas interesēm, vērtībām un spējām, tā ka noslēgumā, izmantojot konverģentu domāšanu (*convergent thinking*), paliek īsais tādu profesiju saraksts, kuras novērtētas kā vispieņemamākās (trīs līdz piecas ticamas profesijas. Galīgā izvēle būs kompromiss starp maksimālo priekšrocību līmeni un minimālo nepilnību līmeni, jo jebkura izvēle ir saistīta ar atsacīšanos no kaut kā),
 - **V** – Vērtība (**V**alue) (*Izglītības, mācības un specializācijas, profesijas vai darba izvēlēšanās*). Šajā stadijā pastāv alternatīvu hierarhija attiecībā uz izmaksām/ieguvumiem – sev un citiem: ģimene, kolēģi, sociālā un kultūras grupa, kā arī attiecībā uz personiskās izaugsmes modeļa īstenošanu un ideālu. No daudzajām apskatītajām alternatīvām tiek izvēlēta vispiemērotākā, iespējams sarakstā otrā vai trešā, ja pirmā ir nesasniedzama; šo variantu realizēšanas procesā liela loma ir emocionālajam komponentam),

- **E** – Īstenošana (*Execution*) (*Personīgās izvēles īstenošana*). Šajā stadijā domas par karjeras izaugsmi tiek pārvērstas darbos, pamatojoties uz plānu, kurā ņemtas vērā veicamās darbības un līdzekļi, un tās realizēšanas stratēģiju. Plānā jāiekļauj arī papildu mācības, izmēģinājuma laika, nepilnas slodzes un pilnas darba slodzes, utt. sagatavošanas programma. Šī stadija aptver lēmumu realizēšanu un pirmajā stadijā identificēto problēmu risināšanu. Tās ilgums var mainīties no īsāka laika perioda gadījumā ar pieaugušiem cilvēkiem, kuri meklē darbu, līdz ilgākiem laika periodiem gadījumā ar jauniem cilvēkiem, kuri gatavojas savam pirmajam darbam;

CASVE cikls tiek atkārtots, ja personai nav izdevies iekļauties sociālā vai profesionālā dzīvē, ja bijušas nepārvaramas grūtības darbavietā, vai personas devums novērtēts kļūdaini (laiks, finanses, emocijas, utt.), cenšoties sasniegt karjeras izaugsmes plānā noteiktos mērķus.

- pašā augšā ir *apstrādes joma* (*domain of executive procesing*), kur tiek pieņemts personas lēmums: karjeras lēmumu pārdomāšanas stadija, kas ir saistīta ar **meta-kognitīvām** spējām; šī mehānisma funkcija ir novērtēt un kontrolēt veidu, kā tiek pieņemts lēmums (piramīdas iepriekšējā līmenī), kā arī tā precizitāti attiecībā uz personiskām vērtībām, interesēm un spējām, informāciju par profesijām (piramīdas pamatlīmenis).

Meta-kognitīvā procesā īpaši svarīgas ir trīs veida spējas: intuīcija, sevis apzināšanās (*self-consciousness*), kontrole un monitorings (*control and monitoring*).

Iekšējā balss ir spēja stiprināt savu paštēlu dialogā pašam ar sevi, attiecībā uz sevis pazišanu, lēmumu pieņemšanu, attiecībām ar citiem, utt.

Sevis apzināšanās šajā gadījumā nozīmē apzināties savas emocijas, spējas lēmumu realizēt praksē, ņemot vērā gan savas, gan arī citu intereses.

Kontrole un monitorings ir nepieciešamā kontrole personīgo lēmumu īstenošanas procesā: darbības laika noteikšana, iespējamā īstenošanas atlikšana, grūtību paredzēšana un pārvarēšana, kā arī pati īstenošana.

Brauns (*Brown*) (1978) identificē šādas metakognitīvās spējas, kas iesaistītas karjeras lēmumu pieņemšanā: *savu personisko spēju robežu apzināšanās, savu lēmumu pieņemšanas stratēģijas noskaidrošana, tādu problēmu identificēšana, kuras prasa risinājumu, plānošanas un programmu sagatavošanas stratēģijas izstrādāšana, nepārtraukts monitorings, izpratne par to, kad problēma ir atrisināta, izvairīšanās no konflikta ar sevi pašu.*

Metakognitīvo spēju attīstīšana ietver šādus procesus: personas spēju pieņemt lēmumu un pozitīvās iekšējās balss identificēšana, tāda veida ideju, kā *visu vai neko* izskaušana, paškontroles attīstīšana, savu problēmu risināšanas spēju palielināšana, utt.

CIP skatījumā ar karjeru saistītu problēmu risināšana ietver tādas vispārējas iezīmes kā:

- problēmas var definēt, runājot par distanci starp to, kas tas ir un kas ir vēlams, tas ir, starp realitāti un tieksmēm;
- ar karjeru saistītās problēmas ir kompleksas un ietver dažādus emocionālos aspektus, kuri izdara uz personu zināmu spiedienu; arī ģimenei, sabiedrībai, ekonomiskajai un kultūras dzīvei ir sava ietekme;
- ar karjeru saistītu problēmu risināšana ir saistīta ar izvēli, šaubām, svārstīšanos starp relatīvi vienlīdzīgām alternatīvām;
- neizlēmību karjeras izvēlē rada priekšrocības un trūkumi, kas piemīt katram variantam, tādēļ alternatīvu sašaurināšana tiek uzlūkota kā izvēles brīvības samazināšana, kā "mazākā ļaunuma" izvēlēšanās, un visbeidzot rastais risinājums, – kas ir secīgu variantu kombinācija – var nebūt ļoti veiksmīgs un apmierinošs;
- galīgais lēmums attiecībā uz personas karjeru var izraisīt citas iepriekš nezināmas problēmas, kuras būs nepieciešams risināt.

Metodes prezentācija

CIP metode, kas piemērota karjeras konsultēšanai, ir nepārtrauktas mācīšanās metode tādā ziņā, ka novērtēšanas funkcijas ir saistītas ar intervences funkcijām pašā konsultēšanas procesā; šis modelis ir saistīts arī ar kognitīvo teoriju attīstīšanu, kuras nosaka, ka kognitīvām disfunkcijām (*cognitive dysfunctions*) ir izšķiroša ietekme uz neadekvātas uzvedības un emociju veidošanos (*maladaptive behaviours and emotions*). Konsultantu izmantotās metodes ir kognitīvā pārstrukturizācija (*cognitive restructuring*), sadarbība, uzmanība emocijām, utt., un tas viss ir orientēts uz kognitīvās disfunkcijas maiņu, kā arī uz izturēšanās un emociju pārvēršanu pozitīvās un funkcionālās.

Var secināt, ka šī jaunā pieeja izriet no šādām hipotēzēm:

- karjeras izvēle pamatojas uz mūsu domāšanas veidu un izjūtām;
- ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšana ir problēmu risināšana;
- problēmu risināšanas spējas pamatojas uz personas rīcībā esošo informāciju un to, kā persona to izmanto;
- uz karjeru orientētu lēmumu pieņemšana balstās uz atmiņas funkcijām;
- ar karjeru saistīti lēmumi ietver motivāciju;
- karjeras attīstība ir daļa no nepārtrauktas mācīšanās un izaugsmes;
- personas karjera ir būtiski atkarīga no tā, kā šī persona to plāno;
- personas karjeras kvalitatīvo pusi būtiski ietekmē tas, kādā veidā persona apgūst lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas procesu.

CIP modeļa praktiskā puse attiecas uz atbalstu klientiem karjeras problēmu un lēmumu pieņemšanas risināšanā.

Karjeras domu izpēte (Career Thoughts Inventory) (CTI) ir konsultēšanā izmantots *novērtēšanas un intervences līdzeklis (evaluation and intervention instrument)*, kas pamatojas uz kognitīvās informācijas apstrādi (*cognitive information processing*) (CIP). "Karjeras domas" (*Career thoughts*) nozīmē prāta darbības rezultātu, kas ietver: izturēšanos, ticību, jūtas, plānus un stratēģiju, kas vērsta uz problēmas risināšanu un lēmumu pieņemšanu saistībā ar personas karjeru.

Šajā kontekstā mēs uzskatām, ka jēdziens **karjera** jāsaprot kā **dažādu lomu (bērns, students, vecāki, laulātais, darbinieks, pilsonis, pensionārs, utt.) kombinācija, kas tiek spēlētas – secīgi vai vienlaikus – personas dzīves laikā.**

Šīs metodes mērķis ir saistīt novērtēšanas procesu ar tādu līdzekļu krājumu, kurus klienti var izmantot savās interesēs: informāciju, mācību, lēmumu pieņemšanu, karjeras izaugsmi, utt. Citiem vārdiem, CTI ir līdzeklis, lai novērtētu un informētu personu par tās reālajiem karjeras lēmumiem un vienlaikus – par mācīšanās avotu.

Klientiem, kuriem identificētas problēmas un personiskās disfunkcijas saistībā ar profesionālo lēmumu pieņemšanu, būs nepieciešama pastiprināta un specializētāka konsultanta palīdzība, individuālā pieeja mācīšanās procesā, kas vērsta uz izpratni par darba pasauli, sociālo attiecību jomu un personisko karjeras problēmu risināšanu.

Ar karjeru saistītām "*disfunkcionālām domām*" (*dysfunctional thoughts*) autors saprot domāšanas veidus, kas negatīvi ietekmē hipotēzes, pieņēmumus, attieksmes, pārliecību, jūtas, plānus vai stratēģijas, kas saistītas ar karjeras problēmu risināšanu vai lēmumu pieņemšanu, un var traucēt vai bloķēt personas attīstību.

CTI var identificēt arī uz karjeru vērstu izglītības programmu (formālu vai neformālu) rezultātus un dažāda veida informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta intervenču ietekmi.

Izpētes administrēšana (individuāla, ieskaitot pašadministrēšanu, vai grupās) sākas ar klienta identifikācijas datu aizpildīšanu: vārds, testa datums, vecums, dzimums, akadēmiskais statuss (*academic status*), nodarbinātības stāvoklis, pabeigtie formālās izglītības līmeņi, utt..

“Karjeras domu aptaujai” (Career Thoughts Inventory) ir 48 pozīcijas, un visas formulētas negatīvu apgalvojumu veidā, uz kuriem jādod šāda tipa atbildes:

1. Pilnīgi nepiekrītu (*Strongly Disagree*) (SD)
2. Nepiekrītu (*Disagree*) (D)
3. Piekrītu (*Agree*) (A)
4. Pilnīgi piekrītu (*Strongly Agree*) (SA)

Zemāk doti CTI iekļauto pozīciju piemēri:

| Pozīcija | Pozīciju piemēri | Novērtējums | | | |
|----------|---|-------------|---|---|----|
| 1 ... | Mani neinteresē neviena studiju vai nodarbošanās joma | SD | D | A | SA |
| 4 ... | Es nekad nesapratīšu sevi pietiekami labi, lai izdarītu labu karjeras izvēli | SD | D | A | SA |
| 10 ... | Ir tikai daži darbi, kuri man tiešām kaut ko nozīmē | SD | D | A | SA |
| 17 ... | Manas intereses nepārtraukti mainās | SD | D | A | SA |
| 30 ... | Es varu samazināt savas karjeras izvēles līdz dažām, bet es nedomāju, ka spēšu izvēlēties tikai vienu | SD | D | A | SA |
| 39 ... | Labā darba atrašana manā jomā ir tikai veiksmes jautājums | SD | D | A | SA |
| 42 ... | Es ļoti maz zinu par darba pasauli | SD | D | A | SA |

Aptaujas procedūra ilgst ir 7-15 minūtes (atbilstoši darba stilam un klienta temperamentam); bet, ja tā ir īsāka par 5 minūtēm un garāka par 30 minūtēm, konsultantam vajadzētu pievērst uzmanību noteiktām problēmām (motivācijas trūkums, grūtības lasīt un saprast tekstu, krīzes stāvoklis, utt.).

Klientu atbildes uz jautājumiem (kas uzrakstīti uz kopējamā papīra) tiek nokopētas uz apakšā esošām lapām. Pēc tam lappuses ar darba tekstu izņem un atbildes saskaita (konsultants, klients vai operators).

Lapiņas ar CTI ietver instrukcijas par to, kā summēt atbildes, un skalas individuāla profila sagatavošanai.

Ja nav dotas atbildes uz 5 vai vairāk apgalvojumiem, rezultāti nav derīgi.

Atbildes tiek summētas katrā no divām lapām (25+23 apgalvojumi); kopējo summu atzīmē uz otrās lapas.

Neviena atbilde nav līdzvērtīga 0 (kā **SD** – pilnīgi nepiekrītu).

Atbildes, kas atzīmētas ar **D** (nepiekrītu), **A** (piekrītu), **SA** (pilnīgi piekrītu) – un atzīmētas ar 1, 2, vai 3 punktiem – tiek saskaitītas un rezultāti tiek ierakstīti ailes apakšējā lodziņā (**Sum_D**, **Sum_A**, **Sum_{SA}**). Kopā tie veido **Total₁**.

Tā pati procedūra nākošajā lappusē dod: **Sum_D**, **Sum_A**, **Sum_{SA}** un **Total₂**.

CTI Total iegūst atsevišķā lodziņā, summējot **Total₁** un **Total₂**.

Punktu skaits konstrukta skalām (Scores for the construct scales). Dažiem apgalvojumiem atbilžu lodziņš ir ietonnēts (tumši pelēks). Trīs ailēs (**DMC**, **CA**, **EC**) pa labi no atbildes lodziņa tiek ierakstītas atbildes skaitļu izteiksmē – virs jau esošās līnijas.

Atbilžu vērtības, kas dotas konstrukta skalas lauka pirmajā lappusē (**DMC**, **CA**, **EC**) tiek summētas un rezultātus ieraksta attiecīgās ailes apakšējā lodziņā (**DMC₁** summa, **CA₁** summa, **EC₁** summa).

Tāda pati procedūra nākošajā lappusē dod: **DMC₂** summu, **CA₂** summu, **EC₂** summu.

Katras šīs konstrukta skalas kopējie rezultāti tiek summēti atsevišķos lodziņos.

Administrējot CTI, mēs iegūstam **CTI Total** (vispārējs indikators par disfunkcionālu domāšanu ar karjeras orientēšanu saistītu problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā), un punktu skaitu, **trim konstrukta skalām**:

- **Apjukums lēmumu pieņemšanā (Decision Making Confusion) (DMC – 14 pozīcijas)**: skala atspoguļo nespēju uzsākt un iziet cauri karjeras izvēles procesam, ko izraisa emocionālā atbalsta trūkums un/vai lēmumu pieņemšanas procesa neizpratne.
- **Saistību bažas (Commitment Anxiety) (CA – 10 pozīcijas)**: šī skala atspoguļo nespēju uzņemties saistības attiecībā uz noteiktu karjeras izvēli, kuru pavada vispārējas bažas par lēmumu pieņemšanas sekām, kas vēl vairāk vairo neizlēmību.
- **Ārējs konflikts (External Conflict) (EC – 5 pozīcijas)**: šī skala atspoguļo nespēju līdzsvarot paštēla nozīmi ar citiem būtiskiem ārējiem faktoriem personas karjerā, kas lēmumu pieņemšanā liek pastāvīgi svārstīties.

Noslēgumā šie lielumi tiek pārcelti uz režģiem (*transferred to the grids*), lai iegūtu individuālu profilu (ir trīs profili – pieaugušajiem, studentiem, skolniekiem), un parādīti CTI brošūras pēdējā lappusē.

Jo tumšākā krāsā (augstāka līmeņa) profils, jo nopietnāka disfunkcija.

Punktu noteikšanas laiks 5-8 minūtes.

Rezultātu interpretēšana vērsta uz to, lai mazinātu disfunkcionālus, ar karjeru saistītus, uzskatus, izmantojot **kognitīvo pārstrukturizāciju (cognitive restructuring)**.

“Terapeitiskām” intervencēm (*“Therapeutic” interventions*) (grupā vai individuāli), kas orientētas uz kognitīvo pārstrukturizāciju, ir divas pamatsastāvdaļas:

- iepriekšējo kognīciju novērtēšana;
- jaunu, mazāk destruktīvu un disfunkcionālu “attēlojumu un uzskatu” (*“representations and beliefs”*) piedāvāšana, vienlaikus pārbaudot tās reālā dzīvē un salīdzinot ar vecajiem variantiem.

Vārdu sakot, izpētes rezultātu interpretēšana pamatojas uz *CTI Total*, punktu skaitu, kas iegūts konstrukta skalā, un noteiktiem individuāliem jautājumiem.

CTI Total ietver atbildes uz visiem 48 jautājumiem un tas ir disfunkcionālu, ar karjeru saistītu, uzskatu, lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas vispārējs indikators.

Mazāks *CTI Total* atspoguļo diezgan zemu problēmu līmeni šajā jomā; analītiskāka interpretēšana nozīmē analizēt atbildes, kas dotas uz noteiktiem jautājumiem.

Augstāks *CTI Total* norāda uz nopietnām ar karjeru saistītām problēmām (neskaidrs priekšstats par savu karjeru, zema pašapziņa, intereses trūkums, neizlēmība, informācijas robi, negatīva pieredze, depresija, neracionālas idejas par nodarbošanos, utt.), kurās nepietiekamība prasa steidzamu un individualizētu iejaukšanos (intervention). Augsts kopīgais punktu skaits padara konstrukta rezultātus aizvien skaidrākus un nozīmīgākus.

CTI Total piedāvā arī objektīvu pamatojumu, lai uzsāktu palīdzības/intervences procesu, atkarībā no iegūtajiem rezultātiem:

- analīzi (punktu skaits mazāks par 40);
- kognitīvo pārstrukturizāciju (punktu skaits 40-50);
- kognitīvo pārstrukturizāciju, atkārtošanu un praksi (punktu skaits 51-60);
- kognitīvo pārstrukturizāciju, atkārtošanu un praksi, atslābināšanos (*progressive relaxation*), tematiski orientētu tēlainību (*thematically oriented imagery*) (punktu skaits lielāks par 60).

Vēlamies pievērst uzmanību tam, ka konstrukta punktu skaits attiecas uz: neskaidrību/apmulsumu (*confusion*) lēmumu pieņemšanā – DMC; saistību bažām (*commitment anxiety*) – CA; ārēju konfliktu – EC.

DMC norāda uz klienta pazeminātām spējām uzsākt un pabeigt uz karjeru orientētu lēmumu pieņemšanas procesu emocionālu iemeslu dēļ, vai tādēļ, ka nav skaidras izpratnes par esošo informāciju un tās nodarīgumu.

CA izgaismo klienta nespēju iesaistīties noteiktā karjeras attīstības virzienā tādēļ, ka viņš raizējas par to, ka pieņems nepareizu lēmumu, svārstās līdzīgu alternatīvu gadījumā, nespēj sagatavot "personisko prioritāšu sarakstu", utt..

EC rāda svārstības starp to, kā cilvēks uztver sevi (*self-perception*) un būtiskiem faktiem, kas veido reālo dzīvi un karjeras attīstību, citas personas priekšstatu par darba pasauli, utt.

Visas konstrukta punktu skaita kategorijas ir kognitīvo procesu noteicošās daļas, kas iesaistītas ar karjeru saistītu problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā.

Uz noteiktiem jautājumiem sniegto atbilžu (kas apzīmētas ar SA – pilnīgi piekrītu) interpretēšana var izrādīties lietderīga (īpaši pie zema kopīgā CTI), tādējādi identificējot atsevišķas ar karjeru saistītas disfunkcionālas domāšanas kategorijas.

Novērtējot uzskatu disfunkcionalitāti, autori (*Sampson, Peterson, Lenz, Reardon, Saunders, 1996*) balstījās uz šādām hipotēzēm un teorētiskām atziņām:

1. disfunkcionālu domāšanu ar karjeru saistītu problēmu risināšanas jomā nav iespējams novērtēt tieši, bet analizējot atsevišķus apgalvojumus, kas iekļauti aptaujā, var iegūt zināmu priekšstatu par šo procesu;
2. konsultēšanas pakalpojumu intervences mērķis ir palielināt klientu spēju atrisināt problēmas un pieņemt lēmumus savas karjeras sakarā;
3. disfunkcionāli uzskati spēcīgi ierobežo klientu spēju iemācīties, risināt problēmas un pieņemt lēmumus;
4. cilvēkiem, kuri meklē konsultanta palīdzību, var piemist zināmi disfunkcionāli uzskati, kas negatīvi ietekmē viņu problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas spējas;
5. jo nopietnāks disfunkcionālo uzskatu līmenis, jo vairāk šķēršļu ar karjeru saistītu problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā; turklāt disfunkcionalitāte pati par sevi var negatīvi ietekmēt visu procesu;
6. gan apņēmīgiem, gan neapņēmīgiem klientiem, kuriem piemīt zināmi disfunkcionāli uzskati, būs problēmas ar karjeru saistītu problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā, bet neapņēmīgos tās var sagraut;
7. ar karjeru saistīti disfunkcionāli uzskati ietekmēs informācijas apstrādāšanas piramīdu: tie ierobežo sevis pazīšanas kvalitāti, kvantitāti un adekvātumu; samazina informācijas daudzumu par profesijām; kavē lēmumu pieņemšanas spēju pilnveidošanos;
8. ar karjeru saistīti disfunkcionāli uzskati ietekmēs CASVE ciklu: noliedz problēmu, pārtrauc un veic neadekvātas darbības saistībā ar lēmumu pieņemšanu;
9. ar karjeru saistīti disfunkcionāli uzskati var likt cilvēkiem, kas var izpausties, izvairīties no šādu kategoriju problēmām vai neadekvāti tās risināt (bažās, novilcināšanā, kaitīgos ieradumos, nejaušā izvēlē, atkārtotā nodarbošanās maiņā, izzinošu aktivitāšu mazināšanā profesiju jomā, neatbilstošā priekšstatā par sevi, izolācijā, stereotipiskā uzvedībā, apmierinājuma un pašapziņas trūkumā);
10. ar karjeru saistīti disfunkcionālu uzskatu iemesli meklējami saistībā ar attiecībām ģimenē, attiecībām ar draugiem vai vispārējām sociālām attiecībām;
11. ar karjeru saistīti disfunkcionāli uzskati izraisa negatīvas domas par mācīšanos mājās, skolā, darbavietā vai citā sociālā kontekstā, nepilnīgi vai maldinoši interpretējot vai informējot faktus par profesijām;
12. problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesā ar karjeru saistītus disfunkcionālus uzskatus iespējams identificēt un modificēt;
13. tendence domāt negatīvi (*sporadic negative thoughts*) par karjeras izvēli ir kognitīvās mācīšanās daļa: turēšanās pie šiem negatīviem uzskatiem (*persisting in these negative thoughts*) ir nelokāmas reaģēšanas struktūras daļa, kuru var apzināties, iepazīstot pašam sevi;
14. cilvēkus, kuriem piemīt disfunkcionāli uzskati par karjeru, var iesaistīt šo uzskatu mazināšanā un mainīšanā, ar konsultanta palīdzību mācoties un praktizējot problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā.

CTI Rokasgrāmata (CTI Handbook) ir operatīvs līdzeklis, kas izstrādāts, lai palīdzētu interpretēt izpētes procesā iegūtos rezultātus un veicinātu kognitīvo pārstrukturizāciju, rīcības plānu sagatavošanu un mācīšanos, kas nepieciešama ar karjeru saistītu problēmu risināšanai un lēmumu pieņemšanai. Rokasgrāmatā ir septiņas daļas: ievads, piecas nodaļas ar informāciju un/vai vingrinājumiem, un secinājumi.

Mūs interesē šīs piecas nodaļas.

1. nodaļa. Kopējo negatīvo uzskatu apjoma par karjeru identificēšana (*Identifying your total amount of negative career thoughts*): CTI kopējais punktu skaits (*total score*). Jo lielāks punktu skaits, jo vairāk viņiem vajadzīga konsultēšana.

2. nodaļa. Negatīvo karjeras uzskatu rakstura identificēšana. (*Identifying the nature of your negative career thoughts*): CTI skalu punktu skaits, (*scale scores*). Izpētes subjekti, salīdzinot dažādu skalu rezultātus, var apzināties savu negatīvo, ar karjeru saistīto, domu raksturu un uzraudzīt to dinamiku (*monitor their dynamics*). Tādā veidā klientiem, iepazīstinot viņus ar to spējām, palīdz attīstīt viņu spēju pašiem kontrolēt savus disfunkcionālos uzskatus par karjeru. Iepazīšanās procesu var veicināt, pielietojot zināšanu un reakcijas struktūras (*mental knowledge and reaction structures*), samazinot lēmumu pieņemšanā iesaistīto mainīgo lielumu skaitu.

3. nodaļa. Ar karjeru saistīto negatīvo domu pārbaudīšana, mainīšana un rīcība (*Challenging and altering your negative career thoughts and taking action*). Analizējot atbildes uz pozīcijām, kas apzīmētas ar SA un A (*pilnīgi piekrītu un piekrītu*), klientiem palīdz apzināties savu negatīvo domu ietekmi uz ar karjeru saistītu problēmu risināšanu un lēmumu pieņemšanu, pēc tam viņiem palīdz izstrādāt *individuālu rīcības plānu* un veikt kognitīvu pārstrukturizāciju, veicina informācijas iegūšanas un izmantošanas prasmes, un stimulē emocionāli iesaistīties savos nodarbinātības motīvos un interesēs.

4. nodaļa. Lēmumu pieņemšanas spēju palielināšana. (*Improving your ability to make good decisions*). Klientiem palīdz attīstīt esošās un potenciālās lēmumu pieņemšanas spējas; klienti ātrāk iemācīsies, ja viņi pilnveidosies, spēs labāk pielāgoties un jutīsies veiksmīgāki, atšķirs *zināt (knowing)* (pamatojoties uz informācijas apstrādāšanas piramīdu) no *darīt (doing)* (paturot prātā CASVE ciklu).

5. nodaļa. Lietderīga citu cilvēku palīdzības izmantošana. (*Making good use of support from other people*). Klientiem palīdz saprast, kādā veidā viņi var gūt palīdzību no citiem: konsultantiem, ģimenes locekļiem, draugiem, utt., lai spētu veikt zināmu kognitīvu pārstrukturizāciju, izpētīt karjeras jomu un izdarīt izvēli; kļūt aktīvākiem un efektīvāk izmantot informāciju.

Mērķauditorija

CTI paredzēta vidusskolu un profesionālo skolu audzēkņiem, studentiem un pieaugušajiem (vīriešiem un sievietēm). Klienti var aizpildīt izpētes anketu šādu iemeslu dēļ:

- vidusskolu un profesionālo skolu audzēkņi: lemjot par turpmāko izglītību un mācībām, profesijas izvēli meklējot darbu;
- studenti: lemjot par specializētu mācību jomu, nodarbošanās izvēli, darba meklēšanu;
- pieaugušie: mainot nodarbošanos vai darbus, meklējot nodarbošanos, atkārtoti iekļaujoties darba dzīvē pēc mācību, bērnu audzināšanas vai citu iemeslu izraisīta pārtraukuma domājot par profesionālo izaugsmi.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Kognitīvās teorijas pamatā ir uzskats, ka cilvēku emocionālo dzīvi un izturēšanos lielā mērā nosaka tas, kādā veidā noris viņu izzināšanas procesi. Un kāda ir iepriekšējā pieredze.

Izziņa karjeras kontekstā darbojas, pamatojoties uz "shēmu", kas balstās uz pieredzi (slikta vai laba, stimulējoša vai atturoša, utt.). Konkrētās darbības situācijās shēma var izrādīties funkcionāla vai disfunkcionāla, un indivīds var ieņemt plastisku, elastīgu attieksmi, vai var palikt neadekvātu un neproduktīvu reakciju ietekmē, tādējādi stiprinot izturēšanās disfunkcionālo shēmu, kas atstās nopietnu negatīvu iespaidu uz turpmāko informācijas apstrādāšanu un sistemātiskas domāšanas norisi. Negatīvi un disfunkcionāli uzskati var izkristalizēties autonomās reakcijās, kuras pavada emocijas un pašbloķēšanās (*self-blocking*) attieksme.

Kas attiecas uz personīgiem lēmumiem, risinot ar karjeru saistītas problēmas, Beks un citi (*Beck et al.*) (*apud Sampson, 1996*) atklāja šādas sistemātisku kļūdu kategorijas:

- ir cilvēki, kuri izdara secinājumus, ja nav argumentu vai pat par spīti esošajām liecībām par pretējo (patvaļīgi secinājumi – *arbitrary inference*);
- ir cilvēki, kuri pieņem tikai to informāciju, kas ir saskaņā ar viņu iepriekšējo pieredzi un zināšanām (selektīvā abstrakcija – *selective abstraction*);
- ir cilvēki, kuri nonāk pie noteiktiem secinājumiem, pamatojoties uz ierobežotu gadījumu skaitu, un tad piemēro tos daudzām citām situācijām, ar kurām tiem nav nekāda sakara (pārmērīga vispārināšana – *over-generalization*);
- ir cilvēki, kuri piešķir notikumiem un atsevišķām situācijām pārāk mazu/pārāk lielu nozīmi (minimalizēšana un maksimalizēšana – *minimization and maximization*);
- ir cilvēki, kuri attiecina notikumus un atsevišķas situācijas uz sevi bez kādiem argumentiem vai loģikas (personificēšana – *personalization*);
- ir cilvēki, kuri visu savu pieredzi attiecina uz pretējām kategorijām (dihotomiska spriešana – *dichotomist reasoning*).

Visas augstāk minētās kļūdas nopietni traucē domāšanu, esošo problēmu analizēšanas un risināšanas procesā ievieš "cikliskumu". Disfunkcionāli uzskati nepalīdz risināt problēmas un nespēja rast risinājumu problēmām nostiprina disfunkcionālo domāšanu. Izeja ir izkļūt no šī cikla, izmantojot "**kognitīvās pārstrukturizācijas terapiju**" ("**cognitive restructuring therapy**"), kas tiek uzskatīta par aktīvu procesu (ko pavada empātisks atbalsts), kas ir norādošs (bet ne savaldošs – possessive), pamatojas uz konfidencialitāti un uzticēšanos, ierobežots laikā un vērsts uz izmaiņām disfunkcionālajā domāšanas veidā. Šīs kognitīvās pārstrukturizācijas process ietver mācīšanos atbalstošā vidē, savas negatīvās un automātiskās domāšanas novērošanu, personīgo domu pārbaudi noteiktās situācijās un to salīdzināšanu ar reālās dzīves aspektiem, emociju pozitīvās sekas, rekonstruējot izturēšanos (*behavioural reconstruction*) (kā sekas ir sevis stiprināšana un aktivizēšana) (*self-strengthening and self-perpetuation*).

Lai CTI izmantošana būtu efektīva, autors iesaka veikt šādus soļus:

- sākotnēja intervija ar klientiem, lai iegūtu *informāciju par viņiem un viņu dzīves kontekstu*;
- iepriekšēja novērtēšana, lai iegūtu *kvantitatīvus datus (quantitative data)* par klienta problēmām;
- problēmu identificēšana un *to iemeslu analizēšana*, lai sāktu saprast problēmas un to iemeslus;
- *mērķu formulēšana*, lai samazinātu plaisu starp realitāti un klienta priekšstatu par realitāti;
- *individuāla mācību un rīcības plāna izstrādāšana*, nosakot kārtību, kādā tas tiks īstenots, resursus un veicamās darbības;
- plāna īstenošana *praksē* un atbalsta sniegšana klientiem, lai viņi izpildītu saskaņotos uzdevumus;
- retrospektīva situācijas *analīze, vispārināšana, secinājumi*.

Metodes novērtējums

CTI ir teorija ar ļoti precīzu pielietošanas jomu. Tā izveidota, lai atbalstītu ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanu, un pamatojas uz novērtēšanu un intervences resursiem. CTI palīdz klientiem pieņemt pareizus, reālus lēmumus, kam vajadzētu atbilst viņu interešu sistēmai, vērtībām un attieksmei. Svarīgi, lai klienti mācītos iegūto pieredzi pielietot līdzīgās situācijās.

Karjeras uzskatu izpētes aptauja (Career Thought Inventory) ir drošs līdzeklis, ar kura palīdzību tiek veikti pamatoti novērtējumi disfunkcionālu domāšanas novērtējumu saistībā ar karjeras problēmu risināšanu un lēmumu pieņemšanu, šis izpētes instruments domāts skolniekiem, studentiem un pieaugušajiem.

Priekšrocības: Konsultēšana, pamatojoties uz ar CTI veikto ar karjeru saistītās disfunkcionālās domāšanas novērtēšanu, patur prātā abus aspektus, klienta izzināšanas un emocionālo sfēru.

Plaši pieejama apstrāde (ieskaitot pašapstrādi – *self-administration*): minimālais izglītības līmenis, kas nepieciešams, lai lasītu, saprastu izziņas metodes tekstu, (pats) noteiktu punktu skaitu un izveidotu savu individuālo profilu, ir 6,4 skolas gadi.

Klienti paši var iesaistīties individuālās vai grupu konsultācijās, kā arī izmantot CTI individuālā karjeras problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesā. CTI var izmantot arī kā personisku karjeras lēmumu pārbaudes līdzekli, kā mācīšanās resursu, kā paštēla ieskicēšanas līdzekli, un terapeitisku pārmaiņu ierosinātāju, utt.

Trūkumi: CTI ir salīdzinoši mazs pozīciju skaits, kas zināmā mērā ierobežo tā pielietojamību arī citās situācijās, kurās klienti var atrasties karjeras lēmumu pieņemšanas procesa laikā.

Bibliogrāfija

Peterson, G.; Sampson, J.; Reardon, R. (1991). *Career development and services. A cognitive approach*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Peterson, G.; Sampson, J.; Reardon, R.; Lenz, J. (1996). *Becoming career problem solvers and decision makers. A cognitive information processing approach*. In: D. Brown; L. Brooks (eds.), *Career choice and development*. San Francisco, CA: Jossay-Bass.

Reardon, R.; Lentz, Janet; Sampson, J.; Peterson, Gary (2000). *Career development and planning. A comprehensive approach*. Wadsworth, Brooks/Cole.

Sampson, J.; Peterson, G.; Lenz, Janet.; Reardon, R. (1992). A cognitive approach to career services. Translating theory into practice. In: *Career Development Quarterly*, 41.

Sampson, J.; Peterson, G.; Lenz, Janet; Reardon, R.; Saunders, D. (1996). *CTI – Career Thoughts Inventory. Improving your Career Thoughts: A Workbook for the Career Thoughts Inventory*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Sampson, J.; Peterson, G.; Lenz, Janet; Reardon, R.; Saunders, D. (1996). *CTI – The Career Thoughts Inventory. Professional Manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, Inc.

Sampson, J.; Reardon, R.; Peterson, G.; Lenz, Janet (2004). *Career Counseling and Services. A Cognitive Information Processing Approach*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Zunker, V. (1998). *Career counseling*. (5th ed.), Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Vispārējo spēju testu komplekts

General Aptitude Tests Battery (GATB)

Mihajs Jigau
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Vispārējo spēju testu komplekts izveidots Savienotajās Valstīs tūkstoš deviņi simti četrdesmitajos gados un tas ir drošs līdzeklis, kas prognozē labus rezultātus turpmākajās darba aktivitātēs, kas ir latentā profesionālā piemērotība. Pēc statistisko datu analīzes, kurus ieguva vairāk nekā 100 testos, kas bija domāti dažādām profesionālām grupām, tika izvēlēti 11 papīra-zīmuļa formāta un 4 ar aparatūras palīdzību izpildīti testi, lai novērtētu desmit vispiemērotākos ar spējām saistītos faktoros, kam ir svarīga nozīme ikvienas profesionālās darbības attīstīšanā. Šie testi veidoja pirmo GATB (*General Aptitudes Test Battery*), ar koda nosaukumu B-1001. Vēlāk GATB saturs tika pilnveidots un testu komplektam, ko nosauca par B-1002, ar 12 testu palīdzību: 8 papīra-zīmuļa formāta un 4 datorizēti izpildītus, vajadzēja novērtēt deviņas vispārējas spējas. Pašlaik tiek izmantots pēdējais testa variants.

Teorētiskais pamatojums

Pēc autoru domām, vārds *spējas* tiek definēts kā tas, ko persona zina vai var efektīvi darīt. Tiek uzskatīts, ka spējām ir divas pamatsastāvdaļas: *zināšanas* (tas, ko persona ir iemācījusies darīt) un *spējas* (personas potenciāls kaut ko darīt nākotnē). Protams, ir grūti tās nodalīt, jo gan tas, kas iegūts iepriekš, gan praktiskā pieredze kopā ietekmēs turpmākos ieguvumus un darba izpildījumu (*Bezanson, 1990*).

Šīs piezīmes ir svarīgas, lai, no vienas puses, saprastu to, kā šis komplekts ir izveidots un kā ir izvēlēti to veidojošie testi un ieteiktie uzdevumi.

No otras puses, lai izpildītu konkrētu uzdevumu, nepieciešama vairāku spēju veidu un to samēru (bieži specifisku) kombinācija. Pētījumi ir apstiprinājuši, ka vairāki faktori (reizēm dažādi) sekmē kādas konkrētas spējas veiksmīgu izpaušmi. Protams, ir tādi uzdevumi, kuriem nepieciešamas noteiktas spējas: piemēram, aprēķiniem nepieciešamas vismaz vidējs spēju līmenis skaitļu jomā. Tādēļ konsultantiem jāņem vērā darba prasības (no nepieciešamo spēju viedokļa) un tas, ko persona var izpildīt no šo prasību loka.

GATB var atklāt vispārējās spējas, kas katram individam ir atšķirīgas, sakārtotas dažādās unikālās kombinācijās. Vispārējo spēju novērtēšanas testos iegūtie rezultāti, lai tie būtu noderīgi klientiem, "jāpārtulko", "jāatšifrē" noderīgā un atbilstošā informācijā, tā, lai klienti varētu izvēlēties atbilstošu nodarbošanos.

Izmantojot GATB, konsultanti varēs palīdzēt klientiem:

- iepazīt savas stiprās un vājās puses;
- noteikt savu stāvokli attiecībā pret citiem cilvēkiem un darba tirgu;
- noteikt savu piemērotības potenciālu konkrētām darba jomām un vispārējām vai speciālām nodarbošanās grupām (kurām viņiem ir resursi, pateicoties citur izmantojamām prasmēm vai spējai mācīties).

Metodes prezentācija

Kā minēts iepriekš, GATB ir vispārējo spēju testu komplekts, kura mērķis ir atbalstīt klientus, sniedzot viņiem karjeras attīstības atbalsta pakalpojumus, tiem ienākot darba tirgū, sekmīgi uzsākot sabiedrisko un profesionālo dzīvi.

12 testu (8 papīra-zīmuļa formāta un 4 elektroniski aizpildāma formāta) apstrādes laiks vidēji ir 48 minūtes. Tomēr konstatēts, ka dažreiz šis laiks var ietilgt līdz pat 2,5 stundām, ieskaitot dokumentēšanu un praktisko testu. Testu var dalīt trijās daļās veicot to dažādās dienās: Tests – 1. buklets, Tests – 2. buklets elektroniski apstrādājamā testa daļa.

Pilnīgu GATB veido:

1. Testēšanas laikā nepieciešamie materiāli:
 - Tests – 1. buklets (A un B formas)
 - Tests – 2. buklets (A un B formas)
 - Atbilžu lapa testam Nr.8
 - Atbilžu lapa
 - Roku veiktības dēlis
 - Pirkstu veiktības dēlis
2. Rezultātu apstrādes un punktu noteikšanas materiāli:
 - Punktu noteikšanas plastikāta režģis
 - Rezultātu lapa
 - Profila lapa
3. Rokasgrāmatas un interpretēšanas palīgīdzekļi
 - Rokasgrāmata – I nodaļa – rezultātu apstrādei un punktu noteikšanai
 - Rokasgrāmata – II nodaļa – Normas. Profesionālās piemērotības modeļi.
 - Rokasgrāmata – III nodaļa – Attīstība
 - Rokasgrāmata – IV nodaļa – Normas. Specifiskas profesijas
 - Interpretēšanas palīgdiagrammas
 - Indikatoru lapas
 - Pašnovērtēšanas lapas

GATB ir 12 testi:

1. Vārdu salīdzināšana (*Name comparison*). Uzdevuma veikšanas ilgums: **6 minūtes**

Testā jāsalīdzina divas vārdu slejas. Respondents, izskatot katru vārdu pāri, kuros katrs vārds ir savā slejā, parāda, kuros pāros vārdi ir identiski un kuros atšķirīgi.

Šis tests novērtē **uztveres spējas, kas nepieciešamas biroja darbam.**

2. Aprēķināšana (*Computation*). Uzdevuma veikšanas ilgums: **6 minūtes**

Tests ietver aritmētiskas darbības ar skaitļiem: saskaitīšana, atņemšana, reizināšana un dalīšana.

Šis tests novērtē **spējas strādāt ar skaitļiem**

3. Trīsdimensiju telpa (*Three-dimensional space*). Uzdevuma veikšanas ilgums: **6 minūtes**

Testu veido plaknes zīmējumu virkne (punktēti pa locījuma vietām) un virkne četru trīsdimensiju objektu. Uzdevums ir noteikt vienu no četriem objektiem, kuri izveidojas, salokot plaknes zīmējumus.

Šis tests novērtē **vispārējās mācīšanās spējas un telpas uztveres spējas.**

4. Vārdnīca (Vocabulary). Uzdevuma veikšanas ilgums: **6 minūtes**

Tests sastāv no četrp vārdp komplektiem. Uzdevums ir noteikt divus vārdus, kuriem ir vienāda vai pretēja nozīme.

Šis tests novērtē **vispārējās mācīšanās un verbālās spējas**.

5. Instrumentu saskaņošana (Tool matching). Uzdevuma veikšanas ilgums: **5 minūtes**

Testu veido vingrinājumi, kas ietver parauga zīmējumu un četrp dažādu zīmējumu komplektu (tajā zīmējumi nedaudz atšķiras pēc nokrāsas vai pēc baltās un melnās krāsas platības lapā). Uzdevums ir noteikt vienu no četriem zīmējumiem, kas līdzīgs parauga zīmējumam.

Šis tests novērtē **formas uztveres spējas**.

6. Aritmētiskā domāšana (Arithmetic reasoning). Uzdevuma veikšanas ilgums: **7 minūtes**

Tests ietver virkni aritmētisku problēmu un uzdevums ir tās atrisināt.

Šis tests novērtē **vispārējās mācīšanās spējas un spēju strādāt ar skaitļiem**

7. Formas pieskaņošana (Form matching). Uzdevuma ilgums: **6 minūtes**

Tests ietver divas lineāru formu grupas. Uzdevums ir atrast otrā grupā formas, kas atbilst pirmās grupas formām, pamatojoties uz to lielumu, platumu, veidu, utt.

Šis tests novērtē **formas uztveri**.

8. Zīmju veidošana (Mark making). Uzdevuma veikšanas ilgums: **60 sekundes**

Tests ietver kvadrātu virkni, kuros ar zīmuli jāatzīmē – cik ātri iespējams – trīs līnijas, divas vertikālas un vienu horizontālu apakšā.

Šis tests novērtē **kustību koordināciju**.

9. Izvietošana (Placement). Uzdevuma veikšanas ilgums: **3 mēģinājumi pa 15 sekundēm katrs**

Materiāli, kas nepieciešami šim testam un nākošajam testam (Nr.10), sastāv no taisnstūra dēļa, kas sadalīts divās daļās – ar 48 caurumiem katrā – un virknes cilindrisku tapu. Uzdevums ir izņemt tapas no dēļa augšējās daļās un ievietot tās atbilstošos caurumos apakšējā daļā, vienā reizē paņemot divas tapas, pa vienai katrā rokā. Uzdevumu veic trīs reizes, cenšoties pārvietot tik daudz tapu, cik vien iespējams atvēlētajā laikā.

Šis tests novērtē **roku veiklību**.

10. Rotācija (Rotation). Uzdevuma veikšanas ilgums: **3 mēģinājumi pa 30 sekundēm katrs**

Šim testam nepieciešami tie paši materiāli, kas iepriekšējam (Nr. 9). Šajā testā dēlim ir 48 tapas, kas jau ieliktas caurumos. Uzdevums ir izņemt vienu tapu no cauruma rotācijas kārtībā un tad ielikt atpakaļ caurumā, ar kuru roku vēlas. Uzdevumu veic trīs reizes, cenšoties izņemt un ielikt atpakaļ tik daudz tapu, cik vien iespējams atvēlētajā laikā.

Šis tests novērtē **roku veiklību**.

11. Salikšana (Assemble). Uzdevuma veikšanas ilgums: **90 sekundes**

Šim un nākošajam testam (Nr.12) nepieciešamie materiāli ir taisnstūra dēlis ar 50 caurumiem, vairākas metāla kniedes un paplāksnes. Uzdevums ir paņemt (ar kuru roku vēlas metāla kniedi no cauruma dēļa augšējā daļa un vienlaicīgi noņemt no stieņa paplāksni ar otru roku. Tad paplāksni uzlikt uz kniedes un ielikt dēļa apakšējā daļā caurumā, kas atbilst caurumam dēļa augšējā daļā, no kurienes kniede tikko izņemta (izmantojot tikai izvēlēto roku). Uzdevums ir veikt cik vien iespējams daudz operāciju atvēlētajā laikā.

Šis tests novērtē **pirkstu veiklību**.

12. Izjaukšana (Disassemble). Uzdevuma veikšanas ilgums: **60 sekundes**

Šim testam nepieciešami tie paši materiāli, kas iepriekšējam (Nr.11). Uzdevums ir izņemt metāla kniedi ar paplāksni no cauruma dēļa apakšējā daļā, ar vienu roku uzmaukt paplāksni uz stieņa un – vienlaikus – ielikt kniedi (ar izvēlēto roku) attiecīgā caurumā dēļa augšējā daļā, no kurienes kniede tika pirms tam izņemta. Uzdevums ir veikt cik vien iespējams daudz vienādu operāciju atvēlētajā laikā.

Šis tests novērtē **roku veiklību**.

GABT nosaka šādas 9 pamatspējas:

G spējas – Vispārējas mācīšanās spējas (*General learning ability*) tiek noteiktas 3., 4. un 6. testā (*Trīsdimensiju telpa, Vārdnīca un Aritmētiskā domāšana*). **G** spējas tiek definētas kā spēja “uzķert” idejas, saprast instrukcijas, atrast vispārējos principus, izdomāt un izteikt spriedumus; tās ir lielā mērā saistītas ar sekmju gūšanu skolā.

Darba situāciju piemēri: zināšanu apgūšana, dažādu procedūru veikšana, mutisku vai rakstisku instrukciju saprašana un to piemērošana dažādās darba situācijās.

Profesiju piemēri, kur **G** spējām ir būtiska nozīme: kontrolieris, inženieris, skolotājs, farmakologs, ārsts, grāmatvedis, matemātiķis.

V spējas – Verbālas spējas (*Verbal aptitude*) tiek noteiktas 4. testā (*Vārdnīca*). **V** spējas tiek definētas kā spējas saprast vārdu nozīmi un tos atbilstoši lietot, saprast valodu, saistību starp vārdiem, teikumiem un frāzēm kopumā.

Darba situāciju piemēri: tekstu nozīmes apgūšana mācību procesā, darba situācijās izmantojamo rokasgrāmatu saprašana, mutisku vai rakstisku instrukciju prezentēšana vai saprašana, konkrētu jomu specifiskās terminoloģijas saprašana.

Profesiju piemēri, kur **V** spējām ir būtiska nozīme: rakstnieks, sociologs, bibliotekārs, fizioterapeits, žurnālists, sekretārs, audio-vizuālās tehnikas eksperts.

N spējas – Spējas strādāt ar skaitļiem (*Numerical aptitude*) tiek noteiktas 2. un 6. testā (*Rēķināšana un Aritmētiskā domāšana*). **N** spējas tiek definētas kā spēja ātri un precīzi veikt aritmētiskas darbības.

Darba situāciju piemēri: naudas maiņa, grāmatvedība, precīzu mērījumu, ģeometrisku zīmējumu, aprēķinu veikšana, novērtēšana, salīdzināšana.

Profesiju piemēri, kur **N** spējām ir būtiska nozīme: grāmatvedis, arhitekts, medicīnas laboratorijas tehniķis, navigators.

S spējas – Telpas uztveres spējas (*Spatial aptitude*) tiek noteiktas 3. testā (*Trīsdimensiju telpa*). **S** spējas tiek definētas kā spēja vizuāli uztvert ģeometriskas formas un trīsdimensiju objektus, kas parādīti divās dimensijās, kā arī spēja atpazīt pa telpu pārvietojamo objektu jaunas formas.

Darba situāciju piemēri: ēku un transportlīdzekļu dizaina plānu sagatavošana, transportlīdzekļu un mehānisku detaļu kustības saprašana, paredzot dažādu struktūru elementu mijiedarbības efektu.

Profesiju piemēri, kur **S** spējām ir būtiska nozīme: dizaineris, radiologs, tehniķis, inženieris, santehniķis, topogrāfs, tehniskais dizaineris, mehāniķis.

P spējas – Formas uztvere (*Form perception*) tiek noteikta 5. un 7. testā (*Instrumentu pieskaņošana un Formas pieskaņošana*). **P** spējas tiek definētas kā spēja uztvert būtiskas objektu un zīmējumu detaļas, veikt salīdzināšanu un atklāt atšķirības.

Darba situāciju piemēri: tehniskās apstrādes elementu pārbaude, krāsu pārbaude, izstrādājumu kvalitātes noteikšana.

Profesiju piemēri, kur **P** spējām ir būtiska nozīme: inženieris, lidmašīnas pilots, datu apstrādes operators, modes dizainers, interjera dizainers.

Q spējas – Biroja darba uztvere tiek noteikta 1. testā (*Vārdu salīdzināšana*). **Q** spējas tiek definētas kā spēja uztvert būtiskas detaļas rakstiskos vai mutiskos ziņojumos, ievērot atšķirības tekstu kopijās un atklāt aprēķinu kļūdas.

Darba situāciju piemēri: tekstu, dokumentu, skaitļu tabulu – ātra un precīza – labošana, biroja dokumentu sakārtošana un klasificēšana atbilstoši noteiktiem kritērijiem.

Profesiju piemēri, kur **Q** spējām ir būtiska nozīme: bibliotekārs, kasieris, arhīva darbinieks, datu apstrādes operators, dispečers, kvalitātes kontrolieris.

K spējas – Kustību koordinācija (Motor coordination) tiek noteikta 8. testā (*Zīmju veidošana*). **K** spējas tiek definētas kā labas acu-roku-pirkstu koordinācijas spējas, spēja izdarīt ātras, smalkas un precīzas kustības.

Darba situāciju piemēri: ātras, pareizas un precīzas manipulācijas ar objektiem telpā, salikšana, izjaukšana, kārtošana.

Profesiju piemēri, kur **K** spējām ir būtiska nozīme: pianists, ķirurgs, medmāsa, mākslas dizainers, frizieris, lidmašīnas pilots, mašīnas vadītājs.

F spējas – Pirkstu veiklība (Finger dexterity) tiek noteikta 11. un 12. testā (*Salikšana un Izjaukšana*). **F** spējas tiek definētas kā spēja veikt smalkas kustības ar pirkstiem, darbojoties ar objektiem un veicot dažādas darbības.

Darba situāciju piemēri: ātra un precīza manipulēšana ar pirkstiem ar dažādiem sīkiem objektiem, lai veiktu ikdienas darba operācijas.

Profesiju piemēri, kur **F** spējām ir būtiska nozīme: pulkstenmeistars, precīzu mēraparātu un instrumentu labotājs un regulētājs, elektriķis, metinātājs, montieris, galdnieks.

M spējas – Roku veiklība (Manual dexterity) tiek noteikta 9. un 10. testā (*Nolikt un Pagriezt*). **M** spējas tiek definētas kā spēja viegli un prasmīgi veikt kustības ar rokām.

Darba situāciju piemēri: roku un plaukstu locītavu izmantošana objektu vai mazu priekšmetu novietošanā, griešanā, stumšanā vai vilkšanā.

Profesiju piemēri, kur **M** spējām ir būtiska nozīme: gravieris, vijoļmeistars, metālkalējs, pulētājs, polsterētājs.

GATB rezultātu punktus var noteikt (vienā 2,5 stundu ilgā nodarbībā, vai daļēji) manuāli vai elektroniski.

Lai izveidotu speciālu testu komplektu, kurš izmantojams noteiktu situāciju vai darbības jomu izpētē, jānosaka psiholoģiskās novērtēšanas kritēriji un tad no pilna GATB komplekta jāizvēlas testi, kas kalpos ar konsultantu saskaņotam nolūkam. Izvēli nosaka, analizējot testa izpildes korelāciju ar kritērijiem, kuri tiek uzskatīti par izšķirošiem.

Manuālu punktu noteikšanu veic, uzliekot caurspīdīgu plastikāta režģi uz atbilžu lapas. Laiks, kas nepieciešams sākotnējo punktu skaita iegūšanai testā – pieņemot pareizas atbildes – nepārsniedz 5 minūtes. Sākotnējo punktu skaits testā tiek pārvērsts standarta punktu skaitā, kur vidējais punktu skaits ir 100 un standarta novirze 20.

Nepareiza atbilde vai atbildes nesniegšana netiek fiksēta; bet vairāk nekā viena atbilde uz jautājumu tiek uzskatīta par nepareizu un netiek ieskaitīta kā pareiza atbilde.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Praktisku apsvērumu dēļ profesijas, ar kurām GATB operē, ir iedalītas piecās lielās kategorijās (saimēs) – atkarībā no sarežģītības, atbildības, izglītības līmeņa. Sniedzot klientiem padomus, labāk ir strādāt ar mazāku skaitu profesiju kategoriju, jo samazinās kļūdīšanās risks un vienlaikus konsultējamā persona tiek informēta par daudzveidīgām izvēlēm, kas tiem pieejamas, par iespējām mainīt profesiju, vai arī par iespējām turpināt mācības.

GATB tiek izmantots (gan klientam, gan konsultantam), lai:

- atklātu klienta spēju stiprās un vājās puses, kad runa ir par profesijas izvēli;
- noteiktu nepieciešamību iegūt papildu izglītību un sagatavošanu, lai ieņemtu šo amatu nākotnē;
- novērtētu personas profesionālo mērķu realitātes pakāpi;

- atklātu profesionālās jomas, kas savienojamas ar klienta spēju struktūru;
- salīdzinātu personas spējas ar tādu cilvēku spējām, kuri jau strādā attiecīgajos amatos;
- prognozētu profesionālus panākumus noteiktās nodarbinātības jomās.

Mērķauditorija

GATB ļauj novērtēt tādu subjektu vispārējās spējas, kuriem jau ir noteikts izglītības līmenis un kuriem nepieciešams atbalsts profesijas izvēlē. Vidējais skolas gadu skaits, ko sasnieguši subjekti, kas veido reprezentatīvo paraugu, ir 11. Šādā situācijā pusaudži un jauni cilvēki ir tās klientu kategorijas, kuras visbiežāk tiek pārbaudītas, izmantojot šo vispārējo spēju testu komplektu.

Metodes novērtēšana

Izstrādājot GATB, tika ņemtas vērā divas normu kategorijas: tās, kas pieder pie references grupas, un kritēriji (*criteria*) (kuri attiecas uz nodarbošanās specifiskiem aspektiem un spēju strukturāliem modeļiem).

References grupas (apmēram 1000 personu reprezentatīvs modelis), kas iesaistīta pētījumā, lai noteiktu GATB rezultātu standartus, galvenās raksturīgās īpašības – B forma attiecas uz: nodarbošanos (dažādās jomās), dzimumu (līdzsvarotās attiecībās), vecumu (vidēji 30 gadu), ģeogrāfisko dzīves vietu un izglītības līmeni (11 mācību gadi).

Galvenie kritēriji, lai definētu GATB normas, attiecas uz *profesijas saturu*, runājot par uzdevumiem, kuri jāpilda, ļaujoties uz noteiktām spējām, piemērotību, prasmēm un zināšanām (kas tiek uzskatītas par izšķirošām, lai darbs tiktu izpildīts profesionāli), kuras ar testu palīdzību jānosaka subjektiem, un uz *profesionāliem standartiem*, kas dažādās profesijās ir atšķirīgi – runājot par spējām – kuri, kā uzskata, nodrošina panākumus un efektivitāti.

Spēju modeļi GATB profesiju sfērā sastāv no trim visnozīmīgākām spējām, kuras var nodrošināt daudzu profesiju veiksmīgu realizāciju. GATB ir 62 šādi modeļi, kuri ietver tādu spēju kombinācijas, kas savienojamas ar noteiktām profesiju kopām (pāri par 1200). Šo modeļu (kuri vērsti uz spēju jomām, sākot no dominējoši kognitīvām, līdz pat galvenokārt roku darba spējām) motivācija pamatojas uz līdzīgām prasībām attiecībā uz spējām un darba saturu.

Šīs metodes pētījumi un novērtēšana parādījusi, ka GATB faktiski novērtē trīs spēju kategorijas: **kognitīvo** (izmantojot: *Vispārējās mācīšanās spējas, Verbālās spējas*) un *Spējas strādāt ar skaitļiem*, **uztveres** (izmantojot: *Telpas uztveri, Formas uztveri un Biroja darba uztveri*), **psihomotoro** (izmantojot: *Kustību koordināciju, Pirkstu veiklību un Roku veiklību*), kuras var sniegt visus nepieciešamos datus, lai dotu saprātīgas prognozes par klientu turpmāko veikumu darba tirgū.

Kognitīvās spējas (Cognitive abilities) (G, V, N) vairāk noder, prognozējot pozitīvus rezultātus mācībās skolā un citās mācībās, nevis darba kompetencēs.

Psihomotorās spējas (Psychomotor abilities) (K, F, M) vairāk noder, prognozējot darba kompetences.

Uztveres spējas (Perceptive abilities) (P, Q, S) šķiet līdzsvarotā veida savstarpēji saista abus kritēriju tipus (pozitīvi rezultāti mācībās un, darba kompetence).

GATB ir ļoti praktiska psiholoģiskās novērtēšanas metode, kas tiek izmantota konsultēšanā un darbaspēka izvietojumā šādu priekšrocību dēļ: salīdzinoši īss apstrādes laiks, vienkārša punktu noteikšana, kas dod kompleksu un stabilu tēlu par klienta spējām, operatīva datu interpretēšana, kas nepieciešami, lai klients iesaistītos darba tirgū, utt.

Galvenie kritiskie novērojumi/**trūkumi**, kas saistās ar GATB (pēc Anastasi, 1988) saistīti ar šādiem aspektiem: visi testi ir sasniegumu testi un to izpildei ir ierobežots ilgums, tie nepietiekami aptver to spēju virkni, kas svarīgas darba aktivitātēm, domāšanas un mehāniskās spējas netiek pietiekami novērtētas vai tiek novērtētas neadekvāti, komplekta diferencējošā vērtība ir salīdzinoši zema.

Turklāt jāpiemin, ka iepriekš noteiktā testu apstrādes laika ierobežojuma dēļ var neievērot vai nepietiekami novērtēt atsevišķu klientu izpildījumu (lēns, kautrīgs, pedantisks vai neizglītots psiholoģiskos testos), un paša komplekta garums var atturēt nepietiekami motivētus cilvēkus no visu testu izpildes. Pēdējā aspekta dēļ nepieciešams veikt iepriekšēju intervēšanu un sagatavot/motivēt klientus veikt testu komplektu.

Bibliogrāfija

Anastasi, Anne (1976). *Psychological Testing*. New York, MacMillan Publishing Co. Inc.

Bezanson, Lynne; Monsebraaten, Arthur; Pigeon, Richard (1990). *Using Tests in Employment Counseling*. Canada, Employment and Immigration.

Cottle, W. C. (1968). *Interest and Personality Inventories*. Boston, Houghton-Mifflin.

Crocker, L.; Algina, J. (1986). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. New York, Holt, Rinehart & Winston.

Guide to the use of GATB (1952). U.S. Employment Service, Washington.

Mitrofan, Nicolae; Mitrofan, Laurențiu (2005). *Testarea psihologică. Inteligența și aptitudinile*. Iași, Polirom. Seria Collegium. Psihologie.

Tyler, Leona E. (1971). *Tests and Measurement*. NJ: Prentice Hall Inc.

Psiholoģisko testu komplekts kognitīvo spēju noteikšanai

Psychological Tests Battery for Cognitive Aptitudes (BTPAC)

Mihaela PORUMBA (Mihaela PORUMB)
SC COGNITROM SRL, Cluj Napoca

Vēsture

Psiholoģisko testu komplektu kognitīvo spēju noteikšanai (*Psychological Tests Battery for Cognitive Aptitudes*) (Rumānija: *Baterie de Teste Psihologice de Aptitudini Cognitive – BTPAC*) veido 23 testi un tas ir psiholoģisko testu jaunās paaudzes materiālais iemiesojums. Iepriekš prāta spēju novērtēšanas līdzekļa praktiskā nepieciešamība spieda psihologus radīt novērtēšanas līdzekļus pat pirms tiem bija pietiekami teorētiskie un eksperimentālie dati par garīgiem procesiem. Piemēram, *Binet-Simon* intelekta tests pamatojas uz elementāru intelekta teoriju (*rudimentary theory on intelligence*), kas bija pieejama pagājušā gadsimta sākumā. Kad Binetam jautāja, kas ir intelekts, viņš atbildēja: "intelekts ir tas, ko novērtē mans tests", izskaidrojot konstruktū (*construct*) ar testu un testu ar konstruktū. Līdzīgā veidā turpmākie uzmanības, atmiņas, intelekta un citi testi tika radīti, pamatojoties uz jau novecojušām teorijām. Pa to laiku kognitīvajā psiholoģijā, pateicoties veiktajiem teorētiskajiem un eksperimentālajiem pētījumiem, izstrādāti jauni prāta funkcionēšanas modeļi un teorijas, kas ir daudz ticamākas, nekā klasisko testu pamatā esošās. Mūsu pašu veiktie pētījumi un literatūras analīze liek domāt, ka tirgū pieejamie psiholoģiskās novērtēšanas līdzekļi vismaz par 20 gadiem atpaliek no jaunākajiem teorētiskajiem un eksperimentālajiem pētījumiem. Tātad, ir pilnīgi skaidrs, ka jāsinchronizē/jāaktualizē novērtēšanas līdzekļi.

Šajā kontekstā 2003. gadā Rumānijas Darba ministrija piedāvāja iespēju izstrādāt psiholoģisku testu komplektu, lai novērtētu kognitīvās spējas profesionālās orientēšanas un karjeras konsultēšanas vajadzībām. Šāda projekta finansēšana iedvesmoja izpētes darbu. Katru pozīciju raksturo kolektīvās kompetences zīmogs. Autors ir *grupa*. Šī darba rezultāts – Psiholoģisko testu komplekts kognitīvo spēju novērtēšanai – ir jaunās testu paaudzes izpausme, kur novērtēšanas līdzekļi un teorētiskā un tehniskā modelēšana ir sinchronizēta. Šī darba pamatā esošais fundamentālais princips bija: **visbūtiskākie un noderīgākie kognitīvie uzdevumi ir standartizēti un kļuvuši par testiem**. Turklāt, katrs tests ir desmitu, pat simtu eksperimentu rezultāts, kas garantē tā konstrukta validitāti.

Teorētiskais pamatojums

BTPAC novērtē kognitīvās spējas, kas ir mūsu galvenās endofēnās (endogenous) informācijas apstrādes spējas. Ikvienam uzdevumam, kas mums jāveic, no ķieģeļu sienas mūrēšanas vai smagumu celšanas līdz zinātniskiem pētījumiem vai kompānijas vadīšanai, nepieciešama informācijas apstrāde. Šādas apstrādes apjoms un sarežģītība ir atkarīga no uzdevuma rakstura, tomēr informācijas apstrāde notiek vienmēr. Tā rezultātā kognitīvās spējas ir visstabilākie un spēcīgākie procesā iesaistītie faktori. Nesen veiktās metaanalīzes (*meta-analyses*) pierādījušas, ka kognitīvās spējas ir galvenais noteicošais spēks darba izpildīšanā un veiksmīgā akadēmiskā un profesionālā izglītošanā (*Carrol, 1993*). Aktivitātes, kas ir relatīvi stabilas laikā un mazāk piesātinātas ar zināšanām, iegūst kognitīvo spēju pazīmes (*mark of cognitive aptitudes*) (*Carrol, 1993*).

Nosakot spējas, kuru novērtēšanā izmantoja BTPAC, pamatojās uz diviem informācijas avotiem:

1. Literatūrā pieejamās spēju klasifikācijas (piemēram, *Carrol*, 1993; *Fleishman et al.*, 1984).
2. Spēju saraksts Rumānijas Profesiju katalogā (*Romanian Occupation Catalogue*) (COR, 2000) un Profesiju profilos (*Occupational Profiles*) (PO, 1998-2000), ko kopīgi publicēja Darba ministrija, Izglītības ministrija un Jaunatnes ministrija – Karjeras informēšanas un konsultēšanas darba grupa.

Šo avotu informāciju savstarpēji saistot, tika noteiktas 8 kognitīvās spējas.

Vispārējas mācīšanās spējas (*General learning ability*)

Vispārējas mācīšanās spējas ataino attieksmi pret jaunas informācijas asimilēšanu, tās reorganizēšanu un izmantošanu. Tādējādi, vispārējas mācīšanās spējas parādās kā triju šķautņu konstrukts: **jaunu zināšanu selektīva asimilēšana**, kurai nepieciešams koncentrēt uzmanību un pretoties interferencei (*resisting interference*); **spēja organizēt informāciju** personas atmiņā, kas ietver kognitīvu inhibīciju (*cognitive inhibition*) un īstermiņa atmiņu; un **operatīvā sastāvdaļa (*operational component*)**, kas ietver: analītisko domāšanu, analogisko pārnesšanu (*analogical transfer*), darba atmiņu (*working memory*) un elastību kategoriju noteikšanā (*categorization*).

Verbālas spējas (*Verbal aptitude*)

Verbālās spējas ir komunikācijas un cilvēku attiecību būtiska sastāvdaļa. Šo spēju attīstības līmenis ļauj efektīvi darboties lielākajā daļā profesiju, īpaši tajās, kur nepieciešams precīzi saprast un komunicēt saturu; izglītības, jurisprudences, sabiedrisko attiecību, u.c. jomās. Verbālās spējas ietver vairākus līmeņus: **leksikas spējas (*vocabulary abilities*)**, spēja *saprast vārdu nozīmi un pareizi tos lietot*, kas ir nepieciešamas ikdienas mijiedarbībā ar cilvēkiem; **sintaktiskas spējas (*syntactic abilities*)** parāda spēju apvienot vārdus teikumos un teikumus – frāzēs saskaņā ar precīziem noteikumiem, kam ir svarīga nozīme komunikācijā, īpaši mutiskās un rakstiskās valodas kodēšanā un atkodēšanā (*coding and decoding*); un **spējas saprast rakstītos tekstus** attiecas uz lasītāja spēju padarīt rakstisku ziņojumu cik iespējams sakarīgu, izmantojot noteiktas prāta operācijas.

Spējas strādāt ar skaitļiem (*Numerical aptitude*)

Spējas strādāt ar skaitļiem ir nozīmīga spēju novērtēšanas komplekta un intelekta sastāvdaļa. Testi, lai noteiktu spējas strādāt ar skaitļiem, ir iekļauti kompleksos intelekta testos (WISC-R, WAIS-R, *Wechsler*, 1986), kamēr multidimensionālie intelekta modeļi (*multidimensional intelligence models*) uzskata, ka spējas strādāt ar skaitļiem ir specifiska intelekta izpausme, loģiskā un matemātiskā intelekta daļa. (*Gardner*, 1983).

Kā psiholoģisko spēju testu komplekta sastāvdaļa testi, darba spēju ar skaitļiem noteikšanai, tādi kā tie, kas iekļauti *GATB – Vispārējo spēju noteikšanas testu komplektā (General Aptitude Tests Battery (ASV Darba departaments))*, *DAT – Atšķirīgo spēju testā (Differential Aptitude Test) (Bartram, Lindley and Foster, 1992)* vai *EAS – Darbinieku spēju pārskatā (Employee Aptitude Survey) (Ruch and Ruch, 1983)*, izrādījušies noderīgi profesionālās darbības rezultātu prognozēšanā (*Kolz, McFarland and colab.*, 1998; *Hunter and Hunter*, 1984).

Meta-analītiskie pētījumi skaitļu spēju uzbūvē identificējuši divus būtiskus aspektus (*Snow and Swanson*, 1992): **matemātisko aprēķinu spējas (*mathematical calculus ability*)** – spēju ātri un pareizi veikt vienkāršus aprēķinus, pielietojot četras aritmētiskas darbības: pieskaitīšanu, atņemšanu, reizināšanu un dalīšanu; un **matemātiskās spriešanas spējas (*mathematical reasoning capacity*)** – spēju analizēt matemātiskas problēmas un pielietot to risināšanā pareizas metodes. Tātad, lai precīzi novērtētu spējas strādāt ar skaitļiem, noteikti jānovērtē arī šīs divas sastāvdaļas. Individuālās atšķirības skaitļu spējās var attiecināt uz tādiem faktoriem, kā dzimums, vecums, izglītība (*Byrnes*, 2001). Psiholoģiskie pētījumi atklājuši īpašas attiecības starp skaitļu spēju testu izpildi un augstāk minētajiem mainīgajiem lielumiem. Tādējādi, skaitļu spējas attīstās laika gaitā un saistībā ar izglītības līmeni (*Giaquinto*, 2001); matemātisko aprēķinu spējas augstākas ir sievietēm, ievērojami lielāka atšķirība ir līdz 15 gadiem un talantīgiem bērniem, bet matemātiskā spriešana labāka ir vīriešiem, īpaši pēc 14 gadu vecuma, un talantīgiem bērniem (*Halpern*, 1992; *Becker*, 1990; *Hyde, Fennema and Lamon*, 1990).

Telpiskās spējas (*Spatial aptitude*)

Telpiskās spējas tika novērtētas jau pašos intelekta testu sākumos (*Binet and Simon, 1905*). Kā izziņas spējas telpiskā spējas bieži ir psiholoģisko spēju testu komplektu vai intelekta modeļu galvenā sastāvdaļa (*Guilford, Fruchter and Zimmerman, 1952*). Virknē izziņas struktūras pētījumu tās ir aplūkotas kā telpiski-kinestētiskā intelekta (*spatial-kinesthetic intelligence*) sastāvdaļa (*Gardner, 1983*).

Metaanalītiskie pētījumi rāda, ka telpiskās spējas nav viendabīgas; tās var iedalīt šādās sastāvdaļās (*Linn and Peterson, 1985*):

- **Telpiskās attiecības (*Spatial relations*)** – šī sastāvdaļa ir labi izcelta tēlu pārveidošanas uzdevumos. Piemēram, *Rotācijas uzdevumi (Rotation tasks)*;
- **Telpiskā orientēšanās (*Spatial orientation*)** – šī sastāvdaļa attiecas uz personas spēju atspoguļot uztveres/percepcijas lauku no citas perspektīvas. Telpiskās orientēšanās uzdevumos subjekts tiek lūgts analizēt dažādus telpas aspektus, pārceļot redzes punktus. Iztēles tēlu ģenerēšana, sakomponējot citus (*composing others*), ietver kompleksa uztveres lauka analīzi un tādā veidā iegūto iztēles tēlu kombināciju. Iztēle ir izziņas attēlojums, kas ietver informāciju par objektu formu un telpisko konfigurāciju (relatīvs stāvoklis), kad vizuālie stimuli neietekmē specifiskus receptorus (*Miclea, 1994*).

Ir plaši pierādīts, ka šīm spējām ir liela nozīme profesionālā darbībā (*Smith, 1964*) noteiktās jomās: matemātikā (*Burnett, Lane and Dratt, 1979*), ķīmijā (*Barke, 1993*), informātikā un tehniskās zinātnēs (*Sorby, Leopold and Gorska, 1999*).

Formas uztveres spējas (*Form perception aptitude*)

Uztvere ir nepastarpinātas un tūlītējas atspoguļošanas process (*process of unmediated and immediate reflecting*) objektu un parādību fizisko īpašību izziņas sistēmā to pilnībā, tiem iedarbojoties uz mūsu sajūtām. (*Radu et al, 1991*). Ir vairāki uztveres veidi: vizuālā, dzirdes, taustes-kinētiskā, ožas un garšas. Formas uztveres testu mērķis ir novērtēt vizuālo uztveri. Vizuālās uztveres ietvaros formu operatīvi var definēt kā **tā aspekta stimulu, kas saglabājas invariants, neskatoties uz pārmaiņām, kuras notiek tā lielumā, pozīcijā un orientācijā.**

Visi novērtējumi formas uztveres testos attiecas uz spēju uztvert divu dimensiju formas, kas izraisa trīs spējas:

- **formas konstantumu:** pazīst noteikto mērķa formu dominējošās pazīmes, kad mainās to lielums vai pozīcija;
- **figūras-fona atšķiršanu:** identificē formas, kas iekļaujas vispārējās uztveres kontekstā;
- **pozīciju telpā:** identificē sajauktas vai rotējošas figūras.

Biroja darba spējas

Kantora darbinieks ir "persona, kura veic galvenokārt administratīvu darbu". (Rumāņu valodas skaidrojošā vārdnīca, 1998.). Šī profesionālā grupa ietver administratorus, sekretārus, datoroperatorus, arhīva darbiniekus, mašīnrakstītājus, kasierus, dažāda veida konsultantus, citus valsts vai privātās administrācijas darbiniekus (*Occupational Profiles, 2002*). Šajās profesijās būtiska īpašība ir spēja ātri un precīzi strādāt ar dokumentiem, tas ir, noteikt būtiskas detaļas vai kļūdas drukātos materiālos un dažādos tekstos un tabulās.

Līdz šim izmantotie daudzie testi (piemēram, *Vispārējo biroja darba spēju noteikšanas testu komplekts (General Clerical Test Battery)*, *Vispārējo spēju noteikšanas testu komplekts (General Aptitude Tests Battery)*, *Minesotas Biroja speciālistu tests (Minnesota Office Specialist Test)*, utt.) parāda, ka kancelejas darba spējas tiek noteiktas, izmantojot tādus testus, kas galvenokārt vērsti uz šādiem aspektiem: perceptīvās spējas, kas pielietotas verbāliem un ciparu materiāliem (spēja pareizi rakstīt un rediģēt kļūdas, ievadīt jaunu elementu nepatvaļīgā sērijā (*non-arbitrary series*), ievērojot noteiktu kārtību, pārbaudīt, vai divas ciparu vai skaitļu sērijas ir vai nav identiskas), un matemātiskās rēķināšanas spējas. Dažreiz šīs spējas pārbauda ar dublējošiem testiem, kas novērtē gramatikas un vārdu krājuma zināšanas (piemēram, rakstisku instrukciju ievērošana, ziņojumu saprašana, ortogrāfija), kā arī ar dažiem specifiskiem darba uzdevumiem (piemēram, juridiskās terminoloģijas lietošana, biroja tehnikas lietošana, administratīvā darba parastās procedūras).

Reakcijas laiks

Ir empīriski dati, kas pierāda, cik nozīmīgs reakcijas ātrums ir darba izpildei dažādās profesijās: autovadītājs, lidmašīnas pilots, gaisa satiksmes kontrolieris (Richard, 2002), policists, austrumu cīņas veidu instruktors, kaskadieris (Lee et al., 2001), radio-TV diktors, stenografētājs, mašīnrakstītāja (Sanders, 1998), utt..

Izpētot reakcijas ātrumu, mēs faktiski novērtējam izziņas spējas, īpaši vispārējo intelektu. "Reakcijas laika" (RT) koncepcija nozīmē laiku, kas paiet no stimula došanas subjektam līdz atbildes reakcijai. Reakcijas ātrums pārstāv vienu no atkarīgiem mainīgiem lielumiem, kuri visbiežāk tikuši izmantoti eksperimentālā psiholoģijā. Šo terminu izmanto, gan lai norādītu laiku, kas subjektam nepieciešams, lai reaģētu uz specifisku uzdevumu, gan pašu eksperimentālo procedūru. Ir vairāki reakcijas laika varianti: *vienkāršs reakcijas laiks, asociatīvais, selektīvais mērķtiecības), ar atmiņu saistītais*, utt. Informācijas apstrādāšanas ātruma novērtēšanai mēs esam izvēlējušies šādus trīs variantus: vienkāršo reakcijas ātrumu (SRT), izvēles reakcijas laiku (CRT), un atmiņas pieejamības reakcijas laiku (*memory accessing reaction time*) (MRT). **Vienkāršās reakcijas laika tests** (SRT) parāda laiku, kas paiet no vienkārša stimula (vizuāla, dzirdes) prezentācijas līdz subjekta reakcijai, kā stimula identifikācijas pierādījumu. **Izvēles reakcijas laika tests** (CRT) pārstāv paplašinātu SRT, kad subjekts tiek salīdzināts/konfrontēts ar diviem vai vairākiem uztveres stimuliem un viņam ir divas vai vairākas izvēles. **Atmiņas pieejamības reakcijas laika tests** (MRT) novērtē, cik ilgs laiks nepieciešams atmiņas skenēšanai, lai nolemtu, vai pēdējais stimuluss pieder pie iepriekš prezentētā (vairāku elementu) komplekta.

Analizējot trīs reakcijas ātruma testu sastāvdaļas, mēs varam noteikt secīgus procesus, kuru ilgums ir mainīgs.

Trīs variantu izvēle pamatojās uz eksperimentālo pētījumu rezultātiem. Pirmkārt, tie pierādījuši, ka subjekta darba veikuma apstiprināšana ar visām trim procedūrām (SRT, CRT, MRT) ievērojami palielina RT testa informatīvo/prognozējošo vērtību (Choudhury and Gorman, 1999). Turklāt, Švicers (Schwitzer) (2001) parādījis, ka profesijām, kurās nepieciešamas kompleksas aktivitātes, CRT un MRT ir daudz informatīvāki, kad mēs vēlamies novērot augstu darba izpildes līmeni.

Reakcijas laika izmantošanas noderīgums, novērtējot individuālas atšķirības izziņas funkcijās, ir plaši aprakstīts (Barrett et al., 1986; Bates and Stough, 1997; Bowling and MacKenzie, 1996; Carlson and Widaman, 1987, etc.). Šie pētījumi parādīja, ka ātrums un konsekvence, ar kuru indivīdi izpilda dažādus RT-tipa uzdevumus, ir atšķirīgi tādu indivīdu grupām, kurām šis atšķirības bija paredzētas. Piemēram, indivīdi, kuru diagnoze ir garīgā atpalicība, reaģēja ar nokavēšanos un mazāk konsekventi RT testos, nekā vidusmēra cilvēki (Davis et al., 1991; LeClaire and Elliot, 1995). Līdzīgā veidā spējīgākie indivīdi pierādījuši, ka viņi ir ievērojami ātrāki un konsekvētāki savās atbildēs uz RT uzdevumiem nekā vidusmēra indivīdi (Kranzler et al., 1994; Saccuzzo et al., 1994). Šī priekšrocība ātruma ziņā ir īpaši svarīga kompleksos uzdevumos (Schweitzer, 2001). Var secināt, ka ir pietiekami daudz eksperimentālu datu, lai pamatotu RT uzdevumu (SRT, CRT, MRT) izmantošanu kā pamatotu izziņas spēju novērtēšanas metodi, īpaši vispārējā intelekta novērtēšanai. Bez tam, ņemot vērā minētos faktorus, mēs varam palielināt RT prognozējošo vērtību lielam skaitam profesiju, kurās nepieciešama ātra reakcija.

Lēmumu pieņemšanas spēju potenciāls

Sākotnēji matemātiķi un ekonomisti veica pētījumus lēmumu pieņemšanas jomā, cenšoties rast stratēģiju, lai uzlabotu lēmumu pieņemšanas procesu. Normatīvās teorijas (paredzamā vērtība, paredzamā lietderība, spēles) ir mēģinājumi optimizēt lēmumu pieņemšanas procesu, lietojot precīzu matemātikas aparātu. Pētījums, kuru uzsāka Saimons (Simon) (1959) un turpināja Tverskis un Kānemans (Tversky and Kahneman), tomēr pierādīja, ka lēmumu pieņēmēji nepieiet šim procesam racionāli. Saimona ierosinātā ierobežotas racionalitātes teorija uzsver lēmumu procesu aprakstošo pieeju. Aprakstošā pieeja norāda, ka cilvēki izmanto heuristiku visā lēmumu pieņemšanas procesa laikā un neanalizē racionāli alternatīvas, ar kurām tie sastopas. Protams, ideja par optimālas lēmumu pieņemšanas stratēģijas identificēšanu netika aizmirsta, parādoties aprakstošām pieejām. Ekonomikas vidēs racionālas alternatīvas analīzes ideja joprojām ir pamatā visiem rekomendējošiem lēmumiem. Vēl viens virziens pragmatiskiem ekonomistiem ir lēmumu pieņemšanas spēju novērtēšana. Noskaidrot, vai konkrētai personai piemīt lēmumu pieņemšanas spējas, ir patiešām nopietns psiholoģisko pētījumu uzdevums.

Ideāls psiholoģisko testu veids ir standartizēti eksperimentālie testi. Zinātniskos pētījumos izziņas funkcijas īpatnības pēta, izmantojot teorētiskos modeļus. Lai pārbaudītu teorētiskās hipotēzes, tiek noformulēti speciāli eksperimentāli uzdevumi. Lēmumu pieņemšanas gadījumā labi zināmās aprakstošās teorētiskās izstrādes

atsaucas uz lēmumu pieņēmēju ierobežoto racionalitāti (Simon, 1959). Eksperimentālie uzdevumi, kas pierāda, ka lēmumu pieņēmēji neanalizē konkrēto situāciju un alternatīvas racionāli, ir atšķirīgi, bet vislabāk zināmie uzdevumi neapšaubāmi ir Tverska un Kānemana piedāvātie. Ierobežotās racionalitātes teorijas centrālā tēze ir, ka cilvēki izmanto izziņas heuristiku un personiskās stratēģijas, analizējot pieejamo informāciju, un informācijas apstrādāšana dažreiz tiek veikta izziņas aizspriedumu ietekmē (*effect of the cognitive bias*). Izziņas aizspriedumi un heuristika (stratēģijas, ko mēs pielietojam, lai pieņemtu lēmumus, neveicot visas informācijas precīzu analīzi), analizējot lēmumu alternatīvas, ir šādi: *ierāmēšanas efekts*), *alternatīvs prototipiskums*), *alternatīva reprezentativitāte raksturīgums*), *alternatīva pieejamība*), *Elsberga paradokss* (*Ellsberg's paradox*), *Allē paradokss* (*Allais' paradox*). Aizspriedumu un heuristikas pētījumos piedāvāta virkne eksperimentālo uzdevumu. Rezultātā eksperimentālie uzdevumi ir analizēti un standartizēti tādā veidā, lai nokomplektētu pozīciju komplektu testam, kas novērtēs lēmumu pieņēmēju racionalitāti vai viņu pakļautību aizspriedumiem.

Metodes prezentācija

Katra no 8 izziņas spējām, kas ir maksimāli svarīga profesionālā un akadēmiskā darbībā, ir operacionalizēta testu sērijā. Testu skaits mainās atkarībā no spējas sarežģītības. Piemēram, vispārējās mācīšanās spējas ir ļoti kompleksas, tām piemīt vairākas sastāvdaļas, tādēļ tām ir noteiktas septiņas testu kategorijas. Un pretēji tam, biroja darba spējām, kas ir specifiskākas, bet kurās ir mazāk sastāvdaļu, noteikts tikai viens tests ar vairākām apakšskalām. Pavisam ir 23 BTPAC testi, no kuriem 3 – tie, kas attiecas uz reakcijas laiku – pieejami tikai datotizētā veidā.

Vispārējās mācīšanās spējas

Testi vispārēju mācīšanās spēju noteikšanai:

| Tests | Apraksts |
|--|---|
| 1. Analītiskā spriešana (<i>Analytical reasoning</i>) | Novērtē spēju atklāt noteikumus un pielietot tos, lai risinātu spriešanas problēmas (<i>reasoning problems</i>). Sastāv no divām apakšskalām (<i>subscales</i>): Spriešanas apakšskala A (induktīvā) ■ Ietver 12 pozīcijas ■ Laiks – 7 minūtes Spriešanas apakšskala B (deduktīvā) ■ Ietver 12 pozīcijas ■ Laiks – 7 minūtes |
| 2. Analógiska pārvešana (<i>Analogical transfer</i>) | Novērtē spējas pielietot iepriekš apgūtās zināšanas jaunās situācijās. ■ Ietver 22 uzdevumus ■ Laiks 5 minūtes |
| 3. Elastīgums kategoriju noteikšanā (<i>Flexibility in categorization</i>) | Novērtē spējas ātri pārslēgt kategorijas noteikšanas kritērijus un sagrupēt objektus, pamatojoties uz jauno kritēriju. ■ Ietver 9 pozīcijas un katrai ir trīs klasifikācijas kritēriji (taksonomija, funkcija, uztvere) – 27 tēlu komplekti pavisam. ■ Laiks 3 minūtes |
| 4. Kognitīvā inhibīcija un īslaicīgā atmiņa (<i>Cognitive inhibition and shortterm memory</i>) | Novērtē spējas neievērot neatbilstošas informācijas plūsmu, kā arī atcerēties informāciju īsu laiku. ■ Sastāv no 4 sarakstiem, katrā 15 vārdi, kas jāiegaumē ■ Laiks 6 minūtes |

| | |
|--|--|
| 5. Darba atmiņa (<i>Working memory</i>) | Novērtē izziņas sistēmas spējas īslaicīgi saglabāt atbilstošu informāciju un operēt ar to. <ul style="list-style-type: none"> ■ Sastāv no 10 sērijām ar piecām ciparu un burtu rindām, kur katrā rindā ir atšķirīgs ciparu un burtu skaits ■ Nav laika ierobežojuma |
| 6. Kognitīvā interference (<i>Cognitive interference</i>) | Novērtē spējas ignorēt nevajadzīgu informāciju. <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver trīs pozīciju grupas (iepazīšanās, neitrālā un interferences, kur katru pozīciju veido 1 līdz 4 vārdu grupa) ■ Nav laika ierobežojuma |
| 7. Uzmanības koncentrācija (<i>Focused attention</i>) | Novērtē spējas koncentrēties, izmantojot negatīvus kontrastus. <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver divus tādu vārdu sarakstus, kas apzīmē krāsas un kuri uzrakstīti atšķirīgās krāsās. Katrā sarakstā ir 48 vārdi, kas uzrakstīti divās ailēs, pa 24 vārdiem katrā. ■ Nav laika ierobežojuma |

Verbālās spējas (*Verbal aptitude*)

Testu, kuri nosaka verbālās spējas, apraksts:

| Tests | Apraksts |
|---------------------|--|
| 1. Vārdu krājums | Novērtē spēju operēt ar vārdu nozīmi, lai noteiktu semantikas līmeni. Sastāv no diviem testiem: Pirmais tests (sinonīmi) <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver 15 pozīcijas ■ Laiks 2 minūtes Otrs tests (antonīmi) <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver 15 pozīcijas ■ Laiks 2 minūtes |
| 2. Sintakse | Novērtē spēju veidot teikumus un frāzes. Sastāv no trim apakšskalām: Pirmā apakšskala – teikuma pabeigtība <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver 10 pozīcijas ■ Laiks 2 minūtes Otrā apakšskala – kļūdu identificēšana <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver 10 pozīcijas ■ Laiks 2 minūtes Trešā apakšskala – pārfrazēšana <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver 10 pozīcijas ■ Laiks 2 minūtes |
| 3. Teksta saprašana | Novērtē spēju noteikt adekvātu rakstiskā testa nozīmi un izdarīt secinājumus no teksta. <ul style="list-style-type: none"> ■ Ietver trīs secīgus tekstus ar aizvien pieaugošu grūtības pakāpi, uzdevums ir sniegt atbildes uz 22 jautājumiem par šo tekstu saturu ■ Laiks 12 minūtes |

Spēja strādāt ar skaitļiem (*Numerical aptitude*)

Testi, kuri nosaka spējas strādāt ar skaitļiem, un to apraksts:

| Tests | Apraksts |
|--------------------------|---|
| 1. Matemātiskie aprēķini | Novērtē spējas ātri un pareizi veikt vienkāršus matemātiskus aprēķinus, izmantojot četras aritmētiskas darbības: saskaitīšanu, atņemšanu, reizināšanu, dalīšanu. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 15 vienkāršu matemātisku vingrinājumu komplektu ar veseliem skaitļiem■ Laiks 5 minūtes |
| 2. Matemātiskā spriešana | Novērtē spējas izdarīt spriedumus, pamatojoties uz skaitļu sērijām. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 20 sakārtotas sērijas■ Laiks 10 minūtes |

Telpiskās spējas

Testu, kuri nosaka telpiskās spējas, apraksts:

| Tests | Apraksts |
|----------------------------|---|
| Uztveres tēlu pārveidošana | Novērtē spējas pārveidot tēlu, īpaši ar rotācijas palīdzību. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 10 pozīcijas■ Laiks 5 minūtes |
| 1. Orientēšanās telpā | Novērtē spēju analizēt stimulu jomu no konkrētas perspektīvas un piedāvāt informāciju par šo lauku, sākot ar no jauna pieprasīto perspektīvu. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 10 pozīcijas■ Laiks 5 minūtes |
| 2. Tēlu ģenerēšana | Novērtē spējas atcerēties tēlu sērijas un kombinēt tās. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 10 pozīcijas■ Laiks 15 minūtes |

Formas uztveres spējas

Testu formas uztveres spēju noteikšanai un to apraksts:

| Tests | Apraksts |
|----------------------------------|---|
| Konstantums | Novērtē spēju uztveres formu konstantumu. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 12 pozīcijas■ Laiks 5 minūtes |
| 1. Detaļu uztveršana | Novērtē spējas uztvert grafisku materiālu un objektu detaļas. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 12 pozīcijas■ Laiks 5 minūtes |
| 2. Kompleksa perceptuālā analīze | Novērtē spējas atšķirt figūru no fona. <ul style="list-style-type: none">■ Ietver 12 pozīcijas■ Laiks 5 minūtes |

Kancelejas darba spējas

Kancelejas darba spēju noteikšanas testu apraksts:

| Tests | Apraksts |
|----------------------------|--|
| 1. Kancelejas darba spējas | Novērtē trīs aspektus: a) rakstisku materiālu un tabulu detalizēta uztveršana b) atšķirību identificēšana starp oriģinālu un kopiju c) vārdu un skaitļu identificēšana un labošana tekstā ■ Ietver 25 jautājumus ■ Laiks 10 minūtes |

Reakcijas laiks

Testu reakcijas laika noteikšanai apraksts:

| Tests | Apraksts |
|--|--|
| 1. Vienkāršas reakcijas laiks | Novērtē motoriskās reakcijas ātrumu, kad tiek dots stimuls. ■ Ietver 30 ģeometriskas figūras, kas katra tiek parādīta 0,5 sekundes. ■ Nav laika ierobežojuma |
| 2. Izvēles reakcijas laiks | Novērtē, cik ātri izvēlas vienu no diviem stimulu variantiem. ■ Ietver 30 parādīšanas reizes, katra 0,7 sekundes. ■ Nav laika ierobežojuma |
| 3. Atmiņas pieejamības reakcijas laiks | Novērtē informācijas izgūšanas ātrumu. ■ Ietver 6 burtu sērijas parādīšanu 20 reizes, katra tiek parādīta 3 sekundes. ■ Nav laika ierobežojuma |

Lēmumu pieņemšanas spēja

Lēmumu pieņemšanas spēju noteikšanas testu apraksts:

| Tests | Apraksts |
|--------------------------|---|
| Lēmumu pieņemšanas spēja | Novērtē lēmumu pieņēmēja racionalitāti un jūtīgumu pret aizspriedumiem un neizlēmību. ■ Ietver 14 pozīcijas ■ Laiks 7 minūtes |

Spēju līmenis ir attiecīgo testa līmeņu, kas tiek uzskatīti par intervāla skalu, mediānas rezultāts. Spēju līmenis parāda izpildes intervālu, nevis abstraktu punktu skaitu. BTPAC testos tika izmantota 5 klašu normas skala. Lai izveidotu standartus, rīkojas šādi:

- punktu skaits tika sakārtots no lielākā uz mazāko;
- noteica katra punktu skaita biežumu;
- noteica uzkrājošos/kumulējošo biežumu;
- aprēķināja katras skalas procentu;
- izveidoja saiknes starp punktu skaitu un kumulatīvā biežuma procentu.

Pieci soļi skalā nosaka arī darba izpildes intervālus. Tā kā tie ir sakārtoti noteiktā secībā, dispersija intervāla ietvaros (*dispersion within an interval*) ir maza un starpība starp intervāliem ir konstanta, tas ir 1δ. Izpildījuma līmeņa intervāli parāda intervālu skalu, kurā var veikt aritmētiskas darbības.

Mērķauditorija

BTPAC var pielietot cilvēkiem vecumā no 12 līdz 50 gadiem. BTPAC standarti atbilst noteiktam dzimumam un iedalīti četrās vecuma grupās: 12-15; 16-18; 19-29 un virs 30 gadiem (tas ietver minimālo skaitu uz vienu testu – vairāk par 1000 personām).

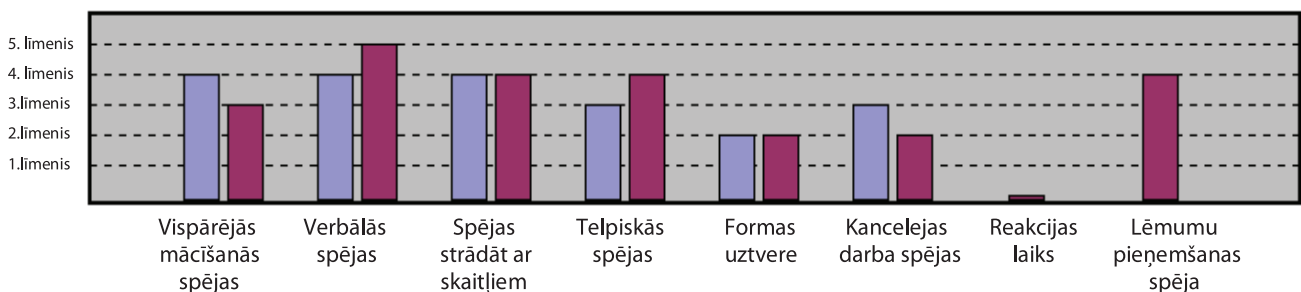
Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Lai gan spējas nav vienīgais profesionālā darbībā iesaistītais faktors, veiksmes iespējas ir augstākas tajās profesijās, kuru prasībām spējas atbilst. Rumānijas Profesiju profilos (PO) praktiski katrai profesijai ir noteikts spēju profils, kas izteikts piecos līmeņos (1 – ļoti vājš, 2 – vājš, 3 – vidējs, 4 – labs, 5 – ļoti labs). BTPAC palīdz noteikt līmeni katrai spējai, atbilstoši attiecīgā testa izpildei, arī piecos līmeņos vai normētās klasēs. Tādēļ *iespējams pārbaudīt, vai indivīda spēju profili un profesijas profili saskan*. No šo divu profilu atšķirības var redzēt, cik lielā mērā persona ir piemērota profesijai vai profesiju grupai, *ņemot vērā tās spējas*.

Lai konsultantam būtu pieejams maksimāls līdzekļu skaits, divu profilu salīdzināšanu automātiski veic datorprogramma:

- *0 līmenis* – izvēlas profesijas, kas precīzi atbilst profilam;
- *1. līmenis* – izvēlas profesijas, kurām nepieciešamas zemāka līmeņa spējas, nekā indivīdam piemīt;
- *2., 3. un 4. līmenis* – izvēlas tās profesijas, kur nepieciešamās spējas atrodas individuālo spēju 2., 3. un 4. līmenī.

Katru reizi tiek parādītas konkrētajam līmenim izvēlētās profesijas, kā arī iepriekšējo līmeņu profesijas. Tādā veidā personai, kura lūdz karjeras konsultācijas un karjeras attīstības atbalstu, pakāpeniski piedāvā aizvien pieaugošu profesiju alternatīvu sarakstu, no kura izvēlēties. Cilvēki var izvēlēties piemēram, tādu profesiju, kuras spēju profils precīzi atbilst viņu pašu spējām, vai arī viņi var izvēlēties tādu profesiju, kuras profils ir zemāks par viņu spējām, un šī izvēle pamatojas uz noteiktiem, labi apzinātiem iemesliem. Pieņemsim, ka pēc savu spēju novērtēšanas klienti vēlas uzzināt, vai viņu spējas piemērotas noteiktām profesijām, kuras viņi precīzi nosauc. Šādā gadījumā konsultants var aplūkot minētās profesijas piemērotības profilu un pārbaudīt, vai tas atbilst klienta spēju profilam. Var noteikt ne vien profesiju, kurai klients ir piemērots (pat ja viņam ir augstāka kvalifikācija), bet var redzēt arī "cik tālu" vēlamā profesija ir no klienta pašreizējās atbilstības līmeņa. Tādējādi konsultācija noteiks veidu, kā kompensēt šīs atšķirības, lai klients varētu veiksmīgi iesaistīties vēlamajā profesijā. Individuālās piemērotības profila salīdzināšana ar profesijas profilu parasti parāda šādu grafisku ainu. Salīdzinot divus profilus, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta process kļūst daudz spēcīgāks un efektīvāks.



- Uzraksti: ■ piemērotības profils izvēlētai/vēlamai profesijai
■ jūsu piemērotības profils

Metodes novērtējums

Psiholoģiskā novērtēšana vērsta vai nu uz iekšējiem psiholoģiskiem procesiem (piemēram, ietekme), vai uz īpašiem izturēšanās veidiem. Tā kā šīs jomas definīcija var būt vairāk vai mazāk precīza, mēs jautājam sev, vai spējas, ko noteicis tests, atbilst novērtēšanas jomai. Tādējādi, lai novērtēšanas līdzeklis tiktu uzskatīts par labu līdzekli šajā jomā, mums jāzina, ka tas novērtē to, kam tas paredzēts. Šīs prasības rezultāts ir tās psihometrisko īpašību analīze.

Psiholoģiskie testi ir izturēšanās modeļa izpētes mērķis un standartizēts līdzeklis (*Anastasi, 1979*) un ir viens no bieži izmantotām psiholoģiskās novērtēšanas metodēm. Lai, pamatojoties uz testa rezultātiem, spētu formulēt pareizus secinājumus par personas izturēšanos, jānovērtē šādas testa raksturīgās iezīmes: ticamība, validitāte, konstruktu normas.

Ticamība

Ticamību dod novērtēšanas kļūdu nosacīta neesamība psiholoģiskā testā. Bieži testa ticamība attiecas uz diviem aspektiem: iekšējā konsekvence un rezultātu stabilitāte/pastāvība laikā.

Testa **iekšējā konsekvence** (*Internal consistency*) parāda apmēru, kādā visas pozīcijas novērtē vienu un to pašu mainīgo lielumu. Iekšējās konsekvences koeficientu aprēķina, nosakot svārstības katrā pozīcijā un kopējā punktu skaita svārstības. BTPAC iekšējā konsekvence analizēta, pamatojoties uz *Alfa Cronbach* iekšējās konsekvences koeficientiem (piemēram, Analogisks pārņemšanas tests, Telpisko spēju novērtēšanas testi), un pamatojoties uz dalīšanas metodi (*halving method*) (piemēram, Reakcijas laika novērtēšanas testi). Katrā testā iegūtie lielumi (0,50-0,85) parāda labu iekšējo konsekvenču; tādēļ var teikt, ka tie ticami novērtē konstruktus (*constructs*).

Ņemot vērā faktorus, kas ietekmē atkārtota testa ticamības noteikšanu – **stabilitāti** – (laika intervāls no testa līdz atkārtota testa veikšanai, pozīcijas grūtības pakāpe, izmaiņas testa izpildījumā ko ietekmējusi pirmā testēšana), pētījumu par BTPAC testa rezultātu stabilitāti laikā veica ar divu nedēļu atkārtotas testēšanas intervālu. Intervālu noteica, jo bija nepieciešama rezultātu stabilitātes stingra analīze, ņemot vērā avotus, kas var izkropļot koeficientu. BTPAC testi devuši atkārtotas testēšanas koeficientu, kas svārstās starp 0,50 un 0,80. Šo koeficientu lielums parāda punktu skaita stabilitāti.

Validitāte (*Validity*)

Ikvienam psiholoģiskās novērtēšanas līdzeklim pilnībā jāatbilst validitātes prasībām, kas definētas kā: "apmērs, kādā tests novērtē to, kam tas paredzēts" (*Anastasi, 1976*). Validitāte ir attiecības starp punktu skaitu, kas iegūts testā, un noteiktu ārēju kritēriju vai izpildījumu. Šis kritērijs var attiekties uz ikvienu jomu: personāla rekrutēšana, panākumi skolā vai medicīniska klasificēšana. Literatūrā doti dažādi psiholoģiskās validitātes veidi. Tie jāsaprot kā metodes, ar kuru palīdzību mēģina panākt psiholoģiskās novērtēšanas metodes optimizēšanu. Literatūrā visbiežāk sastaptais modelis (*Anastasi, 1976; Cohen and colab., 2000*) pamatojas uz zemāk minēto taksonomiju:

- konstrukta validitāte;
- kritērija validitāte;
- satura validitāte.

Konstrukta validitāte parāda, cik lielā mērā tests novērtē konkrētu pazīmi vai mainīgo lielumu. BTPAC testu konstrukta pamatotība panākta ar dažādiem līdzekļiem: konverģentu un diverģentu validitāti (*convergent and divergent validity*), faktoru analīzi, utt.

Kritērija validitāte norāda, cik precīzi tests prognozē turpmākās izturēšanās modeli. Šajā gadījumā testa veikšana jāsalīdzina ar citu veikto testu, ko dēvē par *kritēriju*. Kritēriju definē kā standartu, ar kuru salīdzināt testa izpildi.

Satura validitāte ietver testa satura sistemātisku izpēti, lai pārbaudītu, vai tas aptver novērtējamās jomas reprezentatīvo izlasi (*representative sample*) (*Anastasi, 1976*). Lai saturam būtu lielāka validitāte, testā iekļautajām pozīcijām jāreprezentē tas, kam šis tests paredzēts.

Pozīciju analīzē izmantotās statistiskās procedūras parasti ir ārkārtīgi sarežģītas, tādēļ mēs parādīsim tikai galvenos indikatorus, kas izmantoti BTPAC pozīciju analīzē:

- grūtības indekss (*difficulty index*);
- izšķiršanas indekss (*discrimination index*).

Grūtības indeksa teorētiskais lielums ir starp 0 (neviens subjekts nav atrisinājis pozīciju pareizi) un 1 (visi subjekti atbildējuši uz jautājumu pareizi). BTPAC gadījumā tika iekļauti tikai tie jautājumi, kuru grūtības indeksi bija robežās no 0,30 līdz 0,70.

Pozīciju izšķiršanas indekss novērtē, cik labi pozīcijai izdodas nodalīt vai atšķirt subjektus, kuriem ir augsts punktu skaits, no subjektiem, kuru punktu skaits ir zems. BTPAC vajadzībām tika aprēķināti visi pozīciju izšķiršanas indeksi, un tika paturētas tikai tās pozīcijas, kuru minimālais lielums bija 0,30.

BTPAC apstiprināšanas procesu veica iepriekš aprakstītā veidā. Eksperimentālā pētījumā tika analizēta novērtētāju savstarpējā saistība attiecībā uz pozīciju saturu. Tika paturētas tikai tās pozīcijas, par kurām eksperti vienojās, ka tās attiecas uz novērtējamo konstruktu. Novērtētāju korelācijas attiecībā uz paturētajām pozīcijām pārsniedza 0,90. Pozīcijas, kuras neatbilda kritērijiem, tika vai nu pārveidotas un atkārtoti analizētas, vai izslēgtas no testa. Turklāt, katru testu nodeva satura analīzei eksperimentālā pētījumā, un palika tikai tās pozīcijas, kurām bija pieņemami izšķiršanas un grūtības indeksi.

Izmantojot BTPAC profesionālai konsultēšanai un karjeras attīstības atbalstam, mēs iesakām lietotājam patūrēt prātā šādus aspektus:

1. Spējas nav vienīgais karjeras izvēlē iesaistītais faktors

Neiedziļinoties detaļās, jāatzīmē, ka atkārtotas metaanalīzes atklājušas, ka karjeras lēmumu pieņemšanā līdzdarbojas trīs faktoru kategorijas:

- a) informācija par karjeru;
- b) informācijas svarīgums lēmumu pieņemējam, un
- c) personīgās īpašības.

Tātad, piemērotības profila novērtēšanas rezultātā iegūtā informācija, lai gan tā ir visstabilākā un tai piemīt vislielākā prognozējošā vērtība, jāizmanto konsultēšanā, saistībā to ar diviem citiem faktoriem. Piemēram, cilvēki, kuriem ir salīdzinoši zems spēju līmenis, bet augsta motivācija var daļēji kompensēt spēju trūkumu ar zināšanu un prasmju daudzumu, kas apgūts mācoties un praktizējoties, bet persona, kurai ir liela interese par profesiju, bet ārkārtīgi vājas spējas, var nodoties nereālām fantāzijām.

2. Sekmes profesijā nepamatojas uz vienu noteiktu spēju veidu, bet gan uz spēju plejādi

Ja tās ir kombinētas, personas spējas tiek kompensētas un abpusēji vairotas, lai nodrošinātu augstākā līmeņa darba izpildi. Spēju profilam ir daudz lielāka informatīva vērtība, nekā katram spēju veidam atsevišķi; tieši tādēļ spējas tiek apskatītas loģiskā veselumā.

3. Profesiju piemērotības profils ņemts no Rumānijas Profesiju profiliem (PO)

BTPAC piedāvā precīzu indivīda spēju profilu. Mēs esam pieņēmuši, ka tāda paša precizitāte raksturoja profesionālās piemērotības profilu, bet atbildība par šo profilu pamatotību nav uzliekama autoriem *Cognitrom*, bet gan Profesionālo profilu (PO) līdzstrādnieku komandai.

4. BTPAC jābūt uz klientiem vērstai

Automātiski BTPAC salīdzina indivīda spēju profilu ar ikvienas profesijas profilu. BTPAC profesionālam lietotājam (karjeras konsultantam, psihologam, pedagogam) jāņem vērā, ka daži klienti var lūgt konsultācijas citu iemeslu dēļ, piemēram:

- sevis iepazīšanai;
- lēmumu virziena noteikšanai;
- disfunkcijas vai neapmierinātību darbavietā samazināšanai, utt.

BT PAC, ar tās sniegtās informācijas palīdzību ļauj apmierināt šīs prasības. Mēs uzskatām, ka papildus būtiskām psihometriskām īpašībām (ticamība, validitāte, utt.) novērtēšanas līdzeklim jādemonstrē arī "izmantošanas validitāte" (*"exploitation validity"*), tas ir, lai visplašākajā mērā apmierinātu klientu un konsultantu vajadzības.

Bibliogrāfija

- Anastasi, A. (1979). *Psychological Testing*. (4th edition). New York, MacMillan Publishing Co.
- Binet, A.; Simon, Th. (1905). New Methods for the Diagnosis of the Intellectual Level of Subnormals. In: *L'Année Psychologique*, 12, p. 191244.
- Burnett, S. A.; Lane, D. M.; Dratt, L. M. (1979). Spatial Visualization and Sex Differences in Quantitative Ability. In: *Intelligence*, 3, p. 345354.
- Byrnes, J. (2001). *Cognitive Development and Learning in Instructional Contexts*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Carroll, J. B. (1993). *Human cognitive abilities: a survey a factor analytic studies*. NY: Cambridge University Press.
- Cohen, R. J.; Swerdlik, M. E. (2000). *Psychological testing and assessment: An introduction to tests and measurement*. Mountain View, CA: Mayfield.
- Dictionar Explicativ al Limbii Române* (1998). Editura Univers Enciclopedic, București.
- Fleishman, E. A.; Quaintance, M. K.; Broedling, L. A. (1984). *Taxonomies of Human Performance*. Academic Press.
- Gardner, H. (1983). *Frames of Mind*. NY: Basic Book Inc.
- Guilford, J. P.; Fruchter, B.; Zimmerman, W. S. (1952). Factor analysis of the Army Air Forces Sheppard Field battery of experimental aptitude tests. In: *Psychometrika*, 17, p. 4568.
- Halpern, D. F. (1992). *Sex differences in cognitive abilities*. (2nd edition). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Hunter, J. E.; Hunter, R. F. (1984). Validity and utility of alternative predictors of job performance. In: *Psychological Bulletin*, 96, p. 7298.
- Hyde, J. S.; Rennema, E.; Lamon, S. J. (1990). Gender differences in mathematical performance: A metaanalysis. In: *Psychological Bulletin*, 107, 139.
- Kolz, A. R.; McFarland, L. A. and al. (1998). Cognitive ability and job experience as predictors of work performance. In: *Journal of Psychology*, 132, p. 539549.
- Lee, J. D.; Caven, B.; Haake, S.; Brown, T. L. (2001). Speechbased interaction with invehicle computers: The effect of speechbased email on drivers' attention to the roadway. In: *Human Factors*, 43, p. 631.
- Miclea, M. (1999). *Psihologie cognitivă. Modele teoreticoexperimentale*. Iași, Polirom.
- Profile Ocupaționale (2000). *Grupul de lucru al proiectului „Informare și consiliere privind cariera”*. București.
- Radu, I. și colab. (1991). *Introducere în psihologia contemporană*. Cluj Napoca, Sincron.
- Ruch, F.; Ruch, W. W. (1983). *Differential Aptitude Survey technical report*. Chicago: IL: Psychological Services Incorporated.
- Sanders, A. F. (1998). *Elements of Human Performance: Reaction Processes and Attention in Human Skill*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schweitzer, K. (2001). Preattentive processing and cognitive ability. In: *Intelligence*, 29, p. 169.
- Showler, W. K.; Droege, R. C. (1969). Stability of aptitude scores for adults. In: *Educational and Psychological Measurement*, 29, p. 681686.
- Smith, A. M. (1964). *Spatial ability: Its educational and social significance*. London, University of London.
- Snow, R. E.; Swanson, J. (1992). Instructional Psychology: Aptitude, Adaptation and Assessment. In: *Annual Review of Psychology*, 43, p. 583626.

- Sorby S.; Leopold C.; Gorska R. (1999). CrossCultural Comparisons of Gender Differences in the Spatial Skills of Engineering Students. In: *Journal of Women and Minorities in Science and Engineering*, 5, p. 279291.
- Tversky, A.; Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. In: *Science*, 211, p. 453458.
- Wechsler, D. (1986). *Wechsler Memory Scale-Revised*. NY: The Psychological Corporation.

Kartīšu šķirošanas metode

Card sorting

Gabriela LEMENI, Mihaela PORUMBA

Psiholoģijas un izglītības zinātņu fakultāte

Babeş-Bolyai Universitāte, Cluj Napoca

Vēsture

Kartīšu šķirošanas metode izpelnījies īpašu uzmanību karjeras konsultēšanas novērtēšanas metožu vidū (Goldman, 1983; Slaney and MacKinnon-Slaney, 1990, 2000). Kopumā pētījumi liek domāt, ka kartīšu šķirošana ir interence, kuras efektivitāte ir salīdzināma ar standartizētiem līdzekļiem, tādiem kā: SCII – Stronga-Kempbela Interesešu aptauja (Strong-Campbel Interest Inventory) (Cooper, 1976; Slaney, 1978); SVIB – Stronga Profesionālo interesešu veidlapa (Strong Vocational Inventory Blank) (Dolliver and Will, 1977); SDS – Pašizpēte (Self-Directed Search) (Lawler, 1979, Takai and Holland, 1979).

Sākot ar Tailera (Tyler's) oriģinālo darbu un integrējot papildinājumus un skaidrojumus, ko izstrādājis Dollivers (Dolliver), turpmāk tika izstrādāta kartīšu šķirošanas metode. Pamatojoties uz piecām galvenajām metaanalīzēm, ir veidots pārdomāts teorētiskais pamatojums (Dolliver, 1981; Slaney and Wade, 1994):

- *Deveja Ar konkrētu dzimumu nesaistīta profesiju kartīšu šķirošana (Dewey's Non-Sexist Vocational Card Sorting)* (NSVCS – Dewey, 1974).
- *Misūri Profesiju kartīšu šķirošanas metode (The Missouri Occupational Card Sorting)* (MOCS – Krieschok, Hansen, Johnston, 1982).
- *Profesiju izpētes un ieskata komplekts (The Vocational Exploration and Insight Kit)* (VEIK – Holland, 1980).
- *Misūri Profesionālo vēlmju tests (The Missouri Occupational Preference Inventory)* (MOPI – Moore, Gysbers, 1980).
- *Sleinija Profesiju kartīšu šķirošanas metode (Slaney's Vocational Card Sorting)* (SVCS – Slaney, 1978).

Papildus tam, izmantojot kartīšu šķirošanas principu un iesaistot citas mūsdienu karjeras teorijas, tādas kā intelektuālo karjeras teoriju (*intelligent career theory*) (Arthur, Claman and DeFillippi, 1995), izstrādātas kartīšu šķirošanas metodes, kurām ir cits saturs, nevis profesijas izvēle, piemēram *Intelektuālā karjeras kartīšu šķirošanas metode (Intelligent Career Card Sorting)* (ICCS – Parker, 2002).

Teorētiskais pamatojums

Karjeras konsultēšana šobrīd attīstās nepastāvīgā vidē, kur "vienīgais konstantais elements ir pārmaiņas". Ekonomiskās, sociālās un kultūras pārmaiņas atstāj savu iespaidu un, lai palīdzētu klientiem karjeras meklējumu procesā, svarīgi, lai konsultanti un psihologi izstrādātu jaunus novērtēšanas un intervences modeļus, kas būtu jūtīgi pret šīm vajadzībām (Peavy, 1997; Savickas, 2000, 2001).

Novērtēšana un pārbaudīšana ir karjeras konsultēšanas procesa nozīmīgas sastāvdaļas. To rezultātu galvenie saņēmēji ir palīdzības meklētāji (klienti), kuri, izpētot paši sevi, attīstot lēmumu pieņemšanas un problēmu risināšanas spējas, iemācās vadīt savu karjeras attīstību. Pastāvīgi mainīgā sociālā un ekonomiskā kontekstā novērtēšanas nolūks karjeras konsultēšanā koncentrējas uz personas karjeras un tās attiecību ar citiem dzīves

segmentiem izpēti no personiskās perspektīvas. Šī karjeras dimensija pazīstama ar nosaukumu *subjektīvā karjera* (*subjective career*) (Gattiker and Larwood, 1986), un tā ietver personīgo uztveri, emocijas un vērtības, kas saistās ar karjeru un ietekmē gan pašreizējā snieguma, gan turpmāko ar karjeru saistīto cerību novērtēšanu (Collins and Young, 1986).

Izstrādāta virkne novērtēšanas metožu, kuru mērķis ir noteikt karjeras individuālo nozīmi (subjektīvā karjera). To skaitā ir stāstījums (*narration*), kontrolēti/vadīti iztēles vingrinājumi (*controlled/directed imaginery exercises*), grafiski karjeras attēlojumi (*graphic career representations*), metaforas, kartīšu šķirošana. Kartīšu šķirošanas metožu izpēte liek secināt, ka ikviena divu metožu veidu kombinācija (kartīšu šķirošanas metode – kā skaidri izteiktu interešu noteikšanas līdzeklis – un interešu izpētes līdzeklis – kā neskaidri izteiktu interešu noteikšanas veids) nepalielina karjeras izpētes intervenču efektivitāti (Talbot and Birk, 1979; Takai and Holland, 1979).

Goldmans (Goldman, 1983), viens no metodes pionieriem rakstīja: "*Metodes atšķirīgo vērtību nosaka tas, ka tā ļauj/prasa, lai klienti iztētos sevi virknē profesiju, klasificējot profesijas idiosinkrātiski saskaņā ar tām vērtībām, mērķiem, interesēm, spējām vai citiem aspektiem, uz kuriem tie vēlas koncentrēties, šķirojot... Rezultātā persona parasti iegūst bagātīgāku priekšstatu par profesijām salīdzinājumā ar to profesiju, ko iegūst ar standartizētas izpētes metodes palīdzību, kas parādās kopā ar iepriekš definētām kategorijām, kur atbildes ir ievietotas... Līdzīgi kā projektīvo testu, kartīšu šķirošanas metode ļauj novērot pieeju uzdevumam – ātra vai lēna, noteikta vai svārstīga, konkrēta vai nenoteikta, skaidra vai neskaidra, vienkārša vai kompleksa, zināma vai nezināma.*"

Profesiju kartīšu šķirošanas metode pārstāv pieeju karjeras izpētei karjeras konsultēšanas kontekstā, un prasa gan konsultanta, gan klienta aktīvu iesaistīšanos.

Kartīšu šķirošana vispirms tika izmantota kā pētniecības metode. Tailers (Tyler, 1960) izmantoja šo metodi personības pētījumā un iegūtie dati iedrošināja viņu izmantot to kā konsultēšanas metodi, nevis tikai kā personības novērtēšanas līdzekli. Savā materiālā, kas tika publicēts *Journal of Counseling Psychology*, Tailers sāka ar premisu, ka individualitāti piešķir cilvēku izdarītā izvēle un tas, kā šī izvēle tiek organizēta. Šīs hipotēzes pārbaudes metode ietvēra trīs posmus, kas līdz šim brīdim ir pamatā kartīšu šķirošanas procedūrai karjeras konsultēšanā.

Pirmajā posmā subjektiem parādīja 100 kartiņas, kurās redzamas profesijas, brīvā laika aktivitātes, sabiedriskās aktivitātes, utt., un viņus lūdza salikt tās pa šādām kategorijām: "*Es neizvēlētos*", "*Es izvēlētos*", "*Vienaldzīgas*". Izslēdzot pozīcijas, kas ievietotas "*Vienaldzīgajās*", otrajā posmā subjektus lūdza sadalīt kategorijas "*Es neizvēlētos*", "*Es izvēlētos*" pa profesijām atbilstoši to kopējiem aspektiem. Tā subjektiem vajadzēja sagrupēt profesijas, kuras viņi noraidīja viena iemesla dēļ, un tās, kuras viņi noraidīja cita iemesla dēļ, atsevišķās apakškategorijās. Trešajā posmā subjekti tika iztaujāti par kritērijiem, kuri tika izmantoti grupēšanā, un izvēles pamatā esošiem apsvērumiem (ko katra kategorija pārstāv, kādi elementi vienā grupā ir kopīgi, kas tos atšķir, kuras apakškategorijas ir svarīgākas, utt.).

Tailers uzskatīja, ka šī procedūra parāda karjeras izvēles procesā iesaistītās personas unikalitāti. Lai gan apstiprināšanas metode vēl nebija skaidra, dati, kas izriet no subjektu testēšanas divos secīgos momentos, nostiprināja ticību metodes noderīgumam individualitātes noteikšanā. Daļējas sakrišanas procents gadījumā ar profesijas izvēli bija 61 %, bet gadījumā ar brīvā laika aktivitātēm – 54 %. Pētījuma secinājumi parādīja, ka kartīšu šķirošana ir efektīva konsultēšanas sastāvdaļa, ne tikai personības novērtēšanas metode.

Tailera kartīšu šķirošanas metodi vēlāk izstrādāja sīkāk un papildināja Dolivers (1967). Viņš uzskatīja kartīšu šķirošanu par strukturētas intervijas formu, neskatoties uz to, ka tai ir vairāk kopīga ar testiem vai interešu izpētes metodēm.

Dolivera pētījums sniedza papildus piemērus par kartīšu šķirošanas izmantošanu, kurā īpašs uzsvars tiek likts uz konsultanta lomu kartīšu šķirošanā iegūtās informācijas integrēšanas stimulēšanā. Pievienojot tādus posmus, kā profesiju hierarhija atbilstoši klienta vēlmēm, un sakārtojot izvēles iemeslus pēc to nozīmīguma, Dolivers samazināja plaisu starp kartīšu šķirošanu un klīnisku intervenci, uzsverot holistisko pieeju karjeras izpētē. Šajā kontekstā psihometriskās īpašības, kas piemīt klasiskām novērtēšanas metodēm, zaudē savu vērtību, un nozīmīgāki kļūst tādi aspekti, kā pētniecības ticamība (Tittle, 1976) līdzās spējai stimulēt karjeras pētīšanu.

Savā darbā Dolivers pierāda, ka kartīšu šķirošana ir strukturētas intervēšanas metode, kura īpaši apskata iemeslu, kādēļ subjekts izdara konkrēto izvēli, un šajā kontekstā ticamības un validitātes koncepcijām ir atšķirīga nozīme un saturs salīdzinājumā ar testa kontekstu. Augsta ticamība konsultēšanā ir negatīva, jo intervēšanas metode ir derīga, ja tā ātrāk noved pie svarīgāku konsultēšanas tematu identificēšanas, kuri bieži atšķiras no tiem, par kuriem klients runā sākumā.

Metodes prezentācija

Parasti šajā metodē tiek izmantoti **trīs kartīšu komplekti**, kuri veidoti tā, lai ar tiem būtu viegli rīkoties un lai karjeras izpētes uzdevums klientam būtu viegls (Slaney, 1978; Slaney and MacKinnon-Slaney, 1990, 2000).

Pirmajā komplektā ir sešas kartiņas (5 x 8 cm lielas), kuras apzīmētas atbilstoši Holanda profesionālās personības tipiem ar īsu katra tipa aprakstu.

Otrajā komplektā ir:

- a. 3 kartiņas (4 x 6 cm), kas pārstāv šādas kategorijas: *“Man ir liela interese par šīm aktivitātēm”*, *“Mani maz interesē vai nemaz neinteresē šīs aktivitātes”* un *“Man nepatīk šīs aktivitātes”*.
- b. 23 kartiņas (4 x 6 cm) par interešu jomām, piemēram: sociālie dienesti, reliģiskās aktivitātes, zinātne, politika, jurisprudences.

Trešo kartīšu komplektu veido:

- a. 3 kartiņas (5 x 8 cm), kas pārstāv šādas kategorijas: *“Es varētu izvēlēties”*, *“Neesmu pārliecināts”* un *“Es neizvēlētos”*.
- b. 107 kartiņas (3 x 5 cm) ar profesiju nosaukumiem. Profesiju kartiņas apzīmē profesijas, piemēram: reporters, medmāsa, administrators, namdaris, zobārsts, ģeogrāfs, sekretārs, utt.

Kartišu šķirošanas metode pieejama divos variantos; a) šķirošana tiek veikta konsultanta klātbūtnē un viņa pārraudzībā, un 2) pašadministrēšana, kas nozīmē, ka subjektam tiek piedāvātas kartiņas un paštestēšanas instrukcijas, bet rezultātu apstrāde tiek veikta nākošajā seansā kopā ar konsultantu.

Testēšanas variantu izvēlas atkarībā no problēmas sarežģītības, kurai subjekts meklē risinājumu (Moran, 1991).

Ja subjekts ir neizlēmīgs vai apmulsis attiecībā uz profesijas izvēli, konsultants var izlemt atvieglot šķirošanas procesu, lietojot virkni klīniska monitoringa stratēģiju. Šajā nolūkā konsultants var izmantot tādu metodi, kā protokola lasīšana skaļā balsī un, pamatot verbālu un neverbālu izturēšanos, viņš var pārtraukt lasīšanu, lai noskaidrotu vai iejauktos, ja nepieciešams. Konsultants var iztaujāt par ģimeni par karjeru vai sociālām attiecībām, lai labāk saprastu to, kādā veidā klients pieņem lēmumus.

Ja klientam nav skaidrības par savu paštēlu, savām zināšanām un izpratni par noteiktu profesiju saturu, vai viņš nespēj izvēlēties profesiju no vairākiem pieejamiem piedāvājumiem, konsultants var piedāvāt paštestēšanu. Process dod klientam iespēju noskaidrot un apstiprina konsultanta ticību klienta spējām atrisināt ar karjeru saistītas problēmas bez ārējas palīdzības. Turpmākajā seansā konsultants var uzdot jautājumus un noskaidrot gan klienta uztveri par kartiņu šķirošanu, gan rezultātus. Šī ir mazāk laikietilpīga procedūra, bet tā nav mazāk informatīva.

Kartišu šķirošanas metodes *standarta testēšanas procedūra* ietver šādus posmus (Slaney and MacKinnon-Slaney, 1990, 2000):

- **I posms:** Klientiem iesaka izlasīt katru no sešiem Holanda profesionālās personības tipa aprakstiem un sakārtot tos pēc viņu pašu atspoguļošanas pakāpes, sākot ar vislīdzīgāko. Secība tiek pierakstīta uz papīra lapas vēlākai lietošanai.

- **II posms:** Klienti sašķiro kartiņas ar aktivitāšu jomām trijās grupās, saskaņā ar skaidri izteiktām interesēm: “Man ir liela interese par šīm aktivitātēm”, “Mani maz interesē vai nemaz neinteresē šīs aktivitātes” un “Man nepatīk šīs aktivitātes”. Tad klients koncentrējas uz pirmajām piecām aktivitātēm, kas viņam patīk vislabāk, un uz 5 visnepatīkamākajām aktivitātēm, un pieraksta tās uz papīra lapas.
- **III posms:** Klientus lūdz sadalīt profesiju kartiņas šādās kategorijās: “Es varētu izvēlēties”, “Neesmu pārliecināts” un “Es neizvēlētos”. Pēc tam, kad izdarīta izvēle, viņus lūdz pēc kārtas izskatīt profesijas katrā kategorijā. Kategorijai “Es neizvēlētos” profesijas ir sagrupētas pēc kopīgām pazīmēm. Piemēram, cilvēki bieži uzskata, ka zobārsts un ārsts ir saistītas profesijas un parasti sagrupē tās kopā. Kad sagrupētas visas kartiņas no kategorijas “Es neizvēlētos”, katru grupu apzīmēs kopējas intereses. Apzīmējumi var koncentrēties uz vērtībām, spējām, bailēm, ar ģimeni saistītiem aspektiem, sociālo vai ekonomisko stāvokli, izglītības vai finanšu aspektiem, utt.. Grupas un apzīmējumi arī tiek pierakstīti.

Pēc tam, kad šis posms ir pabeigts, klienti pievēršas kategorijai *neesmu pārliecināts*. Viņus lūdz analizēt profesijas šajā kategorijā un izlemt, vai viņi par dažām grib saņemt papildu informāciju. Informācijas avotus var apspriest vēlāk. Visbeidzot, klientiem jāprecizē, kādēļ šīs profesijas iekļautas *neesmu pārliecināts* grupā un cik būtisks to statuss ir karjeras pārmaiņu procesā.

Tad klienti pievēršas kategorijai “Es varētu izvēlēties” un sakārto kartiņas loģiskās grupās pēc to kopīgām pazīmēm. Kad visas kartiņas ir sašķirotas, klientus lūdz apzīmēt katru grupu un cenšas motivēt attiecīgo profesiju izvēli. Grupas un apzīmējumi atkal tiek pierakstīti.

Bez tam klientus lūdz izvēlēties pirmās 10 profesijas vēlamības kārtībā un sameklēt to saistību, līdzības un atšķirības. Katru profesiju var izskatīt, lai noteiktu aspektus, kuri varētu sekmēt vai kavēt karjeras mērķu sasniegšanu. Var pievienot ikvienu citu profesiju un tad sakārtot tās vēlamības kārtībā un analizēt, pat ja tā nav iekļauta profesiju kartiņās.

Pašadministrēšanas gadījumā klients iziet cauri iepriekšminētiem posmiem individuāli, izmantojot virkni atbalsta materiālu, un tad apspriest rezultātus ar konsultantu. Piemēram, *Sleinija Profesiju kartiņu šķirošanas metode* (*Slaney's Vocational Card Sorting*) (SVCS – Slaney, 1978, 1983) piedāvā trīs svarīgas brošūras, lai palīdzētu paštestēšanā. Pirmā brošūra apraksta metodes, ko klients pats var pielietot (“*Norādījumi profesiju kartiņu šķirošanai*” (*Directions for the Vocational Card Sorting*)). Otrā brošūra piedāvā informāciju par profesijas meklēšanas procesu, iesaka profesiju informācijas avotus un pievērš klientu uzmanību tiem aspektiem, kas viņiem varētu būt prātā pirms tikšanās ar konsultantu (“*Profesiju kartiņu šķirošanas metode – Savu rezultātu saprašana*” (*Vocational Card Sorting – Understanding Your Results*)). Trešā brošūra palīdz atrast profesiju “*Profesiju meklētājs*” (*The Occupation Finder*)).

Kartiņu šķirošana ir pietiekami elastīga metode, kuras lietošanā iespējama virkne variantu. Konsultanti var izmantot radošu pieeju un izdomu, lai pielāgotu metodi konkrētām savu klientu problēmām un vajadzībām. Piemēram, profesiju kartiņas var sašķirot pēc vairākiem kritērijiem:

- a. kā klients veic šķirošanu, salīdzinot ar to, kā viņš to darīja skolā;
- b. kā garstāvoklis ietekmē šķirošanu – vai klientam ir labs vai slikts garstāvoklis;
- c. ja klientiem ir kādi fiziski trūkumi, viņiem var ieteikt veikt šķirošanu, ignorējot šos trūkumus;
- d. ja ir stipra tendence uz stereotipiem, sievietes var lūgt sašķirot kartiņas tādā veidā, kā to darītu vīrietis;
- e. ja ir spēcīga ģimenes ietekme, klientam var ieteikt sašķirot kartiņas atbilstoši viņa vecāku izvēlei.

Kartiņu šķirošanai ir alternatīvas iespējas tādēļ, ka ir vairāki metodes varianti. No tiem visvairāk izmantotie ir zemāk minētie.

1. *Ar konkrētu dzimumu nesaistītu profesiju kartiņu šķirošana* (*Non-Sexist Vocational Card Sorting – NSVCS*). Šī metode tika publicēta Devijs (*Dewey*) (1974) rakstā “Interesu pētīšana: ar konkrētu dzimumu nesaistīta metode”. Tai nepieciešamas 76 profesiju kartiņas un pamatā tā izmanto klasisko apstrādes procedūru. Tomēr profesijas ir sadalītas nevienmērīgi gan atbilstoši Holanda tipiem (no 9 kategorijā “konvencionālais” līdz 21 kategorijā “sociālais”), gan pa izglītības līmeņiem (12 % nepieciešama vidēja vai mazāka izglītība, bet 65 % – augstākā).

Metodes ar konkrētu dzimumu nesaistīto raksturu nosaka tas, ka atšķirībā no daudzām modernām NSVCS metodēm, šeit:

- tās pašas profesijas piedāvātas gan sievietēm, gan vīriešiem;
- profesiju nosaukumi ir neitrāli no dzimuma viedokļa;
- uz procesu orientētā metode ļauj konsultantam iejaukties un izpētīt dzimumu aizspriedumus tai mirkli, kad tie parādās nodarbības laikā.

2. *Misūri profesiju kartīšu šķirošanas metode (Missouri Occupational Card Sorting – MOCS)*, kas izstrādāta augstskolas līmenim (*Krieshok, Hansen and Johnston, 1982*), aptver 90 profesijas, kas vienmērīgi sadalītas pa Holanda profesiju personību tipiem. Tā kā mērķgrupa ir precizēta (augstskolu pēdējā kursa studenti un augstskolu beigušie), 25 % profesiju nepieciešama augstskolas izglītība, 63 % – humanitāro zinātņu bakalaura grāds (BA) un 12 % – humanitāro zinātņu maģistra (MA) vai filozofijas zinātņu doktora (PhD) grāds. MOCS ir vienīgā kartīšu šķirošanas metode bez pašpārbaudes, tai nepieciešama konsultanta klātbūtne. Bez tam, autori prasa, lai tiktu secīgi uzskaitītas ne vien 10 vēlamākās profesijas, bet jāuzskaita arī noraidītās profesijas. Dolivers (*Dolliver*) pats uzskatīja, ka MOCS nodrošina visplašāko informāciju karjeras izpētes procesā, bet nav atrodami nekādi empīriski pētījumi, kas to apliecinātu.

3. *Profesiju izpētes un ieskata līdzekļu komplekts (Vocational Exploration and Insight Kit – VEIK) (Holland et al, 1980)*, ir kartīšu šķirošanas SDS (*Pašizpētes (Self-Directed Search)*) kombinācija. Kartīšu šķirošana aptver 84 profesijas, kas vienmērīgi sadalītas pa Holanda profesiju personību tipiem. Profesijas ir tās pašas, kas izmantotas SDS un VPI (*Vēlamo profesiju izpētes metode (Vocational Preference Inventory)*)

Meta analizē Dolivers (1981) uzskatīja, ka VEIK ietver bagātīgu un daudzveidīgu pārdomājamu jautājumu sarakstu. Komplekts ļauj noteikt Holanda kodus un konfrontē personu ar dažādām lomām, kas tiek spēlētas, šķirojot profesiju kartiņas pēc dzimuma, reliģijas, sociālā stāvokļa, utt.

4. *Misūri Vēlamo profesiju izpētes tests (Missouri Occupational Preference Inventory) (MOPI) (Moore, Gysbers and Carlson, 1980)* aptver 180 profesijas, kas vienmērīgi izdalītas pa trim izglītības līmeņiem (vidusskola, koledža vai pēc vidusskolas, augstskola vai pēc augstskolas), bet nevienmērīgi sadalītas pēc Holanda tipiem. Rokasgrāmata, kas pievienota MOPI, sasaista profesijas ar profesijām Profesiju nosaukumu vārdnīcā (*Dictionary of Occupational Titles*) (DOT), kas ļauj noteikt arī Holanda kodus.

Profesijas izvēlēšanās vai noraidīšanas iemeslu izpēti veic katrai tādas kategorijas profesijai, kā “*Es varētu izvēlēties*”, “*Es neizvēlētos*”, neveicot sagrupēšanu kategorijas ietvaros. Iemesli tiek sakārtoti pēc biežuma. Pamatojoties uz šo vērtību skalām, klienti sarindo profesijas, un tad var noteikt Holanda kodus.

5. *Intelektuālā karjeras kartīšu šķirošanas metode (Intelligent Career Card Sorting) (ICCS) (Parker, 2002)* nozīmē izpētīt trīs ar karjeru saistītu zināšanu tipus (“*zināt kāpēc*”; “*zināt kā*” un “*zināt kas*”), izmantojot tik pat daudz kartīšu komplektus. Katrā komplektā ir apmēram 40 apgalvojumi par trijiem zināšanu tipiem, kas izmantoti ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanā. Subjektiem jāizvēlas tie apgalvojumi, kas atspoguļo viņu pašreizējo saistību ar karjeru katrā no trim zināšanu jomām:

- a) “*zināt kāpēc*” – atspoguļo personīgās vērtības, intereses, vajadzības, un ģimenes vai darba attiecības (piemēram, “*Man patīk strādāt izpalīdzīgā vidē*”, “*Es vēlos gūt labus ienākumus*”, “*Es gribu būt tieši atbildīgs par sava darba rezultātiem*”);
- b) “*zināt kā*” – izceļ prasmes un pieredzi, ko mēs varam piedāvāt (piemēram, “*Es mēģinu labāk pielāgoties dažādām situācijām*”, “*Es mācos ar interneta palīdzību*”, “*Es gribu iemācīties, kā prasmīgāk strādāt ar citiem*”);
- c) “*zināt kas*” – ietver sociālās attiecības darbā un ārpus darba (piemēram, “*Es gribu strādāt ar cilvēkiem, no kuriem es varu mācīties*”, “*Es gribu saņemt atbalstu no apkārtējiem cilvēkiem, kurus interesē mana karjera*”, “*Es uzturu sakarus ar savu ģimeni*”).

Turpmāk tabulā dots kopsavilkums par šīs metodes variantu galvenajām raksturīgākajām pazīmēm.

Galveno kartīšu šķirošanas variantu sintezēta prezentācija

| | | Apraksts | | |
|---|--|--|---|---|
| Metodes nosaukums | Autors, gads | Kartīšu saturs | Testēšanas formas | Procedūra |
| <i>Deveja ar dzimumu nesaistīta profesiju kartīšu šķirošana – NSVCS</i> | <i>Dewey, 1974</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 77 profesiju kartītes, sagrupētas nevienmērīgi atbilstoši 6 Holanda personību tipiem (9 konvencionālos, 21 sociālos) ■ 12 % profesiju nepieciešama vidējā izglītība, 65 % – augstākā un 23 % – nekāda izglītība | <p>Divas administrēšanas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ konsultanta klātbūtnē ■ pašadministrēšana | <ul style="list-style-type: none"> ■ standarta administrēšanas procedūra |
| <i>Misūri profesiju kartīšu šķirošanas metode – MOCS</i> | <i>Kriesnok, Hansen and Fohnston, 1982</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 90 profesiju kartīšu, kas vienmērīgi sadalītas pa 6 Holanda profesiju personību tipiem ■ 25 % profesiju nepieciešama vidējā izglītība, 63 % – augstākā un 12 % – pēc augstskolas grāds | Administrēšana tikai konsultanta klātbūtnē | <ul style="list-style-type: none"> ■ standarta administrēšanas procedūra, plus pirmo 10 profesiju "Es neizvēlētos" hierarhija. |
| <i>Profesiju izpētes un ieskata līdzekļu komplekts –VEIK</i> | <i>Holland and associates, 1980</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 84 profesiju kartīšu, kas vienmērīgi sadalītas pa 6 Holanda profesiju personību tipiem ■ 25 % profesiju nepieciešama vidējā izglītība, 50 % – augstākā un 25 % pēc augstskolas grāds | <p>Divas administrēšanas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ konsultanta klātbūtnē ■ pašadministrēšana ar papildus materiāliem | <ul style="list-style-type: none"> ■ standarta administrēšanas procedūra |
| <i>Misūri vēlamā profesiju izpētes metode – MOP1</i> | <i>Moore and Gysbers, 1980</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 180 profesiju kartīšu, kas vienmērīgi sadalītas pa 6 Holanda profesiju personību tipiem ■ 33 % profesiju nepieciešama vidējā izglītība, 33 % – augstākā un 33 % pēc augstskolas izglītība | <p>Divas administrēšanas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ konsultanta klātbūtnē ■ pašadministrēšana | <ul style="list-style-type: none"> ■ standarta administrēšanas procedūra |

| | | | | |
|---|----------------------------|---|--|---|
| <p><i>Sleinija Profesiju kartīšu šķirošanas metode – SVCS</i></p> | <p><i>Slaney, 1978</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 107 profesiju kartīšu, kas vienmērīgi sadalītas pa 6 Holanda profesiju personību tiptiem | <p>Divas administrēšanas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ konsultanta klātbūtnē ■ pašadministrēšana ar papildu materiāliem | <ul style="list-style-type: none"> ■ standarta administrēšanas procedūra |
| <p><i>Gudra karjeras kartīšu šķirošanas metode – ICCS</i></p> | <p><i>Parker, 2002</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ 120 kartītes ar apgalvojumiem trijās ar karjeru saistītās zināšanu jomās: <ul style="list-style-type: none"> a) "zināt kāpēc" – personīgās vērtības, intereses, vajadzības b) "zināt kā" – prasmes un pieredze c) "zināt kurš" – sociālās attiecības darbā un ārpus darba | <p>Divas administrēšanas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ konsultanta klātbūtnē ■ pašadministrēšana | <p>Pirmā pakāpe: kartītes tiek sadalītas kategorijās: "piemērota man", "nav man piemērota". Otrā pakāpe: vissvarīgākās kartītes tiek izvēlētas no kategorijas "piemērota man". Tās ir sarindotas un atspoguļo karjeras nepieciešamību.</p> |

Mērķauditorija

Kartīšu šķirošanas metodes elastīgums ļauj to izmantot, konsultējot ļoti dažādus klientus. Metode izrādījusies piemērota gan pusaudžiem, gan pieaugušiem, mazāk izglītotiem cilvēkiem un cilvēkiem ar augstāko izglītību, vīriešiem un sievietēm, kā arī invalīdiem (piemēram, cilvēkiem ar disleksiju (*dyslexic*). Izmantojot kartīšu šķirošanas metodi, strādājot ar cilvēkiem, kuriem nav skaidras profesionālās identitātes vai kuriem nav bijusi iespēja iepazīties ar darba pasauli, piemēram, skolnieki un augstskolu studenti, konsultanti veicina viņu izpratni profesionālo identitāti un personības iezīmju konfigurācijas unikālo raksturu, palīdz izprast attiecības starp viņu interesēm, spējām un personības iezīmēm, no vienas puses, un profesiju izvēli, no otras puses. Kartīšu šķirošanas metode ļauj gan klientiem, gan pasniedzējiem īstenot lietderīgu intervenci, turklāt piedāvā konsultantam interaktīvas iejaukšanās iespēju.

Pieaugušo gadījumā metode pamatojas uz jau izveidojušos savas personības un darba pasaules kompleksu tēlu. Kartīšu šķirošana tomēr var palīdzēt pieaugušiem klientiem saprast uz karjeru orientētu lēmumu pieņemšanas procesu un reāli apsvērt alternatīvas. Faktiski šī metode ļauj koriģēt profesiju sarakstu, pievienojot tādas profesijas, kas interesē klientu un kuras nav minētas kartītēs. Metodes individuālais raksturs ļauj to pielietot lielākai daļai pieaugušo klientu, neatkarīgi no viņu sociālā, ekonomiskā stāvokļa un kultūras vides.

Daudzas sievietes ierobežo savas karjeras iespējas ar profesijām, kas stereotipiski tiek uzskatītas par sieviešu nodarbošanās. Pētījumi rāda, ka ir atšķirības vecuma grupās, izvēloties tradicionāli sievišķīgas profesijas: sievietes virs 40 gadiem un precētas sievietes dod priekšroku tradicionālām, uz dzimumu aizspriedumiem balstītām profesijām (*Mackinnon-Slaney, 1986; Mackinnon-Slaney, Barber, Slaney, 1988*). Viņas var netišām mulsināt tradicionālās karjeras izpētes vērtības un nodarbošanās stereotipi, kas pastāv viņu kultūrā. Tā kā profesiju kartiņas nav stereotipiskas, konsultants var aktīvi uzraudzīt izvēles procesu un iejaukties, ja viņš novēro tendenci ierobežot variantus, un klienti var brīvi izpētīt profesijas pēc tā, cik labi tās atbilst viņu potenciālam un interesēm. Šādā veidā karjeras izvēle var būt racionāla un to mazāk ietekmē dzimumu stereotipi. Salīdzinot divu karjeras izpētes modalitāšu efektivitāti dzimumu stereotipu ietekmes samazināšanā, izvēloties profesiju (kartīšu šķirošana un SCII), novērots, ka kartīšu šķirošana veicināja uz stereotipiem nebalstītu profesiju izvēli (*Slaney and Slaney, 1981*).

Cilvēki, kuriem pašiem jākontrolē savi lēmumi, tādējādi var iegūt no kartīšu šķirošanas. Tā kā šī metode no sevis pazīšanas ved pie profesijas izvēles, klienti zināšanas par sevi un profesijām loģiski un patstāvīgi integrē savā lēmumu pieņemšanas procesā. Arī fiziska darbošanās ar kartītēm atbilst klienta vajadzībām kontrolēt situāciju.

Metodes novērtēšana

Karjeras izvēle ir centrālās to cilvēku rūpes, kuri nāk pie konsultanta, un lietderīgas intervences noteikšana šajā sakarā ne vienmēr ir viegls uzdevums. Kartīšu šķirošanas metode piedāvā klasiskas karjeras izpētes intervences alternatīvu. Tā koncentrējas uz personas individualitāti, ko veidojis klients, neatkarīgi no datorizētas apstrādes, un piedāvā klientiem intuitīvus rezultātus.

Priekšrocības

Holistiska pieeja karjeras izpētē

Kartīšu šķirošanas metode ļauj karjeras konsultēšanā veikt kompleksu novērtēšanu vismaz trīs līmeņos:

- personības raksturīgo iezīmju izprašana;
- priekšroka darbu pamatnozārēm (aktivitātēm);
- priekšroka dažādiem nodarbošanās veidiem.

Kā jau iepriekš minēts, pirmajā kartīšu šķirošanas stadijā klienti sarindo Holanda personības tipus. Šī stadija parasti palielina izpratni par savu profesionālo personību. Dažiem klientiem tas var būt patiešs atklājums, un

tādā veidā viņi saprot, kādēļ dažas profesijas viņiem liekas pievilcīgas, bet citas nē, kādēļ daži kursi ir interesanti un citi nav.

Otrā kartīšu šķirošanas stadijā, novērtēšanas otrais līmenis, saistīts ar klientu interesēm par divām lielām nodarbošanās kategorijām (ko viņiem patīk un ko nepatīk darīt). Šīs intereses var būt saistītas ar Holanda personības tipiem.

Trešais novērtēšanas līmenis ir saistīts ar konkrētām profesijām. Kamēr klienti izvēlas profesijas, kas viņus interesē, un sagrupē tās pēc to loģiskās līdzības, tiek izcelta atbilstība Holanda personības tipiem un vēlamajām darbībām. Izskatot profesijas un sagrupējot tās, klienti sāk saprast, kādēļ viņiem ir tāda attieksme pret profesijām, un personīgās vērtības, kas ir pamatā viņu izvēlei.

Kartīšu šķirošana virza personu uz svarīgas informācijas, kas saistīta ar karjeras izvēli (personības raksturīgās iezīmes, vēlamās profesijas, personīgās vērtības) integrēšanu. Darbojoties ar profesiju kartītēm un novērtējot tās, cilvēki veido kompleksāku paštēlu un karjeras izvēles procesu.

Izpētes pamatotība

Metodes nosaukums (1976) lika domāt, ka viena no karjeras attīstības atbalsta metodes vissvarīgākajām īpašībām ir tās spēja stimulēt karjeras izpēti. Kartīšu šķirošana ir viena no metodēm, kas ietver intensīvu izpētes darbību no klienta puses, kurš kartīšu šķirošanas laikā rada, uzrauga, novērtē un izmanto izpētes rezultātus. Bez tam šī metode stimulē karjeras izpēti arī ārpus konsultēšanas procesa. Kūpers (*Cooper*) (1976) ievēroja, ka cilvēkus, kas veikuši kartīšu šķirošanu, lasa vairāk par karjeras variantiem, nekā tie, kas saņēmuši konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumus, izmantojot citas metodes.

Personas individualitātes uztveršana

Kartīšu šķirošanā tiek ņemts vērā personas vienreizīgums, persona netiek iekļauta kādā iepriekš noteiktā personības kategorijā vai karjeras modelī. Šajā ziņā metode darbojas efektīvāk, jo tā nostāda cilvēkus ekspertu pozīcijā attiecībā pret viņu pašu karjeras situāciju (*Binding, Loveland, 2005*). Tādējādi metode var noderēt arī cilvēkiem, kuriem nav nekādas darba pieredzes, kā arī pieredzējušiem cilvēkiem, kuri vēlas bagātināt savu izvēli un karjeras kompleksitātes pārvaldīšanu.

Metodes elastīgums

Kartīšu šķirošana konsultantiem ir ļoti pievilcīga sava lielā elastīguma dēļ. No vienas puses, tā ļauj konsultantam iecerēt un izvēlēties vispiemērotāko variantu, un no otras puses, atbilstoši procesa loģiskajai norisei, piedāvā nepieciešamo ieguldījumu, lai nodrošinātu efektivitāti.

Tā kā konsultanta un konsultējamā mijiedarbība var būt vērsta uz klientam būtiskiem jautājumiem (sociāliem, laulības, personīgiem, piemērotības, vērtību, utt.), kartīšu šķirošana faktiski ir vērsta uz konkrētu profesiju novērtēšanu, tādējādi piedāvājot kompleksas atbildes uz klienta neizlēmību attiecībā uz profesiju.

Tūlītēja un intuitīva atbildes reakcija

Kartīšu šķirošana piedāvā konsultējamajiem tūlītēju atbildes reakciju. Profesiju izpētes process, kas pamatojas uz kartīšu šķirošanu, pats par sevi piedāvā rezultātus. Rezultāti rodas, klientam izejot cauri šķirošanas stadijām (profesionālā personība, intereses, vēlamās profesijas, personīgās vērtības) un nav nepieciešams noteikt ārēju punktu skaitu.

Nekādas datorizētas apstrādes

Tas, ka kartīšu šķirošanā nav iesaistīta nekāda tehnika, "noņem misticisma pieskaņu" no lēmumu pieņemšanas. Process pats par sevi dod klientam loģisku un racionālu atbildi, piedāvājot viņiem iespēju pakāpeniski integrēt atbilstošo ar karjeru saistīto informāciju. Rezultātus rada klientu pašu centieni un tie atspoguļo viņu gatavību rast atbildi uz karjeras izvēles jautājumu.

Trūkumi:

Netiek noteikti punkti

Lai gan kartīšu šķirošanas mērķis ir noteikt konkrētas intereses un domāšanas konfigurāciju, ņemot vērā karjeras izvēli, nevis klasificēt personas, tas, ka netiek noteikti punkti, var negatīvi ietekmēt izpratni par metodes

nozīmību vai noderīgumu. Cilvēki, kas pieraduši pie klasiskām diagnosticējošām metodēm, varētu uzskatīt, ka kartīšu šķirošana ir mazāk precīza.

Ilgs administrēšanas laiks

Kartīšu šķirošana parasti prasa vairāk laika nekā aptaujas. Gan kā pašadministrēšana, gan konsultanta uzraudzībā tas vidēji ilgst 90 minūtes (Slaney, 1986).

Bibliogrāfija

- Arthur, M. B.; Claman, P. H.; DeFillippi, R. H. (1995). Intelligent enterprise, intelligent career. In: *Academy of Management Executive*, 9, p. 1-15.
- Binding, Ch.; Loveland, M. (2005). Career Choices: your future on the cards. In: *Career Focus*, p. 197-200.
- Collin, A.; Young, R. A. (1986). New directions for theories of career. In: *Human Relations*, 9, p. 837-853.
- Cooper, J. F. (1976). Comparative impact of the SCII and the Vocational Card Sort on career salience and career exploration of women. In: *Journal of Counseling Psychology*, 23, p. 348-352.
- Dewey, C. R. (1974). Exploring interests: A non-sexist method. In: *Personnel and Guidance Journal*, 52 (January), p. 311-315.
- Dolliver, R. H. (1967). An adaptation of the Tyler Vocational Card Sort. In: *Personnel and Guidance Journal*, 45, p. 916-920.
- Dolliver, R. H. (1981). Test review: A review of five vocational card sort. In: *Measurement and Evaluation in Guidance*, 14, p. 168-174.
- Dolliver, R. H.; Will, J. A. (1977). Ten-year follow-up of the Tyler Vocational Card Sort and the Strong Vocational Interest Blank. In: *Journal of Counseling Psychology*, 24, p. 48-54.
- Gattiker, U.; Larwood, L. (1986). Subjective career success: A study of managers and support personnel. In: *Journal of Business and Psychology*, 1, p. 78-94.
- Goldman, L. and colab. (1983). Measurement forum: The vocational card sort technique. A different view. In: *Measurement and Evaluation in Guidance*, 16, p. 107-109.
- Holland, J. L. (1980). *Counselor's guide to the Vocational Exploration and Insight Kit (VEIK)*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Krieschok, T. S.; Hansen, R. N.; Johnston, J. A. (1982). *Missouri Occupational Card Sort Manual* (Available from Career Planning and Placement Center, 909 Lowry Mall, University of Missouri-Columbia, Columbia, MO 65211).
- Lawler, A. C. (1979). Career exploration with woman using the Non-Sexist Vocational Card Sort and the Self-Directed Search. In: *Measurement and Evaluation in Guidance*, 12, p. 87-97.
- MacKinnon-Slaney, F. (1986). Career indecision in reentry and undergraduate women. In: *Journal of College Student Personnel*, 27, p. 114-119.
- MacKinnon-Slaney, F.; Barber, S. L.; Slaney, R. B. (1988). Marital status as a mediating factor on the career aspirations of re-entry female students. *Journal of College Student Development*, 29, p. 327-334.
- Moore, E., J.; Gysbers, N. V.; Carlson, P. (1980). *Missouri Occupational Preference Inventory*. Columbia, MO: Human Systems Consultants, Inc.
- Moran, W. J. (1991). *The effects of counselor versus self-administration of the Slaney Vocational Card Sort on the career-related thoughts and decision making of college students*. Unpublished doctoral dissertation, Pennsylvania State University.
- Parker, P. (2000). *Career communities*. Unpublished doctoral dissertation, University of Auckland, New Zealand.

- Peavy, R. V. (1997). *A constructive framework for career counseling*. In T. L. Sexton and B. L. Griffen (Eds.). *Constructivist thinking in counseling practice, research, and training* (p. 122-140). New York: Teachers College Press.
- Savickas, M. L. (2000). *Renovating the psychology of careers for the twenty-first century*. In A. Collin and R. A. Young (Eds.). *The future of career* (p. 53-68). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Savickas, M. L. (2001 a). The next decade in vocational psychology; Mission and objectives. In: *Journal of Vocational Behavior*, 59, p. 284-290.
- Savickas, M. L. (2001 b). *Toward a comprehensive theory of career development: Dispositions, concerns, and narratives*. In: F. T. L. Leong and A. Barak (Eds.). *Contemporary models in vocational psychology* (p. 295-320). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Slaney, R. B. (1978). Expressed and inventoried vocational interests: A comparison of instruments. In: *Journal of Counseling Psychology*, 25, p. 520-529.
- Slaney, R. B. (1983). Influence of career indecision on treatments exploring the vocational interests of college women. In: *Journal of Counseling Psychology*, 30, p. 55-63.
- Slaney, R. B.; Lewis, E. T. (1986). Effects of career exploration on career undecided reentry women: An intervention and follow-up study. In: *Journal of Vocational Behavior*, 28, p. 97-106.
- Slaney, R. B.; MacKinnon-Slaney, F. (1990). *The use of vocational card sorts in career counseling*. In: E. C. Watkins and V. Campbell (Eds.). *Testing in counseling practice* (p. 317-371). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Slaney, R. B.; MacKinnon-Slaney, F. (2000). *Using Vocational Career Card Sorts in Career Counseling*. In: E. Watkins and V. Campbell (Eds.). *Testing and Assessment in Counseling Practice*, 2nd Edition, p. 371-428.
- Slaney, R. B.; Moran, W. J.; Wade, J. C. (1994). *Vocational card sort*. In: J. T. Kapes and M. J. Mastie (Eds.), *A counselor's guide to vocational guidance instruments* (3rd ed., p. 347-360, 406-407). Alexandria, VA: National Career Development Association.
- Slaney, R. B.; Slaney, F. M. (1981). A comparison of measures of expressed and inventoried interest among counseling center clients. In: *Journal of Counseling Psychology*, 28, p. 515-518.
- Talbot, D. B.; Birk, M. M. (1979). Does the vocational exploration and insight kit equal the sum of its parts?: A comparison study. In: *Journal of Counseling Psychology*, 26, p. 359-362.
- Tittle, C. K. (1985). *Review of Vocational Exploration and Insight Kit*. In: J. Mitchell, Jr. (Ed.). *The ninth mental measurements yearbook* (p. 1676). Lincoln, NE: Buros Institute of Mental Measurements.
- Tyler, L. E. (1961). Research explorations in the realm of choice. In: *Journal of Counseling Psychology*, 8, p. 195-201.

Curriculum Vitae

Angela MUSCĂ
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Curriculum Vitae (CV) pamatojas uz autobiogrāfiju, kas parasti ir rakstiska prezentācija, ko cilvēks sniedz par notikumiem savā dzīvē. Uzska, ka autobiogrāfija ir "individuāls produkts, personas pārdomas par savu dzīves pieredzi, kā arī sociālās dzīves spogulis" (Chelcea, 2001), domāšanas modeļu, emocionālas un izturēšanās izpausmju izgaismojums noteiktos indivīda evolūcijas momentos un sociālā kontekstā.

Teorētiskais pamatojums

Literatūrā izšķiram 1) relatīvi oficiālas autobiogrāfijas formas, kas savāktas darba devēju vai cilvēkresursu departamenta informēšanai, un 2) citas formas, kas izceļ autora personības struktūru, ļaujot veikt analīzi un sniegt interpretācijas (Holban, 1978). Autobiogrāfijas pirmajā grupā atgādina pašreizējos CV, jo tajās iekļauti oficiāli dati un informācija par dzimšanas datumu un vietu, ģimenes locekļiem, izglītību, dzīvesveidu, darbiem, utt.. Šāda veida autobiogrāfijas ir pirmā personības izprašanas un izpētes stadija. Ja, rakstot CV, persona ievēro stingri noteiktu struktūru, autobiogrāfijas gadījumā cilvēks min personīgās vērtības, intereses un centienus, vēlamu un nevēlamu, veiksmes un neveiksmes, nozīmīgas starppersonu attiecības. CV un autobiogrāfija prasa aktīvu klienta iesaistīšanos un iesaista viņu "vadītas pašnovērtēšanas" procesā (Gibson, Mitchell, 1981).

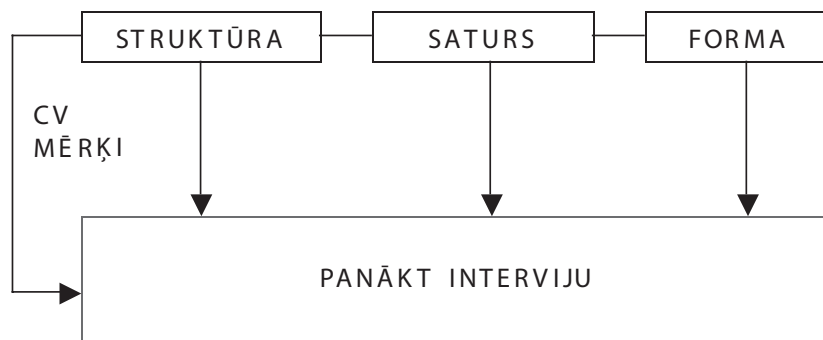
Šobrīd Rumānijā tiek izmantots **vispārīgais Eiropass CV modelis (the common Europass CV model)**, kas apstiprināts ar valdības lēmumu Nr. 1021/2004. Jaunajā CV iekļauta informācija par personas spējām (tehniskām, organizatoriskām, sociālām, mākslinieciskām, utt.) un uzsvērtas kompetences, kas iegūtas dzīves laikā, oficiālā, neoficiālā un brīvprātīgā kontekstā. Centrālās valsts pārvaldes iestādes, tas ir Darba ministrija, Nacionālā nodarbinātības aģentūra, Izglītības ministrija, Nacionālā mazo un vidējo uzņēmumu aģentūra reklamē vispārīgo Eiropass CV modeli, ievietojot savās mājaslapās arī aizpildītus CV paraugus.

Europass CV ir daļa no *EUROPASS portfeļa*, kas iecerēts kā vispusīgs instruments, kurš nodrošina vispārīgu kvalifikācijas un kompetences caurskatāmības struktūru, lai veicinātu izglītības un darba mobilitāti Eiropas telpā.

EUROPASS ietver: *Europass-CV*, *Europass-Diploma* pielikumu (*Europass-Diploma Supplement*), *Europass-Sertifikāta* pielikumu (*Europass-Certificate Supplement*), *Europass-Valodu portfeļi* (*Europass-Language Portfolio*) un *Europass-Mobilitāti* (*Europass-Mobility*). Europass CV uzskata par EUROPASS portfeļa "sirdi", jo tas attiecas uz visiem citiem instrumentiem un saista tos.

Metodes prezentācija

CV un *prezentācijas vēstule* iekļauta *personīgā mārketinga metožu* kategorijā, kas palīdz personai sagatavoties sastapties ar potenciālajiem darba devējiem, mācīties un praktizēt prezentācijas prasmes konkurences pilnās darbā pieņemšanas situācijās. CV ir rakstiskas sevis prezentēšanas metode, kad sintezētā un pievilcīgā veidā tiek stāstīts par savām personīgām un profesionālām īpašībām, ievērojot konkrētā amata prasības. CV mērķis ir izraisīt darba devēja interesi, lai viņš uzaicinātu kandidātu uz interviju.



CV ietver pašrefleksiju un spējas (*self-reflection & abilities*):

- *sevis pazīšanas laukā;*
- *uzsverot personīgos rezultātus;*
- *identificējot un novērtējot kompetences;*
- *pasvītrot pozitīvos aspektus un pārslidot pāri grūtībām;*
- *definējot skaidrus karjeras izaugsmes mērķus (cik iespējams, atbilstoši potenciālā darba devēja interesēm).*

Īpaši svarīga ir: *attieksme, pozitīva domāšana, pašpaļāvība, reālisms, apņēmība un griba gūt panākumus.*

Pieņemts uzskatīt, ka sagatavojot CV, persona zina vēlāmā darba raksturu, darba devēja intereses, lai sagrupētu informāciju atbilstoši konkrētā amata prasībām. Turklāt jāievēro noteikti prezentēšanas noteikumi, bet CV tiek pielāgota kandidāta personībai un situācijai.

CV var nosūtīt, atbildot uz sludinājumu avīzē, vai tā var būt kā spontāns pieteikums, kas adresēts konkrētām firmām, uzņēmumiem, darbaspēka izvietojuma aģentūrām, kas rūpīgi izvēlētas, pamatojoties uz tādiem kritērijiem kā darbības joma, lielums (darbinieku skaits), atrašanās vieta, ekspansija (ražošanas sazarosānās, dažādošana).

Europass CV ietver šādas sadaļas:

| | |
|-----------------------------------|---|
| Personas dati | <ul style="list-style-type: none"> ■ vārds un uzvārds ■ adrese ■ kontakti (adrese, telefons, e-pasts) ■ dzimšanas datums ■ tautība/pilsonība ■ dzimums |
| Izglītība | <ul style="list-style-type: none"> ■ izglītības vai mācību iestādes nosaukums un veids ■ iegūtais diploms vai sertifikāts ■ rezultāti |
| Profesionālā pieredze | <ul style="list-style-type: none"> ■ darba devēja vārds ■ laika periods ■ darbības joma ■ nodarbošanās/amats ■ pienākumi ■ rezultāti |
| Personīgās prasmes un kompetences | <ul style="list-style-type: none"> ■ valodas ■ sociālās prasmes un kompetences ■ tehniskās prasmes un kompetences ■ organizatoriskās prasmes un kompetences ■ mākslinieciskās prasmes un kompetences, utt. |

| | |
|----------------------|--|
| Papildus informācija | <ul style="list-style-type: none"> ■ rekomendācijas ■ autovadītāja tiesības ■ militārais dienests ■ ģimenes stāvoklis ■ fotogrāfija, utt. |
|----------------------|--|

Europass CV ir saistīta ar citiem EUROPASS instrumentiem:

- *Pielikums pie Europass-Diploma (Europass-Diploma Supplement) un*
- *Pielikums pie Europass-Sertifikāta (Europass-Certificate Supplement) (abi, iztulkoti starptautiskās aprites valodā, tiks minēti Izglītības un mācību sadaļā);*
- *Europass-Mobilitātes sertifikāts (Europass-Mobility) reģistrē mācīšanās pieredzi, kas iegūta, izmantojot transnacionālo mobilitāti, un atsaucies uz to tiks sniegtas Izglītības un Profesionālās pieredzes sadaļā;*
- *Europass-Valodu portfelis (Europass-Language Portfolio) tiks prezentēts Personīgo prasmju un kompetenču sadaļā.*

Nav universālu CV sagatavošanas modeļu vai recepšu. Iepriekš minēto elementu kārtību var mainīt, lai uzsvērtu atsevišķus aspektus, un sadaļu virsraksti var atšķirties katrā konkrētā gadījumā. Bet īpaši svarīgi ir ievērot sadaļu viendabīgumu, precizitāti un loģisko secību. Turpmāk sniedzam informācijas sakārtošanas piemēru:

EUROPASS CURRICULUM VITAE

■ Mērķis

CV tiek formulēta atbilstoši vēlamajām jomām un amatam.

PERSONĪGĀ INFORMĀCIJA

■ Vārds (vārdi)/Uzvārds (uzvārdi)

Ieteicams minēt vārdu, ko persona lieto.

■ Adrese

Pasta adrese: iela, numurs (pastkastītes Nr.), kods, pilsēta, valsts.

■ Kontaktdetaļas

Telefons, fakss, e-pasts.

■ Dzimšanas datums

Diena, mēnesis, vecums (ja prasīts).

■ Ģimenes stāvoklis, bērni (pēc izvēles)

Minēt civilo stāvokli (precējies, neprecējies, šķīries, atraitnis) un bērnu skaitu (ja ir).

■ Veselības stāvoklis (pēc izvēles)

■ Dzimums (ja nav skaidrs no personas vārda)

■ Nacionalitāte (ja darbam tas ir svarīgi)

VĒLAMĀ NODARBOŠANĀS/PROFESIONĀLĀ JOMA (izslēgt, ja nav atbilstoši)

IZGLĪTĪBA

Šī sadaļa tiek aizpildīta atbilstoši mācību svarīgumam attiecībā uz darba pieredzi. Gadījumā ar jauniem cilvēkiem, kuri nesen beiguši mācības, akadēmiskās izglītības uzsvēršana un detalizēta aprakstīšana var kompensēt darba pieredzes trūkumu.

■ Izglītības un mācību iestāde

Mācības tiek prezentētas apgrieztā hronoloģiskā secībā, sākot ar pēdējām vai augstāko līmeni. Tiek minēts institūta nosaukums, mācību un beigšanas laiks.

■ Diplomi/sertifikāti/iegūtā kvalifikācija

Tiek minēti diplomi (nevis saīsinājumi), kas attiecas uz vēlamo amatu.

■ Rezultāti

Veiksmes, godalgas un apbalvojumi, institūcijas, kas tos izsniegušas, un izsniegšanas datums, tādā secībā, kā tie attiecas uz vēlamo amatu.

■ Raksti, publikācijas (pēc izvēles)

Tiek minēts publikāciju, kas attiecas uz vēlamo amatu, nosaukums, žurnāls, izdošanas numurs un gads, izdevniecība, pilsēta.

■ Mācību pakāpes, stipendijas

Vissvarīgākās pakāpes tiek minētas kopā ar tām, kuras attiecas uz vēlamo amatu, un var pievienot (ja tādi ir) novērtēšanas ziņojumus. Informāciju var sniegt tabulas veidā:

| Valsts, pilsēta | Periods | Mācību nolūks/profesionālie apmeklējumi |
|-----------------|---------|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

DARBA PIEREDZE

Šajā sadaļā tiks uzsvērti panākumi personas karjerā un pozitīvie aspekti, ievērojami amati un pienākumi, kas pildīti laika gaitā. Informācija tiek sniegta apgrieztā secībā (sākot ar pēdējiem), lai darba devējs redzētu vissvarīgāko un visnesenāko.

■ Laika periods

■ Nodarbošanās vai ieņemtais postenis

■ Galvenās aktivitātes un pienākumi

■ Darba devēja vārds un adrese (firma, institūcija, utt.)

■ Uzņēmējdarbības vai nozares tips

Jānorāda precīzi, izmantojot veikto aktivitāšu terminus un darbības vārdus

Piemērs:

| Amats/funkcija | Aktivitātes/pienākumi |
|--------------------------|---|
| Finansu nodaļas vadītājs | Budžeta sastādīšana, pārbaudīšana un realizēšana Vadības kontrole un analīze Kases vadība Algu vadība Fiskālās un sociālās atskaites Datorizēta grāmatvedība |

- **Ievērojami rezultāti**

Nozīmīgi darba uzdevumu rezultāti, kas ir svarīgi jaunajam amatam. Piemēram, kā realizācijas grupas vadītājam apgrozījums par 20 % pārsniedza citu grupu apgrozījumu.

PERSONĪGĀS PRASMES

Tiek prezentētas spējas un kompetences, kas svarīgas konkrētajam amatam, un to iegūšanas līdzekļi.

- **Valodas** – dzimtā valoda (valodas) un citas pārvaldītās valodas

Līmeni var novērtēt pats, pamatojoties uz noteiktiem rakstīšanas, lasīšanas, runāšanas prasmju kritērijiem (piemēram, *brīvi, labi, apmierinoši*)

| Valodas | Rakstīšana | Lasīšana | Runāšana |
|----------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| Angļu | <i>apmierinoši</i> | <i>labi</i> | <i>brīvi</i> |
| ... | | | |
| | | | |

Svešvalodās iegūtie *diplomi/apliecības*, jāmin izdevusi institūcija, datums.

- **Sociālās prasmes un kompetences**

Minēt komandas darbu, starppersonu komunikācijas prasmes, konfliktu risināšanas prasmes, utt.

- **Tehniskās prasmes un kompetences**

Minēt iekārtu, instrumentu, mašīnu, utt. izmantošanu.

- **Datorprasmes un kompetences**

Minēt datora pārzināšanu.

- **Organizatoriskās prasmes un kompetences**

Minēt grupas koordinēšanu, projektu un budžeta vadību.

- **Mākslinieciskās prasmes un kompetences**

Speciālas spējas mūzikā, zīmēšanā, teātra spēlēšanā, sportā, utt.

- **Autovadītāja licence** (pēc pieprasījuma, minēt kategoriju)

- **Citas prasmes un kompetences**

PAPILDU INFORMĀCIJA

■ **Fotogrāfija** (pēc pieprasījuma)

Jāievēro zināmi *noteikumi*: fotogrāfijai jābūt nesēn uzņemtai, profesionālai, ID formātā, var būt melnbalta vai krāsaina, un tā jānovieto CV augšējā labajā stūrī.

■ **Rekomendācijas** (pēc pieprasījuma)

Tās izsniedz iepriekšējie pasniedzēji vai darba devēji un tajās jānorāda: rekomendāciju izdevušās personas vārds, institūcija, adrese un kontaktinformācija. Iepriekš jāsaņem personas, kas vēlas dalīties šādā informācijā, piekrišana. Paredzamais darba devējs var kontaktēties ar viņiem, lai saņemtu apstiprinājuma vai papildu informāciju.

■ **Mobilitāte**

Darba devējam ir svarīgi zināt, vai nākamais darbinieks vēlas bieži doties komandējumos, ir gatavs veikt darbu ārpus savas dzīves vietas.

■ **Ar profesiju nesaistītas aktivitātes**

Var minēt sporta veidus, vaļaspriekus (ja tie ir svarīgi), kas raksturo kandidātu un viņa dzīvesveidu. Svarīgi uzsvērt tās aktivitātes, kas ļauj iegūt sociālo pieredzi, uzņemties atbildību.

■ **Dalība profesionālās organizācijā, apbalvojumi** (pēc izvēles, ja svarīgi amatam)

■ **Militārais dienests** (pēc izvēles)

■ **Pieejamība**

Tūlītēja pieejamība ir pozitīvs moments.

CV izvietojums:

Jāievēro šādas prasības:

■ *salasāma*: akurāta (ja rakstīta ar roku), drukāta uz balta, kvalitatīva papīra;

■ *drukāta*:

■ tikai uz vienas puses un sadaļu virsraksti jāpasvīturo,

■ paragrāfi nodalīti ar divkāršu atstarpi starp rindām, 1,5 atstarpe starp līnijām, attālums no lapas malas 2,5 – 3 cm,

■ visas sadaļas noformētas vienādi attiecībā uz attālumu no malām, atstarpēm starp rindām, fontu;

■ *pārredzama*: pietiekami daudz vietas;

■ *īsa*: 2 lappuses maksimāli;

■ *precīza un kodolīga*: noderīga informācija, nekādu detaļu;

■ *loģiska*: informācija jādatē un tai jābūt loģiski organizētai;

■ *konkrēta un precīza*: kandidāta iegūtiem rezultātiem jābūt demonstrējamiem un identificējamiem. Nekad nevajag sūtīt fotokopijas, jāizvairās no rakstības kļūdām un labojumiem.

CV varianti:

■ *hronoloģiskais*: studijas un darba pieredze parādīta apgrieztā hronoloģiskā secībā, sākot ar visnesenākajiem un uzsverot profesionālo progresu, bet iespējami arī pārtraukumi darbībā. Ieteicams tad, kad iepriekšējā pieredze ir svarīga vēlamajam postenim un jomai;

■ *funkcionālais*: uzsver pieredzi, kompetenci, sasniegumus, bez hronoloģiskas kārtības. Tā ir noderīga augstskolu beidzējiem, cilvēkiem, kuriem nav darba pieredzes, vai tiem, kuri vēlas mainīt nodarbošanās jomu. Ieteicama arī kandidātiem, kuriem ir pieredze dažādās jomās, jo viņiem vajadzēs izvēlēties tikai atbilstošos aspektus;

- *biogrāfiskais*: uzsver personīgos aspektus (personības iezīmes, motivācija, spējas), neuzsverot darba izpildi. Tas ir noderīgs kandidātiem, kuri vēlas pierādīt atbilstošu talantu un prasmju esamību;
- *kombinētais*: paredz uzskaitīt galvenos pienākumus apgrieztā hronoloģiskā secībā, un to skaitā galvenās kompetences un spējas, kas vajadzīgas konkrētajam darbam;
- daži darba devēji izmanto *pieteikuma veidlapas* ar speciālām sadaļām, lai no visiem kandidātiem iegūtu vienāda veida informāciju. Veidlapa uzmanīgi jāizpēta un stingri jāievēro norādījumi par tās aizpildīšanu;
- *elektroniskais*: var nosūtīt kā pielikumu uz darba devēja e-pasta adresi vai jāielādē kvalificētu speciālistu mājaslapā. Vēl viena iespēja ir izveidot savu interneta lapu, kurai jābūt profesionālā līmenī, lai pārliecinātu darba devēju to apmeklēt;
- *skenēta CV*

Darba devēji var pieprasīt CV, kas ir skenēts vai ko var skenēt. Saturs tiek saglabāts kā vienkāršs teksts un to analizēs speciāla lokalizēšanas un identificēšanas sistēma, kas meklē atslēgas vārdus. Kandidātiem jāmeklē sākotnējā sludinājumā informatīvas norādes, kuras sistēma meklēs, lai būtu drošs, ka viņi tiks izvēlēti.

Mērķauditorija

Zināšanas par to, kā sagatavot CV, noder šādām *klientu* kategorijām:

- vidusskolu *skolēniem*, profesionālo skolu, koledžu *audzēkņiem* – lai praktizētu/stimulētu iekļaušanos sociālajā un profesionālajā dzīvē;
- *studentiem, kas vēl nav ieguvuši pirmo akadēmisko grādu*, kuri vēlas atrast darbu – lai praktizētu darba meklēšanas prasmes;
- profesionālo skolu, koledžu *beidzējiem*, augstskolu *absolventiem*, kuri interesējas par CV sagatavošanu – lai palielinātu savas iespējas dabūt darbu;
- *pieaugušajiem*, kas meklē darbu vai vēlas mainīt darbības jomu/profesiju – lai iemācītos personīgā marketinga metodes darba meklēšanā.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Skolnieku/studentu/pieaugušo konsultēšanai

1. Izstrādājiet savu hronoloģisko, funkcionālo, kombinēto CV, tad apspriediet ar saviem kolēģiem savas galvenās personīgās un profesionālās īpašības, kas varētu pārliecināt darba devēju piedāvāt jums posteni.
2. Izzanalizējiet ar savu konsultantu galvenās grūtības, kas jums radušās, sagatavojot katra veida CV, un apspriediet risinājumus.
3. Grupas aktivitātes:

Temats: sagatavojiet CV

Dalībnieki: 10-12 subjekti

Mērķi: apmainīties idejām par to, kā sagatavot un uzlabot CV

Apraksts:

- dalībnieki uzskicēs savus CV;
- uzrakstiet uz tāfeles vai lielās papīra lapas jautājumu sarakstu, kas radušies, izstrādājot CV (formas vai satura ziņā);
- katrs dalībnieks izlasīs un izanalizēs kolēģu CV, tad ierakstīs shēmā tabulā visus komentārus, pozitīvos, neprecīzos vai grūti saprotamos aspektus;

- tiks apspriesti arī jautājumi, kas tika atzīmēti aktivitātes sākumā;
- nobeigumā katrs dalībnieks saņems shēmu ar noderīgiem ierosinājumiem savu CV uzlabošanai.

Metodes novērtējums

Galvenās priekšrocības:

- Europass CV ir unitārs personīgā mārketinga instruments, kas nodrošina mobilitāti un vienādas pieejamības iespējas darba tirgus kandidātiem;
- tā uzsver svarīgu informāciju par kandidātu, par viņa profesionālo sagatavotību un pieredzi atbilstoši konkrētā amata prasībām;
- tā ļauj praktizēt prezentāciju labvēlīgā veidā, neiedziļinoties detaļās, lai izraisītu darba devēja interesi;
- tā ļauj kandidātam kontrolēt situāciju, pretstatā intervijai;
- pienācīgi sagatavota, tā veicina efektīvu paškontrolēti un palielina iespējas iegūt amatu.

Hronoloģiska CV

- uzsver nepārtrauktības elementus kandidāta profesionālā pieredzē.

Funkcionāla CV

- uzsver klienta profesionālās un intelektuālās īpašības un ir iedarbīgs gadījumā ar cilvēkiem, kuri vēlas mainīt darbības jomu vai darbu;
- ļauj darba devējam ātri pārliecināties, vai kandidātam ir amatam atbilstošas zināšanas;
- tā ir noderīga gadījumā, kad kandidātam ir bijuši daudzi līdzīgi amati, jo tā ļauj sintezēt viņa "profesionālo vēsturi", izvairoties no atkārtoto informācijas par profesionālo pieredzi.

Kombinēta CV

- prezentē profesionālo pieredzi;
- uzsver īpašības un to noderību jaunajā amatā.

Pieteikuma veidlapas

- veicina informācijas organizēšanu, aizpildot skaidri nodalītas sadaļas, un ir skaidras datu organizēšanas modelis.

Elektroniska CV

- ātri un ar mazām izmaksām nokļūst pie saņēmēja;
- ir mazāk apdraudēta salīdzinājumā ar klasisko CV (izdrukāta uz papīra);
- reģistrējoties speciālā cilvēkresursu tīmekļa vietnē, CV apskatīs daudzi darba devēji.

Daži trūkumi:

- grūti izvēlēties noteiktu CV veidu atbilstoši mērķim;
- metodei nepieciešams ievērot formālus limitus, prezentācijas formātu;
- hronoloģiskā CV var pievērst uzmanību pieredzes trūcumam gadījumā ar skolu beidzējiem vai pārtrauktus profesionālā darbībā;
- funkcionālai CV sagatavošanai nepieciešams veltīt vairāk laika un pūliņu.

Bibliogrāfija

Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București, Editura Economică.

Cunoașterea elevului – o sinteză a metodelor (1978). Holban, I. (coord.). București, EDP.

Gilles, D.; Saulnier-Cazals, J.; Vuillermet-Cortot, M. J. (1994). *Socrate, le retour. Pour accompagner la réussite universitaire et professionnelle des étudiants*. Québec, Les Editions Septembre Inc.

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Le Bras, Florence (1997). *Secretele unui bun Curriculum Vitae*. București, Editura Teora.

Parkinson, M. (2002). *Ghidul carierei*. București, Editura All Beck.

Stănescu, L. (2001). Tehnici de căutare a unui loc de muncă. În: *Orientarea școlară și profesională a tinerilor rezidenți în zone defavorizate socio-economic și cultural*. București, ISE. (<http://ospzd.ise.ro>)

<http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Downloads/navigate.action>

http://europa.eu.int/comm/education/programmes/europass/index_en.html

<http://europass.cedefop.eu.int/htm/index.htm>

www.capp.ise.ro

www.euroguidance.ise.ro

Prezentācijas vēstule

Presentation Letter

Angela MUSCĂ

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Metodes prezentācija

Prezentācijas vēstule tiek sūtīta kopā ar CV, un tās uzdevums ir pievērst darba devēja uzmanību tam, ka kandidāta izglītība vai pieredze atbilst konkrētā amata prasībām. Ja CV ir izsmeljoša un ietver maksimālu informāciju, kas sakārtota pa sadaļām, vēstule tikai pasvīturo atsevišķus CV elementus, kas noformulēti atbilstoši konkrētam darba devējam.

Literatūrā tiek izmantoti arī šādi termini: *nodomu/pieteikuma/motivācijas vēstule (intention/application/motivation letter)*.

Prezentācijas vēstule ir kodolīga pašraksturojuma forma, kas iepazīstina ar kandidāta raksturīgajām īpašībām, interesēm un motivāciju. Tā ir personalizēta, lai būtu acīm redzams, ka tā *rakstīta saistībā tieši ar šo konkrēto amatu*. Sagatavojot prezentācijas vēstuli, tiek ievēroti tie paši noteikumi, kā rakstot CV, bet ir arī zināmas atšķirības.

Prezentācijas vēstule atšķiras no *pateicības vēstules*. Pēdējā – kas tiek izmantota diezgan reti – adresēta intervētājam vai personai, kas sniegusi rekomendāciju; šādos gadījumos vēstule izsaka kandidāta pozitīvo attieksmi un atgādina darba devējam par viņa kvalifikāciju, kompetencēm un vēlēšanos piedalīties vēl vienā intervijā.

Attiecībā uz *saturu prezentācijas vēstulei* ir noteiktas prasības:

- tam jābūt skaidram, precīzam, īsam;
- tam jāizraisa darba devēja interese, lai tas uzaicinātu kandidātu uz interviju;
- tajā pārlicinoši jāparāda šim amatam atbilstošās kandidāta spējas, īpašības;
- tajā jāpievērš darba devēja uzmanība personas apņēmības, motivācijas, attieksmes, iniciatīvas, entuziasma pakāpei un spējām;
- tajā tiek uzsvērts ieguldījums, ko kandidāts varētu dot, ja viņš tiktu pieņemts darbā;
- katra ideja jāatspoguļo atsevišķā paragrāfā.

Attiecībā uz *formu* jāievēro šādi *noteikumi*:

- A4 formāts;
- skaidrs izkārtojums, precīza pareizrakstība;
- viegli salasāms fonts;
- nekrāsains papīrs;
- nesena fotogrāfija, pēc pieprasījuma.

Prezentācijas vēstules elementi (uzbūve)

| | | |
|--|----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Vārds, pasta adrese, telefons, e-pasta adrese → | | ← 2. Datums |
| 3. Atsauce uz vēlamo amatu (sludinājuma datums, vieta un numurs) | | ← 4. Saņēmēja vārds, amats un adrese |
| 5. Ievada frāzes → | | |
| 6. Saturs (viena tēma katrā paragrāfā) → | | |
| | | ← 7. Noslēguma frāzes |
| | | ← 8. Paraksts |
| 9. Pievienoto dokumentu saraksts → | | |

1. *Kandidāta vārds, pasta adrese, telefona numurs un e-pasta adrese* nepieciešama kontaktiem. Var arī norādīt, kad kandidātam var piezvanīt.
2. *Datums.*
3. *Atsauce uz amatu* (sludinājuma datums, vieta): laikraksta reklāmas izdevums un cita informācija tiek sniegta kopā ar tā amata nosaukumu, uz kuru kandidāts piesakās.
4. *Saņēmēja vārds, amats un adrese:* ir labi to zināt un šeit minēt.
5. *Ievada frāzes:* oficiāla valoda, piemēram *God. ...kungs/Cien. ... kundze* (ja zināms saņēmēja uzvārds), vai *Cilvēkresursu nodaļai/... vadītājam* (ja vārds nav zināms).
6. *Saturs:* tiek minētas atsauces uz paziņojumā minētām prasībām (profesionālie aspekti, alga, utt.), tiek sniegti dati par kandidātu (personīgās īpašības, zināšanas, spējas, atsauces uz iepriekšējām darba vietām), kā arī iemesli, kādēļ kandidāts vēlas iegūt šo amatu. Tiek uzskaitītas kādas noteiktas īpašības, kas minētas CV un kurām ir svarīga nozīme šajā amatā.
7. *Noslēguma frāzes:* tādas, kā *Ar patiesu cieņu, Jūsu,* utt.
Tiek precizēta pieejamība intervēšanai.
8. *Paraksts.*
9. *Pievienotie dokumenti.*
Pievienoto dokumentu saraksts (*CV, diplomu kopijas, rekomendācijas, utt.*), ja darba devējs to prasa.

Prezentācijas vēstuļu veidi

Atbilde uz sludinājumu:

- atsauksies uz sludinājumu: minēts publikācijas virsraksts un izdevums;
- pierādīs profesionālo kvalifikāciju saistību ar darba prasībām;
- detalizēti uzskaitīs iemeslus, kādēļ šis amats ir vēlams: kvalifikācija, pieredze, personīgās īpašības, karjeras plāni;
- pieminēs CV;
- detalizēti tiks norādīta pieejamība intervēšanai.

Spontāna (perspektīva) vēstule:

- adresēta iestādes/firmas/uzņēmuma vadītājam;
- parādīs, kādēļ izraudzīta šī iestāde;
- izskaidros iemeslu, kādēļ kandidāts vēlas šo amatu;
- pasvītros stiprās puses CV;
- lūgs/piedāvās veikt interviju;
- uzskaitīs pievienotos dokumentus.

Prezentācijas vēstules paraugi:

■ **sākums:**

Atsaucoties uz jūsu sludinājumu (kad) (kur), es vēlos pieteikties uz amatu

Jūsu sludinājums numur (kad) (kur) piesaistīja manu uzmanību, tādēļ ka

Es vēlētos izmantot savu iegūto pieredzi un šī iemesla dēļ es meklēju darbu

Mani interesē amats jūsu uzņēmumā un pēc mēnešu/gadu mācībām es vēlētos
.....

■ **noslēgums:**

- a. Minēt CV (ja tāda ir)

Pievienotajā CV jūs atradīsiet visu informāciju par

- b. Pieejamība intervēšanai

Es būšu jūsu rīcībā, lai papildinātu CV iekļauto informāciju intervijas laikā

Es vēlētos izmantot iespēju intervijas laikā paskaidrot tādus aspektus kā Es esmu pieejams pēc jūsu pieprasījuma

- c. Noslēguma frāzes

Pateicos, ka izskatījāt manu pieteikumu

Cerībā, ka mana vēstule piesaistīs Jūsu uzmanību, gaidīšu no jums atbildi. Ar cieņu

Mērķauditorija

Prezentācijas vēstules rakstīšana ir lietderīga šādām *pakalpojumu saņēmēju* kategorijām:

- vidusskolu, profesionālo skolu, koledžu *audzēkņiem* (kuri vēl mācās vai gatavojas beigt skolu) – lai praktizētos/modelētu sabiedriskās un profesionālās dzīves uzsākšanu;
- *augstskolu beidzējiem*, kuri vēlas atrast darbu (vēl esot universitātē vai jau pēc pabeigšanas) – lai praktizētu darba meklēšanas prasmes;
- *pieaugušajiem*, kuri meklē amatu vai vēlas pārorientēties uz citu jomu/profesiju – lai iemācītos personīgā mārketinga metodes darba meklēšanai.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

1. vingrinājums

Grupās pa 3-4 personām uzrakstiet prezentācijas vēstuli, atbildot uz šādu sludinājumu:

*“Multinacionāla kompānija Bukarestē meklē **galveno grāmatvedi**”.*

Darba apraksts:

- organizēt un koordinēt grāmatvedības nodaļu;
- izstrādāt un ieviest iekšējās finanšu procedūras;
- sagatavot bilances, atskaites un pārskatus;
- pārstāvēt kompāniju centrālās iestādēs.

Prasības:

- augstākā izglītība ekonomikā;
- angļu valodas zināšanas sarunu valodas līmenī;
- likumu zināšana (Starptautisko grāmatvedības standartu zināšana tiek uzskatīta par priekšrocību);
- PC – *MS Office, MS Excel* un grāmatvedības datorprogrammas;
- vismaz divu gadu pieredze līdzvērtīgā amatā multinacionālā kompānijā.

Piedāvā (prēmijas, papildu ieguvumi):

- ļoti pievilcīga alga, kompānijas automašīna, mobilais telefons;
- profesionāla vide un karjeras izaugsmes iespējas.

2. vingrinājums

Sagatavojiet plakātu, izmantojot *Prezentācijas vēstuli*, kas uzrakstīta iepriekšējā vingrinājumā, prezentējiet to grupai un izskaidrojiet, kā tas tika izdarīts. Novērotāji var uzdot jautājumus, izteikt piezīmes un konstruktīvu kritiku.

Strādājiet grupās pa 5 cilvēkiem ar vienu novērotāju.

3. vingrinājums

Uzrakstiet trīs *Prezentācijas vēstules*, kurās izceliet savas īpašības, personību, kvalifikāciju šādiem amatiem:

- sekretārs;
- frizieris;
- juristkonsultants.

Rakstīšanas procesa analīze

- Kādi argumenti tika izmantoti pārliecināšanai?
- Kādas ir jūsu *Prezentācijas vēstules* stiprās un vājās puses?
- Kā jūs varat izcelt savas stiprās puses?
- Kā ir izvēlētas iesākuma un noslēguma frāzes?
- Ar ko *Prezentācijas vēstule* atšķiras no CV?

4. vingrinājums

Temats: *Prezentācijas vēstule*

Dalībnieki: 12 personas (skolēni/studenti/pieaugušie)

Mērķi:

- saprast saistību starp CV un *Prezentācijas vēstuli*, to lomu;
- iesaistīt skolēnus/studentus/pieaugušos *Prezentācijas vēstules* rakstīšanā;
- noteikt personīgos aspektus (personības iezīmes, izglītība, pieredze), kurām ir būtiska nozīme, piesakoties amatam.

Kārtība:

- katrs dalībnieks sagatavo *Prezentācijas vēstules* projektu;
- tiek noskaidrots CV un *Prezentācijas vēstules* rakstīšanas nolūks;
- dalībnieki izlasa un analizē savu kolēģu *Prezentācijas vēstules*, pieprasot pamatotus un dažādus argumentus;
- kolēģi novērtē katru *Prezentācijas vēstuli*, priekšlikumi tiek apspriesti grupā.

Metodes novērtēšana

Prezentācijas vēstules priekšrocības:

- uzsver akadēmisko vai profesionālo kvalifikāciju, kas atbilst amata prasībām;
- dod iespēju veikt pašanalīzi, parāda kandidāta motivāciju un profesionālos mērķus;
- ja to lasa pirms CV, tā veido pirmo kontaktu ar darba devējiem, kas varētu pārliecināt viņus uzaicināt kandidātu uz interviju;
- kandidātiem jāiedomājas sevi darba devēja vietā un jāparedz viņa reakcija, lasot šo dokumentu.

Prezentācijas vēstules trūkumi:

- to ir grūti uzrakstīt, jo nepieciešama precizitāte un kodolīgums, izceļot kandidāta īpašības;
- nepieciešams veltīt laiku, lai komunicētu un pielāgotu būtiskas idejas;

- tajā ir *egocentrismā lamatas* to kandidātu gadījumā, kas uzstās uz savām kvalitātēm un interesēm, nemi-not to noderīgumu, vai neiedomājoties sevi darba devēja vietā;
- var garlaikot darba devēju, ja tā uzrakstīta vienveidīgi, neizraisot un neuzturot viņa interesi tās lasīšanas laikā.

Bibliogrāfija

Brand, M.; Sparkes, A. O.; Neufeld, B. J. (1993). *Success in the workplace*. Copp Clark Ltd.

Gilles, D.; Saulnier-Cazals, J.; Vuillermet-Cortot, M. J. (1994). *Socrate, le retour. Pour accompagner la réussite universitaire et professionnelle des étudiants*. Québec, Les Editions Septembre Inc.

Jigău, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Le Bras, Florence (1997). *Secretele unui bun Curriculum Vitae*. București, Editura Teora.

Parkinson, M. (2002). *Ghidul carierei*. București, Editura All Beck.

Salomia, E.; Marcinschi, M. (2002). *Ghidul carierei mele*. București, Centrul Educația 2000+.

Stănescu, L. (2001). Tehnici de căutare a unui loc de muncă. În: *Orientarea școlară și profesională a tinerilor rezidenți în zone defavorizate socio-economic și cultural*. București, ISE. (<http://ospzd.ise.ro/>)

Vertadier, A. (1985). *90 fiches pour trouver un emploi*. Editions d'organisation.

Vērtību noskaidrošana

Values Clarification

Angela MUSCĂ
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Vērtības ir tas pamats, uz kura cilvēks veido sev pieņemamu personīgo eksistenci. Vērtības izkristalizējas, pamatojoties uz sociāliem modeļiem un personīgo pieredzi.

Vērtības koncepcija tiek izmantota dažādās jomās ar atšķirīgu nozīmi.

Socioloģijā un **antropoloģijā** kultūras, kas piemīt laikmetiem, ģeogrāfiskām teritorijām vai paudzēm, bieži tiek aprakstītas, izmantojot dominējošās vērtības.

Kultūras filozofijā vērtību izpēte ir attīstījusies par aksioloģiju (*axiology*), patstāvīgu disciplīnu, kas koncentrēta uz cilvēka kreatīvo domāšanu. Saistībā ar cilvēku aktivitātēm, vērtības tiek iedalītas: ekonomiskās, politiskās, mākslinieciskās, morālās.

Psiholoģijā uzsvars tiek likts uz vērtību mainīgumu grupu ietvaros, un uz šī pamata ir mēģināts izskaidrot izturēšanās atšķirības. Vērtības ir dzīves vadošie principi, un cilvēki meklē profesijas atbilstoši savām vērtībām, personībai un interesēm. Tādējādi viņi novērtē noteiktus darba aspektus un dod priekšroku vienām profesijām, nevis citām. Apmierinājums darbā ir saistīts ar personīgo un profesionālo vērtību saskaņu.

Izglītībā vērtības atspoguļo sabiedrības kultūras modeļus. Klasiskā kultūra veicināja harmoniskas personības ideju, integrējot tādas vērtības kā labestība, skaistums, patiesums, svētums, cieņa. Modernā kultūra uzstāj uz kompleksu un kvalificētu personību un tādām fundamentālām vērtībām kā likumība, brīvība, vienlīdzība, solidaritāte. Postmodernā kultūra priekšplānā izvirza radošu personību, uzsverot personas novatorismu un autonomiju.

Karjeras konsultēšanā vērtības tiek analizētas saistībā ar citiem profesionālo izvēli noteicošiem faktoriem (intereses, spējas, personības iezīmes, utt.), kuru noskaidrošana sagatavo un palīdz pieņemt lēmumus. Noteiktu nodarbošanās veidu vai profesiju izvēle ir saistīta ar personas vērtību sistēmu. Kad ir noskaidrotas personas vērtības, ir mazāka neizlēmība attiecībā uz nākotni un lielāka iesaistīšanās profesionālās identitātes attīstīšanā.

Rifo (*Riffault*) (1993) prezentē rezultātus, kas iegūti 1980.-tajos gados veiktajā pētījumā, lai identificētu galvenās tendences, kas pastāv ģimenē, darbā, reliģijā, politikā, un novērotās pārmaiņas Eiropas vērtību sistēmā. Kas attiecas uz darbu, tika apskatīti šādi jautājumi: materiālie apstākļi, alga, atmosfēra, labvēlīgs darba grafiks, kā arī tādi elementi, kā personīgie panākumi, iniciatīvas pakāpe un atbildība. Rumānijā Čelsea (*Chelsea*) (1994) prezentē pētījumu, kas veikts 1993.-1994. gadā, kura mērķis bija noteikt Rumānijas universitātes studentu profesionālās vērtības pārejas periodā uz tirgus ekonomiku. Profesionālo vērtību izpētes metodi (*Super*) lietoja, izmantojot *indikātīvo* modeli (602 studenti no Bukarestes universitātes). Profesionālo vērtību hierarhijā pirmās vietas bija šādas: profesija, kas ļauj personai dzīvot sev vēlamu dzīvesveidu, patīkamā darba atmosfērā un ar ekonomiskām priekšrocībām. Pētījums parāda, ka studenti izturas pret darbu, balstoties uz ārēju motivāciju, bet iekšējie faktori ir mazāk nozīmīgi. Pētījuma rezultātus var izskaidrot, ņemot vērā sociālo kontekstu pēc pārmaiņām politiskajā režīmā 1989. gadā.

Rumānijas Sabiedriskās domas aptaujas institūts – IRSOP 2005. gadā veica pētījumu par vērtībām, izmantojot raksturīgu nacionālu pieaugušo iedzīvotāju modeli. Šajā gadījumā rumāņu un eiropiešu personības profili tika salikti kopā, pamatojoties uz šādām raksturīgām iezīmēm; iecietība/empātija, izziņas spējas, pašpārliecinātība, morāle, lietpratība, modernais/tradicionālais. Pētījums atklāja, cik lielā mērā noteiktas vērtības, sociālās tiesības un principi tiek ievēroti Rumānijā, un vadošajās pozīcijās mēs redzējām: *plurālismu, minoritāšu tiesības, vīriešu*

un sieviešu vienlīdzību. Papildus tam pētījumā tika analizēta tādu nevēlamu vērtību pastāvēšana rumāņu mentalitātē kā: korupcija, tikumu pagrimums, autoritārisms, konservatīvais ģimenes modelis, etniskie un dzimumu stereotipi, ksenofobija, atsvešināšanās, neiecietība.

Teorētiskais pamatojums

Karjeras izvēles teorijas uzskata profesiju par produktīvu un stabilu, ja:

- tā ir brīvi izvēlēta;
- tā ir izvēlēta no daudzām iespējamām alternatīvām;
- tā ir saskaņā ar personas spējām, interesēm un vērtībām;
- to atbalsta klientam svarīgi cilvēki.

Profesionālās izvēles teorijā Ginzbergs, Ginzburgs, Akselrāds, Helma (*Ginzberg, Ginsburg, Axelrad, Helma*) uzskata, ka būtiskie faktori karjeras izvēlē ir šādi: dzīves vide, izglītības līmenis, individuālās vērtības, personības iezīmes. Autori pievērš uzmanību tam, ka katrs profesionālās darbības tips pamatojas uz vērtībām, kuras var pieņemt vai nepieņemt, kuras var atbilst vai neatbilst. Profesijas izvēli ietekmē tas, cik kvalitatīva šī izvēle ir attiecībā uz dažādām karjeras vērtībām.

Supers (*Super*) (1996) savā profesionālās izvēles un vēlmju ģenēzes teorijā ietver divas fundamentālas dimensijas: attīstība visa mūža garumā un sociālo lomu skaidra formulēšana. Kā, mūsdiā, svarīgas idejas vēl var minēt šādas:

- cilvēki atšķiras spēju, vajadzību, vērtību, interešu, personības iezīmju un paštēla ziņā;
- lai strādātu kādā profesijā, nepieciešama spēju un personības iezīmju kombinācija, tomēr viens cilvēks var strādāt vairākās profesijās, un ir skaidrs, ka cilvēki ar dažādām raksturīgām pazīmēm var strādāt vienā un tai pašā profesijā;
- savu resursu un spēju maksimāla izmantošana atbilstoši personas vērtībām rada apmierinātību darbā.

Plants (*Plant*) piedāvā etnoloģisku skatījumu uz profesionālām vērtībām un to nozīmi konsultēšanā. Dānijā veiktais pētījums atklāj trīs vērtību sistēmas, kas atbilst šādai tipoloģijai (*Christensen, 1987, 1988, apud Plant, 1998*):

- *karjerists apstiprina:*
 - *"darbs ir mana dzīve, mans izteikšanās veids";*
 - *"Es mācos visu laiku, nepārtraukta mācīšanās – tas esmu es";*
 - *"No sava darba es sagaidu iedvesmu un personīgu attīstību";*
 - *"Es cenšos apvienot brīvo laiku un darbu";*
- *algas pelnītājs saka:*
 - *"dzīve nav tikai darbs, tas ir arī brīvais laiks";*
 - *"darbs nepaņem visu manu laiku";*
 - *"darbs un brīvais laiks ir divas pilnīgi atšķirīgas lietas";*
- *uzņēmējs saka:*
 - *"Es esmu pats sev kungs";*
 - *"Es pats varu organizēt savu laiku";*
 - *"Es laiku pa laikam apmeklēju kursus";*
 - *"Es vienlaikus strādāju ar vairākiem projektiem".*

Šo trīs perspektīvu analīze parāda viņu uzskatus par:

- *darbu* – personīgā attīstība, darbs vai uzdevums;
- *brīvo laiku* – apvienots ar darbu, pilnīgi, atsevišķi vai pārmaiņus;
- *mācīšanos mūža garumā* – skatīta ka personīgās izaugsmes process vai kā vienkāršs līdzeklis.

Katrā perspektīvā ir pozitīvi elementi: aizraušanās ar darbu karjerista gadījumā, sabalansētība algas pelnītāja gadījumā, elastība uzņēmēja gadījumā, bet arī dažāda reakcija uz bezdarbu. Karjerists jutisies pazudis, algas pelnītājs zaudēs savus ienākumus un sociālās attiecības, bet uzņēmējs nodibinās jaunu firmu vai kompāniju.

Tas viss ietekmē konsultēšanu un vērsts uz tādiem aspektiem kā:

- konsultanta darbība, kas ietekmē viņa vērtību sistēmu un to, kā tā tiek atspoguļota ikdienas praksē vai izmantotajās metodēs un līdzekļos, kuri palīdz klientiem apzināties pašiem savas vērtības;
- tirgus ekonomikas konkurējošā vide, kur uz karjeru vērstas vērtības un uzņēmēji tiek īpaši stimulēti, kamēr spiediens ir uz algas pelnītāju vērtībām;
- nozīmīgas pārmaiņas dzīvē var noteikt pārmaiņas vai ieviest korekcijas profesionālajās vērtībās; konsultantam ir svarīga loma klienta atbalstīšanā, lai noskaidrotu noteiktas pretrunas personīgo un profesionālo vērtību sistēmā;
- papildu vērtību komplekti, kur katram komplektam ir kaut kas, ko piedāvāt, un konsultants var palīdzēt klientam atrast līdzsvaru starp trijām perspektīvām.

Metodes prezentācija

Vērtības ir fundamentāla pārliecība un motivācija, kas virza cilvēka darbību. Savā darbā *“Konsultēšana un vērtības”* (*“Counselling and Values”*) (1970), Pētersons (*Peterson*) (*apud Gibson, Mitchell*, 1981) analizē vērtības salīdzinājumā ar vajadzībām, nolūkiem, pārliecību, attieksmi, vēlmēm. Vērtības ir motivējošs spēks, kritēriji, pamatojoties uz kuriem tiek noteikti mērķi. Tās veido zināšanas, apstiprinājums, atlase. Pētersons apstiprina, ka vērtības ir “hipotētiskas struktūras” (*“hypothetical constructs”*), tās pārstāv “vēlamo” tādā nozīmē, kā kas “jādara”, vai kas pēc personas domām ir pareizi konkrētos apstākļos.

Daudzās definīcijas koncentrētas uz attiecībām starp vērtībām un personību, vai izceļ saikni starp vērtībām un sabiedrību:

- *“vērtības, intereses un attieksme ir svarīgas personības dimensijas, kas ir organiski savstarpēji saistītas”* (*Chelcea*, 1994);
- *“kā socializētas individuālas vēlmes vērtības ietver emocionālus, izziņas un kognitīvus elementus, atklājot individu, grupu un sabiedrības darbošanās potenciālu”* (*McLaughlin*, 1965, *apud Chelcea*, 1994);
- *individuālo vērtību sistēma ir “daudzfaktoru spirāle vai izturēšanās veida ietekme, kas modelē un nosaka lēmumu pieņemšanas spēju”* (*Smith*, *apud Gibson, Mitchell*, 1981);
- *“vērtības nepastāv izolēti, bet gan ir strukturētas sakārtotās, kompleksās un pretrunīgās, dinamiskās sistēmās, kas atspoguļo sociālos apstākļus”* (*Chelcea*, 1994);
- *vērtības ir “stāvokļi un rīcības veidi, kas tiek uzskatīti par vēlamiem un spēlē ievērojamu lomu cilvēku rīcības orientēšanā, tās nosaka mērķus, stratēģiju, metodes un rīcības ceļus”* (*Zamfir*, 1998).

Vērtības tiek aprakstītas, atsaucoties uz standartiem un izturēšanās veidiem (*Mace*, 1972, *apud Gibson, Mitchell*, 1981). Standarti ir cilvēku sabiedrības un grupu centieni izstrādāt noteikumus, kas nodrošinātu vērtību saglabāšanu un demonstrēšanu. Izturēšanās ir savstarpējās iedarbības veids saskaņā ar noteiktiem standartiem un, lai saglabātu vērtības.

Atsevišķa kategorija ir profesionālās vērtības, kuras definētas kā "apakšsistēma aksioloģiskās sistēmas ietvaros, kas attiecas uz īpašiem profesionālās darbības aspektiem un ir vairāk vai mazāk vēlama" (Super, 1970, apud Chelcea, 1994).

Rass, Harmins, Saimons (Raths, Harmin, Simon) (1966, apud Gibson and Mitchell, 1981) ieteikuši šādus kritērijus, kam atbilst vērtības:

- *izvēle* – brīva, starp alternatīvām, pēc rūpīgas katra varianta analīzes;
- *glabāšana, novērtēšana* – rūpīga savu vērtību ievērošana, to izvēle rada apmierinājumu, un vēlēšanos tās deklarēt publiski;
- *darbība* – iekļaušana izturēšanās modelī, dzīves laikā vairākas reizes veicot izvēli.

Pēc to spējas noteikt izturēšanos, vērtības var būt *operatīvas*, ar lielu iespēju ģenerēt nepārprotamu izturēšanos, un *apzināti virzītas*, kad iespēja pārvērst tās nepārprotamā reakcijā ir ļoti maza (Chelcea, 1994).

Gišārs un Hoto (Guichard and Huteau) (2001) nodala *vispārējās vērtības*, kas atbilst eksistences mērķiem, un *specifiskās vērtības*, kuras vērstas uz konkrētām jomām. Izvēlēties noteiktas vērtības nozīmē, ka izdarīta izvēle attiecībā uz mērķiem un izturēšanos, kam dodama priekšroka un kas ir pārākas pār citām. Vērtības, intereses un nepieciešamība attiecas uz dažādiem motivācijas aspektiem.

Vērtības ir vispārīgākas, abstraktākas un fundamentālākas salīdzinājumā ar interesēm. Vērtības tiek noteiktas vēlāk nekā intereses, pusaudža gados, kamēr *vajadzības* dominē. Intereses var izpausties caur vērtību izvēli, ciktāl priekšroka konkrētām situācijām vai darbībām ir līdzeklis, kā sasniegt noteiktu rezultātu. Vērtību un interešu sarežģītās attiecības var ilustrēt ar šādu piemēru: altruistiskas vērtības var apmierināt ar medicīnu saistītā profesijā, rūpējoties par slimiem cilvēkiem slimnīcā (*sociālais tips* pēc Holanda teorijas), vai, strādājot par bankas menedžeri (*uzņēmīgais tips*).

Harmins un Kiršenbaums (Harmin and Kirschenbaum) (apud Gibson and Mitchell, 1981) ieteica "vērtību piramīdu" ("values pyramid"), kura ietver šādus līmeņus:

- *informācijas līmenis*: fakti, informācija, spējas;
- *pielietošanas līmenis*: fakti, informācija un zināšanas par to, kā tās lietot dažādās situācijās;
- *vērtību līmenis*: faktu izmantošana savā dzīvē un izpratne par to, ko tie nozīmē cilvēkam pašam.

Tālāk apskatām **vērtības** literatūrā.

Rokičs (Rokeach) (1973) atšķir "fundamentālu" vērtību sēriju (18), kas apzīmē personīgos mērķus (piemēram, "dzīvot mierīgu dzīvi") vai sociālos mērķus (piemēram, vienlīdzība, brīvība), un "noderīgas" vērtības (16), kas saistītas ar izturēšanās kopumu, kuram ir pozitīva morāla blakus nozīme noteiktu īpašību pierādīšanā (ambīcijas, godīgums, atbildība).

Perons (Perron) (1981) raksta par piecām vērtību kategorijām: *statuss* (vēlme būt apbrīnotam, adekvāts amats, ievērojami ienākumi), *sasniegumi* (vēlēšanās veikt radošas darbības, kas ļauj paizteikties), *klimats* (vēlēšanās pēc organizētas un patīkamas vides), *risks* (vēlme pēc konkurences un neprognozējamām situācijām), *brīvība* (vēlēšanās būt neatkarīgam).

Švarcs (Schwartz) (1992), sekojot Rokičam (Rokeach), izvirzīja sarakstu ar 56 vērtībām, kuras var sagrupēt 10 kategorijās un organizēt, pamatojoties uz cirkulāro modeli. Vienā pusē mēs redzam vērtības, kas attiecas uz sevis pasniegšanu (laipnība, vispusīgums), kas ir pretstatā vērtībām, kuras attiecas uz sevis apliecināšanu (spēks, pašpārlicinātība). Otrā pusē ir vērtības, kas vērstas uz pārmaiņām (patstāvība, stimulēšana, hedonisms), pretstatā kontinuitātes vērtībām (konformisms, drošība, tradīcijas).

Supers (I) (1991) radīja *Profesionālo vērtību izpētes metodi (The Inventory of Professional Values)*, kuru veido 15 kategorijas:

- *altruisms* ("iespēja dot ieguldījumu citu labā");
- *estētiskas vērtības* ("izpaužas aktivitātēs, kas ļauj īstenot estētiskus mērķus un dot ieguldījumu, lai padarītu skaistāku pasauli, kurā mēs dzīvojam");
- *intelektuālā stimulēšana* ("tā ir saistīta ar profesijām, kas pieļauj autonomas pārdomas un nepārtrauktu mācīšanos");
- *profesionāli panākumi* ("atspoguļo profesijas novērtējumu, kas dod gandarījumu par labi paveiktu darbu");
- *neatkarība* (tādās profesijās, kas ļauj personai strādāt pēc "individuāla plāna un savā gaitā");
- *prestīžs* (tādās profesijās, kur "cilvēki, kas to veic, ir nozīmīgi un viņi gūst citu cilvēku cieņu");
- *citu cilvēku vadīšana* (profesijās, kuras "dod iespēju plānot un organizēt citu cilvēku darbu");
- *ekonomiskas priekšrocības* ("atspoguļo orientēšanos uz labi apmaksātam profesijām");
- *profesionālā stabilitāte* (tādās profesijās, kur indivīds ir pārliecināts, ka saglabās šo darbu");
- *darba atmosfēra* ("attiecas uz apmierinošiem darba apstākļiem");
- *attiecības ar augstākstāvošām personām* ("darbs, kuru uzrauga taisnīgs priekšnieks, ar kuru persona labi saprotas");
- *attiecības ar kolēģiem* ("darbības, kas piedāvā labas sociālās attiecības ar kolēģiem");
- *dzīvesveids* ("tas saistās ar profesijām, kurās darbinieki var organizēt savu dzīvi tā, kā viņi paši vēlas");
- *dažādība* (tādās aktivitātes, kur veicamas "dažādas darbības");
- *kreativitāte* (attiecas uz profesijām, kuras ir saistītas ar "jaunu lietu vai priekšmetu radīšanu").

Sagivs (*Sagiv*) (1999, *apud Guichard and Huteau*, 2001) ierosināja *interesu korelāciju (correlation of interests)* saskaņā ar Holandu un Švarca (*Schwartz*) *vērtību teoriju (values theory)*. Piemēram, *mākslinieciskas un intelektuālas intereses* pozitīvi asociējas ar vispusīgumu, kas pārgrupē tādas vērtības kā: rūpes par apkārtējo vidi, skaistums, iecietība, taisnīgums, vienlīdzība, miers, un negatīvā veidā ar *konformismu*. Bez tam autors konstatē pozitīvu korelāciju starp sociālām interesēm un laipnību. Konvencionālas intereses pozitīvi asociējas ar drošību un konformismu, kamēr negatīvi – ar vispusīgumu, autonomiju un stimulēšanu.

Noskaidrošanas metodes

Ja persona atbilstošā veidā pielieto vērtību noskaidrošanas līdzekļus, palielinās iespējamība, ka konflikti vai pretrunas/nesaskaņas tiek transponētas pozitīvā lēmumā un dzīve no sociālā viedokļa cilvēkam kļūst apmierinošāka un konstruktīvāka.

Brauns un Bruks (*Brown and Brooks*) (1991) izveido pakāpju sēriju, kad ar konsultanta palīdzību tiek noteiktas klienta vērtības:

- informētība par vērtību, motivācijas un apmierinājuma, kas saistīts ar darbu, nozīmi lēmumu pieņemšanā;
- vērtību formālu un neformālu noskaidrošanas līdzekļu pielietošana;
- sava vērtību saraksta sagatavošana;
- pretrunīgu vērtību radītu nesaskaņu apspriešana;
- izvērtējums par vērtību ietekmi uz profesionālos izvēli vai pārmaiņām klienta dzīvē.

Vērtību saraksts tiks salīdzināts ar interesēm, spējām un lomām klienta dzīvē. Ja rodas kādas pretrunas, tās tiks apspriestas ar konsultantu, lai noteiktu atbilstošus saskaņošanas līdzekļus. Piemēram, ja klients meklē darbu, konsultants piedāvās darba alternatīvas, kas varētu būt savienojamas ar klienta vērtībām.

Kinjers un Krumbolcs (*Kinnier and Krumboltz*) (1986, *apud Brown and Brooks*, 1991) noformulējuši šādus soļus vērtību noskaidrošanas procesā:

- klients nosaka vērtības, kas ir pamatā katrai izvēlei, un izprot dzīves nolūku ("mana dzīve ies šajā virzienā, ja vien ...");
- identificē līdzīgas grūtības iepriekš un to, kā tās tika risinātas ("es iepriekš rīkojos šādi, tādēļ ka ...");
- konsultējas ar draugiem par situāciju un iesaistītajām vērtībām ("tavā vietā es būtu ...");
- analizē variantus, apstrīdot tos ("es zinu, ko tu domā, bet, lūdzu, padomā par ...");
- laiks pārdomām ("man jānorobežojas no tā un jāpadomā ...");
- pieņem lēmumu, pamatojoties uz personīgo vērtību novērtējuma ("Es esmu izanalizējis situāciju no visām pusēm. Manas vērtības ir ..., tādēļ es nolēmu ...").

Vērtību noskaidrošanas metodes tiek izmantotas gan *individuālā*, gan *grupu konsultēšanā*. Ir tādi vingrinājumi, kas, ja tie tiek veikti individuāli vai kopā ar konsultantu, var noteikt atbilstošu klienta izturēšanos. Individuālā konsultēšanā sevišķi svarīgi ir šādi momenti:

- izveidot un uzturēt attiecības ar klientu;
- noteikt un izpētīt izvēles radītās sekas;
- klients pieņem lēmumus;
- apzināties, cik svarīgi ir būt proaktīvam attiecībā uz lēmumiem.

Vērtību noskaidrošanas līdzekļiem ir liels potenciāls grupu konsultēšanā. Lai informētu klientu un attīstītu viņu komunikācijas un starppersonu attiecību prasmes, tiek izmantotas daudzas vērtību noskaidrošanas metodes. Klientu grupas izmantotie vingrinājumi veicina sevis iepazīšanu un atbalsta noteiktu izturēšanos no klientu puses. Īpaši efektīvas ir metodes, kas ļauj klientiem salīdzināt, izpētīt un rast argumentus par labu viņu pašu vērtībām, interesēm un izturēšanās veidam, neskatoties uz noteikumiem, kurus viņiem dažreiz uzspiež citi cilvēki.

Gibsons un Mičels (*Gibson and Mitchell*) (1981) atklājuši līdzības starp vērtību noskaidrošanas procesu un konsultēšanas stadijām.:

| Vērtību noskaidrošana | Konsultēšana |
|---|---|
| 1. Iepazīšanās: tiek radīta uzticēšanās, pieņemšanas un atklātas komunikācijas gaisotne. | 1. Attiecību izveidošana: veido atbalsta izjūtu, kas palīdzēs klientiem izskaidrot iemeslus, kādēļ viņiem neieciešama konsultēšana. |
| 2. Paštēla veidošana. | 2. Klienta bažu identificēšana un izpēte. |
| 3. Individuālu vērtību apzināšanās. | 3. Klientam pieejamo dažādo variantu apzināšanās un izpēte. |
| 4. Individīdiem palīdz izvēlēties vienu no alternatīvām un apstiprināt savas vērtības, pēc tam, kad ir izvērtētas to sekas. | 4. Klients pieņem lēmumu pēc tam, kad izanalizētas katra varianta alternatīvas. |
| 5. Individīdiem palīdz noteikt mērķus un aktivitātes, kas ir saskaņā ar viņu vērtībām. | 5. Lēmuma īstenošana: mērķis ir noteikts un klients pāriet pie darbības. |

Konsultanta loma

Konsultants, saprotot klienta vērtības, palīdz atklāt izturēšanās veidu, nolūkus un to, kas klienta dzīvē ir nozīmīgs.

Konsultanta pienākumi, runājot par vērtību noskaidrošanas metodēm, ir šādi (*Gibson and Mitchell, 1981*):

- saprast pašam savas vērtības un to, kā tās atšķiras no kolēģu un klientu vērtībām;
- pieņemt, ka klientam ir tiesības uz atšķirīgām vērtībām;
- atteikties no moralizējoša toņa vai tendences iesaistīties tādās darbībās, kas varētu atturēt klientu no savu vērtību izpēti un pārdomāšanas;
- izvairīties no klientu tiesāšanas un radīt labvēlīgu un atklātu gaisotni, kas atvieglotu vērtību noskaidrošanas metožu lietošanu;
- apzināties, kādu ietekmi var radīt konsultanta vērtības uz klientu.

Mērķauditorija

Vērtību noskaidrošanas metodes ir īpaši noderīgas gadījumā ar:

- *vecākiem skolēniem (pusaudžiem)*, kuriem konsultants palīdz pieņemt lēmumus un noteikt reālus personīgus/profesionālus projektus, analizējot mijiedarbību starp personības faktoriem (vērtības, centieni, interese, personīgās īpašības, kompetence, spējas) un vides faktoriem (ģimenes cerības, skolotāju viedokļi, kultūras, ekonomiskais un sociālais konteksts);
- *jauniem cilvēkiem un pieaugušajiem*, kuri meklē darbu, kas varētu būt saskaņā ar viņu vērtībām, personību un interesēm. Profesionālo vērtību, interešu saraksti tiks apspriesti un salīdzināti ar interesēm, spējām un lomām klienta dzīvē.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Vērtību atspoguļojuma vingrinājums

Izvēlieties no zemāk dotā saraksta trīs aspektus, kuri, pēc jūsu domām, ir vissvarīgākie turpmākajā profesionālajā darbībā. Argumentējiet.

| | |
|---|--|
| 1. Drošs darbs | 10. Lietu izgatavošana |
| 2. Komandējumi | 11. Darbs ārā |
| 3. Plašas starppersonu attiecības | 12. Nepārtraukta mācīšanās |
| 4. Citu cilvēku vadīšana | 13. Riska uzņemšanās |
| 5. Dažādas aktivitātes | 14. Darbs ierobežotā telpā (biroji, darbnīcas) |
| 6. Darba stundas, savienojamas ar ģimenes dzīvi | 15. Ieceru, organizēšanas un plānošanas pasākumi |
| 7. Iniciatīva | 16. Izaugsmes iespējas |
| 8. Sēdošs darbs, fiksēts darba laiks | 17. Darbs, kas rada prieku |
| 9. Neatkarība | 18. Iespēja pelnīt daudz naudas |

Vērtību klasificēšanas vingrinājums (*adaptēts no Brown and Brooks, 1991*).

1. variants

Atzīmējiet ar "+" zemāk tabulā svarīgās vērtības un ar "-" nesvarīgās:

| No. | Vērtības | Personīgais novērtējums |
|-----|-------------------------------------|-------------------------|
| 1. | Daudzveidība dzīvē | |
| 2. | Rutīnas darbības | |
| 3. | Palīdzība citiem | |
| 4. | Neatkarība (autonomija darba vietā) | |
| 5. | Draudzība | |
| 6. | Morālais piepildījums | |
| 7. | Pieņemšana | |
| 8. | Drošība | |
| 9. | Vara un autoritāte | |
| 10. | Sabalansētas lomas | |
| 11. | Mākslinieciska kreativitāte | |
| 12. | Stabilitāte | |
| 13. | Risks, satraukums | |
| 14. | Materiālais labums | |
| 15. | Patīkama vide, gaisotne | |
| 16. | Sociālais stāvoklis | |
| 17. | Intelektuālais stāvoklis | |
| 18. | Konkurence | |
| 19. | Ietekme uz citiem cilvēkiem | |
| 20. | Altruisms | |

| No vērtībām, kas atzīmētas ar "+", izvēlieties piecas vissvarīgākās: | Uzrakstiet piecas vērtības, kas atzīmētas ar "-". Sāciet ar visnesvarīgāko: |
|--|---|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Analīzes vingrinājums par vērtību un profesiju attiecībām.

Norādiet profesijas/nodarbošanās veidus/darbības jomas, kurās profesionālām vērtībām, kas uzskaitītas zemāk, ir būtiska loma:

vadība, estētika, materiālās priekšrocības, dažādība, drošība, intelektuāla stimulēšana, prestižs, altruisms, patīkama atmosfēra, sadarbība, neatkarība, sevis piepildīšana.

Pievienojiet kompetences, personīgās īpašības un spējas, kas nepieciešamas minētājās profesijās. Argumentējiet tās.

Vērtības var novērtēt arī, izmantojot **jautājumu lapas** (Brown and Brooks, 1991):

- Kādas fakultatīvas nodarbības jūs apmeklējat skolā? Kādēļ?
- Ar kāda veida cilvēkiem jūs izvēlaties pavadīt laiku? Kādēļ?
- Kāda veida darbus jūs esat izvēlēties? Kādēļ?
- Kādām brīvā laika nodarbēm jūs dodat priekšroku? Kādēļ?
- Kad jūs devāties uz skolu, koledžu vai augstskolu, kam jūs devāt priekšroku? Kā tas darbojās?
- Pēc kādiem kritērijiem jūs izvēlaties personīgo automašīnu?
- Kādas īpašības jums patīk jūsu draugos?
- Pēc kādiem kritērijiem jūs iegādājaties apģērbu?
- Vai jums patīk ģērbties un izturēties savādāk, nekā citiem cilvēkiem, vai arī izskatīties un būt tādiem pašiem kā viņi? Kādēļ?
- Kāds ir jūsu jebkad pieņemtais vissvarīgākais lēmums? Pēc kā jūs vadījāties?
- Kāds ir bijis jūsu vissliktākais lēmums? Kādēļ?
- Kāds ir bijis jūsu vislabākais lēmums? Kādēļ?

Personīgo vērtību novērtēšanas vingrinājums

- Atcerieties kādu aizkustinošu momentu jūsu dzīvē un motivējiet savu izvēli.
- Aprakstiet, ko jums patīk darīt brīvajā laikā. Ja klientam nav brīvā laika: *"ja jums kādu dienu būtu viena stunda brīva laika, ko jūs darītu?"*
- Nosauciet trīs slavenus cilvēkus, kas ir jūsu paraugi, un īsumā paskaidrojiet savu izvēli.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- vērtību noskaidrošanas metodes palīdz iepazīt sevi;
- ļauj maksimāli izmantot atbilstošu lēmumu pieņemšanas potenciālu un viegli pielāgoties ikdienas dzīves prasībām;
- palīdz izstrādāt personīgos un profesionālos projektus;
- palīdz noteikt profesionālās neapmierinātības iemeslus;
- nosaka zemas pašmotivācijas un lomu konfliktu iemeslus (piemēram, starp profesiju un ģimeni);
- vērtību noskaidrošanas metodes tiek uzskatītas par mazāk draudošām, nekā tradicionālās metodes (standardizētie testi);
- klienti dod atbildes un tiek spontāni iesaistīti vērtību noskaidrošanas vingrinājumos.

Trūkumi:

- neformālie vērtību noskaidrošanas līdzekļi ne vienmēr sniedz būtisku informāciju;
- lai ar konsultanta palīdzību noteiktu kādas klienta vērtību, interešu un spēju un noteiktu profesiju prasību savstarpējās saistības, nepieciešams liels darbs un laiks.

Bibliogrāfija

Brown, D.; Brooks, L. (1991). *Career Counselling Techniques*. Allyn & Bacon.

Chelcea, S. (1994). *Personalitate și societate în tranziție*. București, Societatea Știință și Tehnică.

Gibson, R. L.; Mitchell, M. H. (1981). *Introduction to guidance*. New York, Mac Millan Publishing Co. Inc.

Guichard, J.; Huteau, M. (2001). *Psychologie de l'orientation*. Paris, Dunod.

Plant, P. (1998). Work Values and Counselling. In: *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, no. 61.

Riffault, H. (1993). L'évolution des valeurs en Europe. In: *Futuribles*, nr. 182.

Sollazi, R. (1997). *Apprendre a s'orienter – Livret de l'élève*. Saint Foy, Les Editions Septembre.

Valori românești, valori europene (2005). București, IRSOP.

Zamfir, C.; Vlăsceanu, L. (1998). *Dicționar de sociologie*. București, Editura Babel.

Kompetences skrīnings

Competence screening

Andžela MUSKA (*Angela MUSCĂ*)
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Jau 1922. gadā daudzās Eiropas valstīs tika izveidoti profesionāli karjeras attīstības atbalsta centri un biroji. Sākumā tie veica *psiholoģiskas un medicīniskas pārbaudes*, kam bija nepieciešami antropometriski, fizioloģiski un psiholoģiski novērtējumi. Individuālo profilu vajadzēja saistīt ar profesiju profilu. Tā kā nebija precīzu profesiju aprakstu, praktiķi bija tie, kas pētīja individuālo profilu un analizēja intervijās iegūtos datus. Viņiem bija jāizlemj, vai individuālais profils atbilst klienta spējām, un tad jāiesaka klientam atbilstošais profils.

1938. gadā Francija uzsāka projektu profesionālās izglītības atjaunošanai. Tādējādi tika izveidots *karjeras konsultēšanas valsts dienests*, kura loma bija izsniegt profesionālās orientācijas sertifikātu, pamatojoties uz psiholoģisku un medicīnisku pārbaudi. Sertifikātā tika iekļauti ieteikumi par profesiju, bet klientam nebija pienākuma tos ievērot. No šāda veida pārbaudēm atteicās 1987. gadā. Pēc II Pasaules kara tika izveidota elastīgāka pārbaudes metode, kas ietvēra (*Guichard, Huteau, 2001*) šādas darbības:

- informācijas iegūšana, intervējot jauno cilvēku un viņa vecākus, intervijas rezultātu apkopošana. Intervijai bija daļēji norādošs raksturs un tās mērķis bija identificēt personības attīstības un motivācijas pakāpi. Konsultantam bija rokasgrāmatas nepieciešamo pētāmo aspektu identificēšanai;
- individuāla vai grupas psiholoģiskā testēšana (intelekta un spēju testi, profesionālo interešu aptaujas);
- skolas raksturojuma papildināšana ar skolotāju sniegto informāciju, ieskaitot psiholoģiskos novērojumus par skolā demonstrētajām spējām, personības iezīmēm, interesēm, informāciju par ģimeni;
- medicīnisko pārbažu rezultātu fiksācija, lai tos varētu izmantot noteiktas profesijas izvēles risku pamatošanai.

Šāda veida pārbaudes prasīja lielu darbu no konsultanta, un tāpēc vēlāk to aizstāja ar īsu interviju, informēšanas un izglītošanas nodarbībām.

Kompetences skrīnings radās ekonomiskās krīzes, kas izraisīja pieejamo darbavietu samazināšanos un palielināja bezdarbu, profesionālo mobilitāti un labprātīgu profesionālās (pār)orientācijas pieprasījumu, kontekstā.

Tūkstoš deviņi simti septiņdesmito gadu beigās pēc valsts iestāžu pieprasījuma sastādītie pārskati pasvītvoja nepieciešamību nodrošināt papildu mācības jauniem augstskolu beidzējiem un pieaugušiem bezdarbniekiem, kuri sastopas ar sociāliem un profesionāliem izaicinājumiem. Mācības bija jāsaista ar profesionālo orientāciju. Šajā kontekstā *skrīninga prakse* radās un ātri attīstījās tūkstoš deviņi simti astoņdesmito gadu sākumā (*Lietard, 1991, apud Guichard, Huteau, 2001*). Sākotnējais termins – *personīgais un profesionālais skrīnings*. Tas veicināja ideju, ka katram nodarbinātajam ir tiesības uz konsultēšanu un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumiem.

Francijā kompetences skrīninga prakses attīstībā varēja novērot šādas stadijas:

- 1986.: *Starpinstitūciju kompetences skrīninga centru (Inter-Institutional Competence Screening Centres) izveidošana*, lai sniegtu pakalpojuma saņēmējiem pieeju mācībām un darbam;

- 1989.-1990.: likums par individualizētu mācību kredītu jauniem cilvēkiem vecumā no 16 līdz 25 gadiem, kas vēlāk tika paplašināts un iekļāva visus nodarbinātos;
- 1991.: likums par mūžizglītību, kas katram cilvēkam dod tiesības saņemt kompetences skrīningu.

Kompetences skrīningu izmanto arī Itālijā un Čehijas Republikā.

Teorētiskais pamatojums

Gišārs un Huto (*Guichard and Huteau*) (2001) analizē teorētiku un praktiku viedokļus par mērķiem un metodēm, kas izmantotas pārorientācijai. Mēs sniedzam tās apkopojumu tabulā:

| Perspektīvas Kritēriji | Teorētiķi | Praktiķi |
|----------------------------------|--|--|
| Rezumējums (<i>Finalities</i>) | Profesionāls karjeras attīstības atbalsts ir līdzeklis, kā "sasniegt augstāku sociālā taisnīguma līmeni". Studentus izvēlēsies objektīvi, pēc to spējām. | Pragmātiska pieeja, kas deklarē, ka karjeras attīstības atbalsts jāveic saskaņā ar izglītības piedāvājumu. |
| Metodes | Rūpīga aktivitāšu analīze, lai noteiktu nepieciešamās spējas kā priekšnoteikums psiholoģisko testu izveidošanai. | Sarunas un novērošana, lai noteiktu klienta spējas, un pēc tam tās saistītu ar konkrētu profesiju prasībām |
| Secinājumi | Idejas pamatojas uz psiholoģiskiem pētījumiem, kas paplašināsies pēc II Pasaules kara. | Prakse ir pārsvarā empīriskā un 1930.-tajos gados pirmo reizi tiek lietotas teorētiku piedāvātās idejas. |

Eduards Tulūzs (*Edouard Toulouse*) lika pamatus psiho-tehniskajam virzienam Francijā, bet Anrī Pjerons, Žans Moriss Lahī un Anrī Logjē (*Henri Piéron, Jean Maurice Lahy and Henri Laugier*) sekmēja spēju novērtēšanas testu izveidošanu. Turklāt tika publicētas daudzas profesionālas monogrāfijas, sākot ar veiksmi nepieciešamām spējām.

Psiho-tehniskais modelis balstās uz šādiem atzinumiem:

- indivīdus var raksturot pēc noteiktām spējām;
- katrai profesijai ir noteiktas prasības;
- indivīdi spēj pieņemt racionālus lēmumus (ar konsultanta atbalstu) un izvēlēties profesijas, kas atbilst viņu spējām;
- profesionālie panākumi ir droši, kad ir optimāla korelācija starp personas spējām un profesijas prasībām.

"Raksturīgo iezīmju un faktora" (*trait and factor*) modeli pirmo reizi sistemātiski aprakstīja Franks Parsons (*Franck Parsons*) (1909). No šīs idejas radās daudzas pārdomas un pētījumi karjeras attīstības atbalsta psiholoģijā, kopā ar pašu konsultēšanas dienestu attīstību.

Patersons un Viljamsons (*Paterson and Williamson*) (*Minnesota, SUA*) ieviesa karjeras attīstības atbalsta programmu sēriju, kas bija paredzētas vidusskolu beidzējiem, augstskolu studentiem, bezdarbniekiem un militārpersonām. Tika izveidoti psiholoģiskie testi, kuri joprojām tiek izmantoti, kā arī izstrādātas profesionālas monogrāfijas. 1939. gadā tika publicēta pirmā Profesiju vārdnīca.

Rumānijā ir psiho-tehniskās kustības un psiholoģisko pārbaužu tradīcija. Psiho-tehniskos institūtos un laboratorijās, ko izveidoja 1930.-tajos gados, tika sagatavoti karjeras attīstības atbalsta profesionāli, publicēti apskati un zinātniskie pētījumi un izstrādātas psiholoģiskās novērtēšanas metodes un līdzekļi. Bez tam izveidoja

profesionālās orientācijas birojus, kas no metodikas viedokļa bija pakļauti institūtiem, un to uzdevums bija veikt psiholoģiskās un medicīniskās pārbaudes un atbalstīt jaunu cilvēku un pieaugušo profesionālo orientāciju.

Attīstoties pieaugušo izglītības institūcijām, radās jauni konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta līdzekļi, un jēdziens *kompetence* bieži tika izmantots, lai aprakstītu zināšanas, piemērotību un spējas. Literatūrā to definē kā apstiprinātu (*validated operational modality of knowing how to act*) "zināt kā rīkoties" – "*savoir agir*"; kā darīt (*how to do*) – "*savoir faire*" darbības modalitāti (Le Boterf, 1994, apud Guichard, Huteau, 2001). *Kompetences* koncepciju raksturo tas, ka tā:

- attiecas uz konkrētām situācijām;
- ir orientēta uz mērķi (*purpose-oriented*);
- uzsver apgūtās kvalifikācijas raksturu;
- ir precīzāka nekā *piemērotība* vai *spējas*;
- elastīgi palīdz vadīt cilvēkresursus.

Kompetences skrīningu pirmo reizi izmantoja profesionālajā izglītībā un tad – personāla izglītošanā un vadīšanā. Mūsdienās personāla attīstības un vadības kompetencei ir centrālā vieta ikvienā organizācijā. Perspektīva kompetences vadība ir stratēģiska misija, kas novērtē darbinieka kompetenci, lai nodrošinātu atbilstošu izglītošanu vai rekrutēšanu. Kompānijas, kuras veic kompetences skrīningu, vislabāk izmanto cilvēkresursus un sekmēs karjeras vadību gan darba devēju, gan darbinieku interesēs.

Starpinstitūciju kompetences skrīninga centros (Inter-Institutional Competence Screening Centres) (CIBC) Francijā darbs ir koncentrēts uz karjeras konsultēšanu un kompetences novērtēšanu pieaugušajiem, kuri vēlas atklāt savas dotības, zināšanas, profesionālās un personīgās spējas. Centrā nodarbināti psihologi, karjeras konsultanti, vadības konsultanti un citi speciālisti. Kompetences skrīningā iesaistītie informēti par nepieciešamību pārvērst kapitālā savas zināšanas, spējas un citas personīgās īpašības, kas tiek pārskatītas un izmantotas turpmākās sarunās, lai iegūtu (jaunu un labāku) darbu. CIBC darbojas sadarbībā ar izglītības, nodarbinātības institūcijām, tirdzniecības kamerām, savienībām, izglītības sniedzējiem. CIBC aptver arī resursu centrus karjeras konsultantiem; realizē pētniecības projektus, izstrādā pētījumus vai vada programmas, lai palielinātu prakses vai pieredzes apmaiņu, tādējādi uzlabojot pakalpojuma kvalitāti.

Metodes prezentācija

Kompetences skrīnings ir veids, kā novērtēt klientu personīgo un profesionālo potenciālu attiecībā uz jaunajiem projektiem, un iesaistīšanos sociālā un profesionālā dzīvē. Kompetences skrīninga galvenie mērķi attiecas uz personīgām un profesionālām kompetencēm. Tiek analizētas spējas un motivācija, lai izvēlētos profesionālu vai izglītojošu projektu (apud Bjornavold, 2001). Turklāt, kompetences skrīnings ir pārorientēšanas forma, pieaugušajiem, kompleksa pieeja, kas ietver vairākas karjeras konsultēšanas metodes. Kompetences skrīninga izmantošana ir vērsta uz darba tirgu un uzņēmumiem. Kompetences skrīninga stiprā puse ir *profesionāla projekta formulēšana (formulation of professional project)*.

Šī metode piešķir lielu nozīmi cilvēka aktivitātei un tās mērķis ir izraisīt personas pārdomas par savu potenciālu kā projekta īstenošanas līdzekli. Kompetences skrīnings ļauj ikvienai personai veikt analīzi, tad sintezēt personisko un profesionālo pieredzi, noteikt resursus, kas ietverti saskaņotā projektā, kurš izstrādāts un pieskaņots personiskām vajadzībām un darba tirgus prasībām.

Kompetences skrīnings ir iekļauts apgūto kompetenču un zināšanu atzišanas praksē (*acquisitions recognition practices*) (kas atšķiras no apstiprināšanas prakses (*validation practices*)).

Apgūto kompetenču un zināšanu atzišana nozīmē visus identificēšanas mēģinājumus, kas ietekmē sertificēšanu (piemēram, mācību sertifikātus). Kvalifikāciju, kas iegūta uzņēmumā, var atzīt ārpus tā tādā pašā veidā, kā sākotnējo kvalifikāciju.

Apgūto kompetenču un zināšanu apstiprināšana nozīmē atbilstību starp zināšanām un kompetencēm, kas iegūtas, kārtojot eksāmenus un uzkrājot profesionālo pieredzi, lai panāktu līdzvērtību. Šim procesam ir svarīga loma pieaugušo karjeras attīstības atbalstīšanā, ciktāl tas palīdz noskaidrot mācību veidu un īstenošanu. Francijā ikvienai personai, kas strādājusi vismaz trīs gadus un kura attīsta personiskās un speciālās profesionālās kompetences, kas saistītas ar diploma saturu, ir tiesības uz atvaļinājumu, lai savāktu apstiprināšanas dokumentus un varētu izmantot konsultācijas par šo tematu. Apgūtās kompetences un zināšanas, kas iegūtas neoficiālā un ikdienas darba kontekstā, ir būtisks solis, lai veicinātu izglītību visa mūža garumā.

Gan apgūto kompetenču un zināšanu ieguvumu atzīšana, gan apstiprināšana ietver personisko daļu un sociālo daļu. Lai dotu iespēju katrai personai pārmaiņus gūt labumu gan no mācīšanās, gan profesionālās pieredzes, kompetencēm, kas iegūtas gan oficiālā vai neoficiālā ceļā, gan ikdienas darbā, nepieciešami attiecīgi atzīšanas, novērtēšanas un sertificēšanas mehānismi.

Kompetences skrīningam, atzīšanai un apstiprināšanai nepieciešama atbilstoša likumdošanas struktūra, institūcijas un šim nolūkam sagatavoti speciālisti.

Kopenhāgenas deklarācija (2002) noteikusi prioritāti Eiropas atzīšanas pārceļšanas sistēmas (*credit transfer system*) izveidošanai izglītībā vispār un profesionālajā izglītībā (ECVET), kam jānodrošina dialogs un apmaiņa nacionālo sistēmu starpā. ECVET aptver visus mācīšanās procesus, oficiālus, neoficiālus, ikdienas, lai veicinātu mācīšanos mūža garumā, iedrošinātu ģeogrāfisko un profesionālo mobilitāti, kā arī nodarbinātību. Galvenie ECVET mērķi ir:

- uzlabot caurskatāmību oficiālā, neoficiālā un ikdienas darbā iegūto kompetenču un zināšanu atzīšanu, lai ļautu katrai personai veidot pašai savu mācīšanās gaitu.
- attīstīt sadarbību pakalpojuma saņēmēju vidū, lai uzlabotu mācību sistēmas, karjeras izglītības kvalitāti un pievilcību.

Lielākās priekšrocības, ko ECVET sistēma sniedz pakalpojuma saņēmējiem ir: iespēja pārnest mācībās iegūto uz konkrētām situācijām, pārejot no nacionālās oficiālās mācību un profesionālās izglītības sistēmas uz citu sistēmu, individuālās mācīšanās un profesionālās izglītības procesā iegūto kompetenču un zināšanu pārvēršana kapitālā.

Šobrīd kompetenču portfelis ietver dokumentu komplektu, kurš apstiprina attiecīgās kompetences esamību, aizstāj kompetenču apstiprināšanas reģistru. Kompetences novērtēšanai lieto: tiešu aktivitāšu novērošanu, mutiskus, rakstiskus un datorizētus testus.

Kompetences skrīningu var veikt pēc uzņēmuma pieprasījuma mācību plāna ietvaros vai pēc darbinieka iniciatīvas. Šajā nolūkā tiek parakstīta vienošanās starp trim pusēm: starp darba devēju, darbinieku un institucionālo kompetences skrīninga centru. Vienošanās paredz mērķus (kopīgi darba devējam un darbiniekam) un to, kādā veidā tiks nodots skrīninga rezultātā sagatavotais sintezētais pārskats.

Skrīninga ilgums ir 24 stundas, kas sadalītas nedēļas laikā. Kas attiecas uz infrastruktūru, tā var būt vairāk vai mazāk formāla. Ja skrīnings vērsts uz izmaiņām (*re-conversion*), procedūra pamatojas uz dokumentu, kuru sauc par *individuālās karjeras skrīningu (individual guidance screening)*. Tas sniedz norādes klientam, par viņa iespējām, par būtiskākajiem profesionālo progresu ietekmējošajiem faktoriem, un nosaka projekta struktūras elementus.

Kompetences skrīnings ietver trīs pakāpes:

- *sagatavošanas (preliminary), kas sevī ietver*
 - mērķi: pakalpojuma saņēmēja motivācija un labprātīga iesaistīšanās,
 - vajadzību definēšanu un analīzi,
 - visu procedūru – pakalpojuma saņēmēja un konsultanta tiesību un pienākumu, izmantojamo metožu un līdzekļu saskaņošanu;
- *izpētes (investigation), kuras*
 - patērē lielāko daļu skrīningam piešķirtā laika,

- ietver sevī personīgo un profesionālo interešu, motivācijas analīzi, izmantojot intervijas, seminārus, aptaujas, psiholoģisku testus,
- nosaka zināšanas, kompetences, spējas, personīgās un profesionālās attīstības iespējas, mācību vajadzības,
- klienti iegūst informāciju par viņus interesējošo profesionālo vidi,
- tiek iezīmēts personīgais un profesionālais projekts.

Novērotas šādas izpētes pakāpes apakšpakāpes:

- sevis izpēte kā subjekta kompetenču, interešu un vērtību analizēšanas process, kam seko profesionālā vai mācību projekta ieskicēšana,
- projekta atbilstības sociālai un ekonomiskai realitātei (iespējamības tests) noteikšana un, mērķu sasniegšanai nepieciešamo resursu analīze,
- projekta noteikumu definēšana;
- *secinājumi:*
 - klientam izsniegti izpētes rezultāti dokumenta/sintezēta pārskata veidā, un viņš tos apspriež ar konsultantu,
 - konsultants uzsver pozitīvos aspektus, stiprās puses, kas palīdzēs īstenot projektu,
 - ar konsultantu tiek apspriests personīgais/profesionālais projekts un līdzekļi tā veikšanai.

Katrā kompetences skrīninga stadijā tiek noformulēti mērķi, kurus konsultants kopā ar klientu var koriģēt. Pirmajā un pēdējā skrīninga stadijā nodarbības/intervijas tiek organizētas individuāli, bet izpētes stadiju var veikt grupā.

Sintezēto pārskatu izsniedz klientam un cita persona to nevar izmantot bez klienta piekrišanas. Atbilstoši Francijas Darba kodeksam šis dokuments norāda uz šādiem aspektiem (*apud Bjornavold, 2001*):

- skrīnīga apstākļi: informācija par kandidātu un skrīninga nosacījumi;
- klienta kompetences un spējas, attīstības perspektīvas;
- profesionālā un mācību projekta sastāvdaļas;
- katra projekta stadijas.

Rūpnieciskās augstākās izglītības centrs (The Centre for Industrial Higher Education) Francijā iesaka skrīningu, kas sastāv no piecām tikšanās reizēm divu mēnešu laikā. Galvenās stadijas ir:

- pašreizējās profesionālās situācija noskaidrošana;
- klientu profesionālās kompetences analīze;
- klientu interešu analīze;
- klientu profilu salīdzināšana ar viņus interesējošu darbu raksturīgām īpašībām;
- rezultātu prezentācija un apspriešana.

Nacionālā nodarbinātības aģentūra (The National Employment Agency) 1980.-to gadu beigās ierosināja organizēt karjeras attīstības atbalsta nodarbības un moduljus, līdzīgi skrīningam, bet ar dažādiem mērķiem, piemēram: pašcieņas atgūšana, sociālās mijiedarbības spēju attīstīšana, utt.

Mēs varam minēt šādus skrīninga veidus (*Sylvie Boursier, 1989, apud Guichard, Huteau, 2001*):

- *normatīvi – integratīvais skrīnings (normative – integrative screening)*, kas nosaka atbilstību starp subjektiem un viņu vajadzībām; šajā gadījumā klientiem nav nekāda lēmumu pieņemšanas tiesības;

- *personīgais karjeras attīstības skrīnings (personal guidance screening)*, ar kura palīdzību klients var izvērtēt iegūtās pieredzes nozīmīgumu;
- *integrēšanas skrīnings (screening of integration)* sociālā un darba dinamikā, kura mērķis ir klienta iegūto kompetenču un zināšanu noteikšana un novērtēšana, veicinot sociālo un profesionālo atzīšanu.

Šādi skrīninga veidi piemēroti rekrutēšanas, karjeras attīstības atbalsta un integrēšanas situācijās.

Mišels (*Michel*) (1993, *apud Guichard, Huteau, 2001*) klasificē skrīningu šādi:

- *karjeras attīstības atbalsta skrīnings (guidance screening)*. Tas nosaka mērķus attiecībā uz projekta konceptualizāciju un personas autonomijas organizēšanu; šī skrīninga norisē izmanto pašnovērtēšanu un ņem vērā individuālo dinamiku. No teorētiskā viedokļa karjeras attīstības atbalsta skrīnings pamatojas uz pieeju, kura novērtē subjektivitāti un pievērš uzmanību bezkaislīgai intuīcijai). Klienti ir pusaudži, 13-14 gadus veci skolēni, kuriem sākas jauns mācīšanās un attīstības posms;
- *pozicionēšanas skrīnings (positioning screening)*, tas ir aprakstošāks, iesaista novērtēšanas līdzekļus un ir vērsts uz stabiliem raksturojumiem. Tas pamatojas uz pieeju, kas novērtē objektīvu izturēšanās aprakstu, kurš atspoguļots karjeras konsultēšanā. Šis skrīninga veids ir līdzīgs tradicionālai psiholoģiskai pārbaudei un piemērots pusaudžiem un jauniem augstskolu beidzējiem, kuri uzsāk profesionālo dzīvi, vai strādājošiem pieaugušiem, kuri sastopas ar profesijas mobilitātes jautājumiem.

Lai kāda arī būtu procedūra, skrīningam nepieciešams psiholoģisko metožu pamatkomplekts, tai skaitā:

- intervija (daļēji strukturēta);
- grupu darba metodes;
- biogrāfiska pieeja;
- kognitīvie un personības testi;
- kompetences novērtēšanas testi (subjekta novērojums reālā darba vidē vai darba modelēšana, aptaujas);
- interešu aptaujas;
- datorizēti līdzekļi.

Konsultanta loma

Karjeras konsultants vadās no ētikas principiem un nodrošina novērtēšanas testa un aptaujas rezultātu konfidencialitāti. Skrīnings var parādīt konfrontāciju starp pretrunīgiem loģikas gadījumiem. Konsultantam jāuztver neatbilstība starp sociāliem un individuāliem pieprasījumiem, jācenšas un jānosaka plaša starp oficiālām pārrunām un reālo praksi. Konsultants uzlūko cilvēkus visā viņu sarežģītībā, respektējot viņu intereses un autonomiju. Šai pieejai nepieciešams profesionālo kompetenču (psiholoģisko, sociāli-ekonomisko, juridisko) komplekts un tādas personības īpašības, kā iecietība, atklātība, spontānums, elastīgums, empātija.

Kompetences skrīninga novērtēšana

Francijā tika veikta nacionāla aptauja par kompetences skrīninga efektivitāti attiecībā uz klientu cerībām. Piedalījās 372 klienti no 84 *Starpinstitūciju kompetences skrīninga centriem* (*Guichard, Huteau, 2001*). No tiem 67 % meklēja darbu.

Klientu cerības bija saistītas ar:

- sevis iepazīšanu;
- karjeras attīstības atbalstu, lai:
 - izvēlētos mācību kursu,
 - izstrādātu projektu,

- mainītu darbu,
- izvēlētos jaunu profesiju,
- atrastu pirmo darba vietu;
- profesionālā attīstība:
 - kompetenču atzīšana,
 - profesionālā attīstība,
 - jaunu pienākumu uzņemšanās.

Rekomendācijas skrīninga beigās attiecās uz:

- padomu mācību sakarā (45,2 %);
- psiholoģisku padomu (30,1 %);
- karjeras attīstības atbalstu (29,1 %);
- profesionālu padomu par vēlamā darba veidu (27,7 %).

Skrīninga rezultāti

Skrīninga rezultātā visbiežāk novērotie profesionālie projekti attiecās uz:

- orientēšanu uz dažāda veida mācībām (51,6 %);
- profesiju maiņu (31,7 %);
- kompetenču un spēju atzīšanu (29 %);
- profesionālo attīstību (18,9 %).

Klientu ieguvums

Skrīnings tiek novērtēts pozitīvi tādos aspektos, kā: sevis iepazīšana, mācības, pilnveidošanās, profesijas izvēle. Klientu apmierinātība ir mazāka, ja cerības ir konkrētas: jaunas atbildības uzņemšanās, darbs, biznesa izveidošana. Ilgtermiņa sekas īpaši ir saistītas ar mācībām: mācību uzsākšanu (38 % subjektu), sarunas par mācību gaitu (35 %).

Gudrons, Bernods (*Gaudron, Bernaud*) (1997) pētīja skrīninga psiholoģisko efektu, novērtēja to, izmantojot aptauju. Viņi saskata pozitīvu efektu attiecībā uz:

- kompetenču un interešu attēlojumu: sevis uztvere ir bagātinājusies un kļuvusi daudzveidīgāka, un efekts novērojams arī, runājot par *savoir être* kompetenci;
- pašcieņu (vispārīgo, personīgo vai sociālo);
- profesionālo projektu: skrīnings ir iespēja izstrādāt reālus un stabilus projektus;
- integrējošu izturēšanos: klienti aktīvi meklē informāciju.

Mērķauditorija

Karjeras attīstības atbalsts, kas koncentrējas uz kompetences skrīningu, jāpieskaņo sabiedrības daudzveidībai un prasībām. Problēmas, ar kurām klienti griežas pie konsultanta, nav viendabīgas; ir īpašas situācijas (tādas kā profesionālās neveiksmes) vai īpašas problēmas (tādas, kā analfabētisms, nespēja pielāgoties jaunam kultūras kontekstam).

Skrīningu sāka individualizētā izpildījumā, strukturētu, ar pozitīviem risinājumiem šādu *kategoriju personu* vajadzībām:

- jauni cilvēki, kuri beiguši mācības, bet kuriem nav kvalifikācijas un ir grūtības uzsākt sociālo un profesionālo dzīvi;
- pieaugušie, kuri vēlas gūt labumu no pārmaiņām profesionālajā jomā vai pārorientēšanās.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Kompetences skrīninga tabulas piemērs

| Es esmu: | Es esmu un varu darīt: | Es vēlos darbā: | Es varu darīt: | Kur: |
|---|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ personība ■ rakstura iezīmes ■ pamatintereses | <ul style="list-style-type: none"> ■ mācības ■ dzīves pieredze ■ talanti | <ul style="list-style-type: none"> ■ darba apstākļi ■ vērtības | <ul style="list-style-type: none"> ■ profesionālās aktivitātes | <ul style="list-style-type: none"> ■ darbības jomas ■ darbi |

Vingrinājumi karjeras konsultanta praktikantiem:

1. Veikt *karjeras attīstības atbalsta psiholoģiskās pārbaudes (guidance psychological examination)* un *kompetences skrīninga* salīdzinošu analīzi un sniegt atzinumus par to individuālu lietošanu.
2. Minēt galvenos deontoloģiskos jautājumus (*deontological issues*), kas rodas psiholoģiskās novērtēšanas gadījumā un gadījumā, kad klients tiek informēts par kompetences skrīninga rezultātiem.
3. Aprakstīt darbinieka iegūto rezultātu ietekmi uz informācijas izmantošanu kompetences skrīninga pārskatā, uz profesionālo sniegumu un paštēlu.

Metodes novērtējums

Priekšrocības ir tādas, ka metode:

- parāda personīgo un profesionālo kompetenci un pieredzi, un kā to pārnest uz esošo sociālo kontekstu;
- palīdz klientiem piemēroties pārmaiņām darba pasaulē un efektīvi organizēt karjeru;
- fokusējas uz klienta profesionālā projekta un rīcības plāna noskaidrošanu;
- aktivizē klientam nepieciešamību aktīvi iesaistīties un brīvprātīgi uzņemties saistības;
- ļauj novērtēt un atzīt iegūtās kompetences un zināšanas, kas saistītas ar darbu, mācībām un sociālo dzīvi;
- sekmē klienta neizpētītā potenciāla atklāšanu;
- uzsver pozitīvos aspektus, veicinot profesionālā/personiskā projekta izstrādāšanu;
- palīdz klientam apzināties saistību starp profesionālo vidi/darba tirgu un personīgām īpašībām;
- ļauj reorganizēt klienta profesionālās prioritātes, īpašību, stipro pušu, priekšrocību izmantošanu, nodarbinātības vai karjeras izvēles sakarā;
- palīdz organizēt personīgos resursus karjeras izvēles nolūkā; padara pārmaiņas saprotamākas, pārzinot to iespējamību un administrēšanu;
- nosaka proaktīvu izturēšanos, identificējot mācību iespējas vai iegūto kompetenču un zināšanu atzīšanas un apstiprināšanas procedūru.

Trūkumi:

- formalizēts process;
- neskatoties uz daudzajiem centieniem analizēt klientu kompetences, izmantojot formālus un neformālus līdzekļus, sintezētais pārskats koncentrējas uz formāliem aspektiem, kas atrodami sertifikātos un diplomos;
- konsultantam jāvelta liels darbs un daudz laika, lai pielietotu novērtēšanas līdzekļus, interpretētu rezultātus un sagatavotu pārskatu;
- sintezētais pārskats bieži ietver vispārējas rekomendācijas par mācību projektiem;
- dažos gadījumos pārmērīga standartizētu līdzekļu izmantošana novērš personalizētu pieeju.

Bibliogrāfija

- Bjornavold, J. (2001). *Assurer la transparence des compétences. Identification, évaluation et reconnaissance de l'apprentissage non-formel en Europe*. Thessalonique, CEDEFOP.
- Caron, G.; Yves, M. (1996). Le bilan des compétences des salariés: un processus opérationnel d'anticipation. În: *Information – orientation professionnelle*. Centre pour le développement de l'information sur la formation permanente. Paris, no. 40.
- Clark, G. (2004). *Système européen de transfert de crédits pour l'éducation et la formation professionnelle (ECVET)*. Bruxelles, Commission Européenne.
- Constantin, T. (2004). *Evaluarea psihologică a personalului*. Iași, Editura Polirom.
- Education pour l'emploi* (1992). CRDP de Poitou-Charentes.
- Guichard, J.; Huteau, M. (2001). *Psychologie de l'orientation*. Paris, Dunod.
- Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
- Khosh Akhlagh, A. A. (1996). Les pratiques de bilans: compétences multiples et enjeu social. In: *Information – orientation professionnelle*. Centre pour le développement de l'information sur la formation permanente. Paris, no. 40.
- La transparence des qualifications, un processus européen, un enjeu pour la citoyenneté et la cohésion sociale* (2005). Barthel, S. (coord.). Bruxelles, EUNEC.

www.cibc.net (Centres Interinstitutionnels de Bilans de Compétences
- Inter-Institutional Competence Screening Centres)

SVID analīze

SWOT Analysis

Luminita TĂȘICA
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

19. gadsimta sākumā aizvien pieaugošā konkurence lielo industriālo uzņēmumu vidū izraisīja lielu interesi par konkurētspējīgiem vadības risinājumiem.

Korporatīvie lēmumu pieņēmēji apzinājās, ka veiksmē lielā mērā ir atkarīga no stratēģisko lēmumu, kas pieņemti kopīgi ar valdes locekļiem, kvalitātes. Lai gan šķietami pareizi, daži stratēģiskie plāni bieži izrādījās kompānijai neveiksmīgi un noveda pie bankrota.

Šī iemesla dēļ 1960.-tajos un 70.-tajos gados tika veikti daudzi pētījumi vadības jomā, īpaši stratēģiskā analīze (pirmo veica Standfordas pētniecības institūts, ASV (*Stanford Research Institute, USA*), izmantojot aptauju ar 250 jautājumiem, uz kuriem atbildēja 5000 veiksmīgu kompāniju direktori un vadītāji). Apkopojot rezultātus, atklājās, ka neveiksmes izraisījusi svarīgas informācijas sadrumstalošana kompānijas nodaļu vidū, kas lēmumu pieņēmējiem neļāva veidot vispārēju priekšstatu par situāciju, palēnināja īstermiņa lēmumu pieņemšanu un radīja kļūdainas ilgtermiņa stratēģijas. Lai izvairītos no šādām kļūdām, tika savākta informācija par iekšējiem faktoriem (pozitīviem un negatīviem un to apstiprināja ar ārējiem faktoriem, kas ietekmēja kompāniju).

Šis bija sākuma punkts, ko vēlāk nosauca par SWOT metodoloģiju. Sākotnēji tā tika izmantota ekonomikā, kur tā pilnībā pierādīja savu efektivitāti, un pēc tam metode ātri kļuva ārkārtīgi populāra un to pārņēma mārketingā, organizācijas kultūrā, tā paplašinājās uz sociāliem dienestiem, demogrāfisko politiku, militāro stratēģiju, cilvēkresursiem, sabiedriskām attiecībām, izgudrojumiem, psiholoģiju, izglītību, karjeru. Visas šīs jomas ir pārņēmušas to un pielieto dažādos veidos savos stratēģiskās plānošanas procesos.

Šobrīd stratēģiskās vadības zinātne izskata SWOT analīzi, lai izveidotu neaizstājamu līdzekli organizācijas (personu, grupas vai sabiedrības) ilgtermiņa panākumu nodrošināšanai kopā ar citām stratēģijām: vajadzības spiestas (PEST – politiskā, ekonomiskā, sociālā, tehnoloģiskā analīze), efektivitātes vadītas (JIT – Tieši laikā (*Just in Time*)), kvalitātes vadītas (TQM – Pilnīga kvalitātes vadība (*Total Quality Management*)).

Teorētiskais pamatojums

SWOT ir akronīms no vārdiem “spēks, vājums, izdevības, draudi” (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Pēc padziļinātas izpētes SWOT analīze piedāvā dažādas nozīmes atbilstoši pieņemtajai perspektīvai.

Cilvēkiem, kuri ieņem vadītāju posteņus, SWOT nozīmē “**vadības metodi**”, kas tiek lietota, lai saprastu uzņēmuma/organizācijas stratēģisko stāvokli vai firmas **vadības modeli**”, lai “novērtētu tās stiprās un vājās puses, kas kopā ar izdevībām un draudiem, kas rodas ārpus kompānijas, analīzi nosaka tās pašreizējo stāvokli tirgū” (http://121.ro/content/show_article).

Tas ir arī “vienas no **galvenajiem līdzekļiem**, ko izmanto vajadzību analīzē vienlaikus ar PEST analīzi. Vajadzību analīze ir sagatavošanās fāze, lai iecerētu jebkādu vadības projektu” (*Păuș, 2003*).

No mārketinga pakalpojumu viedokļa SWOT analīze ir “**fundamentāls modelis, kas parāda ceļu, virzienu un kalpo par pamatu mārketinga plānu izstrādāšanai**”. To veic, novērtējot organizācijas stiprās (ko var darīt)

un vājās puses (ko nevar darīt), izdevības (potenciāli labvēlīgie apstākļi) un draudus (potenciāli nelabvēlīgi apstākļi). Tas ir **svarīgs plānošanas etaps** un metodes vērtība bieži tiek nepietiekami novērtēta, neskatoties uz tās vienkāršību. SWOT analīzes loma ir savākt informāciju, analizējot vidi un sadalot to iekšējos aspektos (SW) un ārējos aspektos (OT)” (Duncan, apud Ferrell, 1998).

SWOT analīze ir biznesa vai projekta **apraksta metode**, kura, ņemot vērā faktorus, kas visvairāk ietekmē organizāciju, izrādās viegls un pieejams veids, kā noteikt un sasaistīt šos galvenos aspektus.

Organizācijas kultūrā šī metode ir **”monogrāfija par organizatorisko momentu un kontekstu**, veicot cilvēku, materiālu, informācijas, iesaistīto pušu resursu inventarizāciju. Diagnozi, kas nepieciešama konsultēšanas aktivitāšu plānošanai, nosaka ar vajadzību analīzes palīdzību. Šī diagnoze ir subjekta (konsultanta, klienta, skolotāja) stratēģijas pamatā.” (Pāuș, 2003).

Cilvēkresursu, karjeras plānošanas un konsultēšanas jomā šī metode ir **”instruments, kas bieži lietots stratēģiskās plānošanas procesos”**. SWOT analīze koncentrējas uz iekšējo un ārējo realitāti, izpētot stiprās un vājās puses iekšējā vidē, kā arī izdevības un bažas, kas saistītas ar ārējo vidi.” (www.eva.ro/cariera/articole).

Metodes prezentācija

Karjeras konsultēšanas, karjeras attīstības atbalsta un plānošanas dienesti ir pielāgojuši SWOT savu tiešo un netiešo klientu vajadzībām, izmantojot to gan kā analīzes **metodi, līdzekli vai instrumentu** (vienkāršā tabulas veida variantā), gan kā **stratēģiskās vadības modeli** (tā kompleksajā trīspakāpju variantā).

Metodes būtību uztvēra divi amerikāņu stratēģi jau 1980.-tajos: “SWOT analīze palīdz saprast un veidot vidi, kur jāveic darbība, ļaujot panākt līdzsvaru starp iekšējiem (SW) un ārējiem (OT) faktoriem, kas dažādā veidā varētu iejaukties un ietekmēt aktivitāšu noteikšanu un norisi. Šie ir būtiski soļi savu spēju identificēšanā un definēšanā, kā arī ir elementi, kas parāda konkurētspējīgās priekšrocības. Analīzes mērķis ir savas situācijas novērtēšana, informētība par kvalitāti, vājo pušu atzīšana, izdevību noskaidrošana un iespējamo draudu novēršana” (Thompson and Strickland, 1986).

Konsultanta un klienta dialogs var sākties ar tādiem jautājumiem, kā:

- Kāda ir jūsu ražotspēja, spējas, vājās puses un kļūdas?
- Kā jūs varat attīstīt savas spējas un pārvarēt savus trūkumus?
- Kādas iespējas un riski ir jūsu karjerā?

Pirmā pakāpe: četru faktoru identificēšana un analīze

Analīze sākas ar **četriem** to faktoru **identificēšanas sarakstiem**, kas noderīgi klientiem, klienta karjerai, darba tirgum un organizācijai.

Lai veicinātu saprašanu, tipiska SWOT analīze strukturēta kā **četrus kastīšu tabula (matrica):**

| | |
|----------------------|--------------------|
| Stiprās puses | Vājās puses |
| Izdevības | Draudi |

Sarakstus var strukturēt šādi:

| | | |
|----------------|---|---|
| IEKŠĒJI | <p>Jūsu stiprās puses:</p> <p>(Spējas, īpašības, kompetences) Pozitīvie aspekti, kas tiek kontrolēti un ko var izmantot karjeras izaugsmē:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ darba pieredze; ■ izglītība, kvalifikācija; ■ IT zināšanas (aparatūra, programmatūra, programmēšana); ■ sociālās spējas (komunikācijas, komandas darba, vadīšanas); ■ personīgās īpašības (profesionālā ētika, pašdisciplīna, spēja strādāt stresa apstākļos, kreativitāte, optimisms, enerģiskums); ■ veiksmīgas attiecības un kontakti; ■ saikne ar prestižām profesionālām organizācijām. | <p>Jūsu vājās puses:</p> <p>(Vājās puses, kavēkļi, trūkumi) Negatīvi iekšējie aspekti, kas tiek kontrolēti un ko var uzlabot:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ profesionālās pieredzes trūkums; ■ zems izglītības līmenis; ■ pietrūkst cenšanās, sevis pazīšanas un informācijas par profesijām; ■ nepietiekamas zināšanas IT jautājumos; ■ nerealizētas sociālās spējas; ■ nespēja meklēt darbu; ■ negatīvas personīgās īpašības (darba ētikas pārkāpumi, motivācijas trūkums, neizlēmība, kautrība, emocionālā nestabilitāte). |
| ĀRĒJI | <p>Jūsu karjeras iespējas:</p> <p>Nekontrolējami ārējie pozitīvie apstākļi, kas var izrādīties priekšrocība:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pozitīvas tendences jomās, kas var radīt vairāk darbavietu (ekonomiskā izaugsme, globalizācija, tehnoloģiskā modernizācija); ■ personīgās spējas tiek meklētas dažādās jomās; ■ laba izpratne par sevi un spēja sasniegt karjeras mērķus; ■ paaugstinājums darbā un personīgās izaugsmes iespējas; ■ labvēlīga atrašanās vieta; ■ labi attīstīts profesionālais tīkls; | <p>Jūsu karjeras draudi:</p> <p>Nekontrolējami ārējie negatīvie aspekti, kuru ietekmi var mazināt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ darba piedāvājumu samazināšanās konkrētajā jomā; ■ konkurence ar jūsu paaudzes cilvēkiem; ■ konkurenti, kuri ir prasmīgi darba meklēšanā; ■ konkurenti, kas beiguši prestižas skolas; ■ šķēršļi karjeras ceļā (kvalifikācijas un izglītības trūkums, nav naudas); ■ ierobežota profesionālā izaugsme, rutīnas darbs, nav paaugstinājuma iespēju; ■ kompānijas neinteresē jūsu kvalifikācija. |

Atšķirībā no ekonomikas, pakalpojumu sfēras un mārketinga, kur iekšējie faktori (stiprās puses, vājās puses) tieši attiecas uz firmu vai kompāniju (organizāciju), cilvēkresursu jomā šie faktori (kā redzams no iepriekšējās tabulas) attiecas uz individuālo ražīgumu, īpašībām, spējām, kompetencēm un trūkumiem, zināšanu trūkumu, izglītību vai pieredzi. Speciālisti uzskata, ka šis ir SWOT stiprās puses cilvēkresursu jomā. Identificējot faktorus, kas saistīti ar personas iekšējo dabu, zelta likums ir analīzes objektivitāte, reālisms (der arī organizācijām).

Tādēļ konsultants vai vadītājs, kurš lūdz veikt analīzi, un īpaši, ja klients ieradies pēc palīdzības pie trešajām pusēm (ģimenes, draugiem, paziņām), kas salīdzinās personīgo pašnovērtējuma sarakstu ar viņu pašu salīdzinošo sarakstu par šo tematu. Var izmantot arī aptaujas (īpaši grupas, klases vai darba komandas gadījumā).

Ja karjeras plānošanā institūcijai (izglītības vai nodarbinātības sniedzējam) paredzēts lietot SWOT metodi, analīzē tiek ievērota standarta SWOT procedūra organizācijai:

Stiprās puses nozīmē institūcijas priekšrocības (piemēram, tirgus segments darbinieku skaits) un to, kas dod tai spēku salīdzinājumā ar citām konkurējošām institūcijām. Šo stipro pušu konkrēta izpausme dažādās organizācijās ir dažāda, bet parasti tās attiecas uz fundamentālām kompetencēm, kas pamatojas uz resursiem un iespējām.

Vājās puses attiecas uz aspektiem, kas rada zaudējumus salīdzinājumā ar citām organizācijām ārējā konkurējošā vidē. Stiprie un vājie poli tiek noteikti katrā organizācijā salīdzinājumā ar to konkurentiem. "Lai gan vājās puses bieži tiek uzskatītas par draudu loģisko otro pusi, firmas stipro pušu trūkums šajā jomā

vai tirgū nebūt nenozīmē vājo vietu, ja vien tā nav vājā vieta konkurences ziņā. Stiprās un vājās puses var novērtēt iekšējais vai ārējais audits" (Brătianu, 2000).

Izdevība ir labvēlīgi faktori, ko izraisa ārējās makro-vides spēki (demogrāfiskie, ekonomiskie, tehnoloģiskie, politiskie, tiesiskie, sociālā un kultūras dinamika), kā arī konkrētu tirgus segmentu spēki: paaudžu sastāvs, patērētāji, izplatīšanas kanāli, piegādātāji.

Vai ir kādas demogrāfiskās izmaiņas, kas ietekmē darba tirgu? Vai kompānijas var ietekmēt preču vai pakalpojumu pieprasījumu? Vai noteiktas kompetences/spējas var lietot citā, nevis parastā veidā? Vai zināšanas, ko rada pētniecības un izstrādņu departaments, var pārvērst naudā, pārdodot licences, tehnoloģiju koncepcijas? Konsultantam ir liela loma esošo iespēju identificēšanā? Kopā ar klientu jānoskaidro šī procesa raksturīgās neskaidrības.

Draudi ir negatīvi aspekti un ierobežojumi, ko uzspiež ārējā vide, kurus vadība nevar kontrolēt. Tie veido tāda tipa riskus, kuri, ja tos neievēro, var kļūt hroniski. Draudi ir saistīti ar izdevībām un konkurenci.

Otrā stadija: Identificēšanas stratēģijas

Lai analizētu esošo situāciju, pietiek četros lodziņos uzskaitīt četrus faktoros. Pirmais solis bija visplašāk izplatīts 1970.-tajos un 80.-tajos gados, kad metodi sāka pārņemt citas jomas.

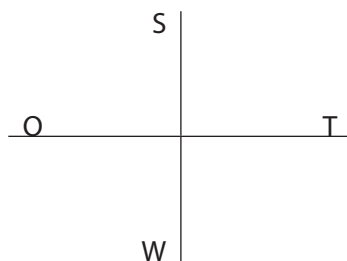
Konkurence prasīja ilgstošus risinājumus un tādēļ tika turpināta analīze, lai noteiktu izturīgu, funkcionālu, efektīvu un veiksmīgu stratēģiju, kas nodrošinātu ilgtermiņa, nevis īstermiņa darba izpildījumu.

Sniedzam dažus galvenos jautājumus, kurus stratēģiskās vadības speciālisti uzskatījuši par svarīgiem vadītājiem, kas rūpējas par savu firmu/klientu progresu: "Kādi soļi jāspēr, pamatojoties uz stiprām pusēm, vājām pusēm, izdevībām un draudiem? Kāds ceļš ejams: koncentrēties uz firmas stipro pušu izmantošanu, lai pārvērstu izdevības kapitālā, vai uzkrāt vairāk stipro pušu, lai radītu vairāk izdevību, vai līdz minimumam samazināt vājās puses un izvairīties no draudiem?" (Brătianu, 2000).

Balstoties uz SWOT matricu, var noteikt jaunus mērķus, pārmaiņus var izstrādāt četras stratēģiju kategorijas un tikpat daudz rīcības plānu.

"SWOT analīzes rezultāti? Četras stratēģiskas alternatīvas. Bez tā, ka precīza stipro pušu, vājo pušu, izdevību un draudu formulēšana ir ļoti smalka un laikietilpīga darbība, to transponēšana stratēģiskās alternatīvās ir gluži vai māksla! Nākošā ideja ir gūt labumu, apvienojot stiprās un vājās puses, izvairoties vai neitralizējot vājo pušu un draudu apvienojumu" (Markovits, 2003). Vadības modeļi. SWOT analīze: http://121.ro/content/show_article.php3?article_id.

Lai iegūtu labāku vispārēju priekšstatu, iekšējie **SW** faktori kopā var veidot vertikālu asi, bet ārējie **OT** faktori – horizontālu asi. Kombinējot iekšējos un ārējos faktoros, var iegūt šādas stratēģiskās alternatīvas:



SO Stratēģijas (Stratēģijas, kurās iekļautas stiprās puses, lai izmantotu izdevības). Šis ir *max-max* tipa stratēģijas tādā nozīmē, ka tās kombinē stratēģijas veidošanai vislabvēlīgākos elementus. SO stratēģijas izmanto organizācijas stiprās puses un iedarbīgos elementus, lai panāktu, ka tā izmanto ārējās izdevības. Organizācija kļūst dinamiska un agresīva tirgū un rada sev konkurētspējīgas priekšrocības salīdzinājumā ar citām organizācijām.

WO Stratēģijas (Stratēģijas, kas cenšas samazināt vājo pušu ietekmi, izmantojot izdevību dotās priekšrocības. Tās ir *min-max* tipa stratēģijas tādā nozīmē, ka tās kombinē iekšējās vājās puses ar ārējām izdevībām. Organizācija praktiski mēģina izmantot izdevības, lai izslēgtu vājās puses vai pārvērstu tās priekšrocībās vai sev labvēlīgos apstākļos.

ST Stratēģijas (Stratēģijas, kurās izmantotas stiprās puses, lai novērstu vai līdz minimumam samazinātu draudus). Tās ir *max-min* tipa stratēģijas tādā nozīmē, ka tās izmanto organizācijas stiprās puses, lai izvairītos vai samazinātu ārējos draudus. Tās ir aizsardzības stratēģijas, kuras var pārveidot uzbrukuma stratēģijās, ja attiecības starp iekšējiem un ārējiem spēkiem tiek novērtētas pareizi.

WT Stratēģijas (Stratēģijas, kas atvieglo vājās puses un cenšas samazināt draudu ietekmi). Tās ir *min-min* tipa stratēģijas, kuras cenšas līdz minimumam samazināt vājās puses, ja no ārējiem draudiem var izvairīties. Tās ir aizsardzības stratēģijas un tiek izmantotas īpaši tad, kad organizācija piedzīvo panīkumu, lai izvairītos no bankrota.

Iepriekš aprakstītās stratēģiskās alternatīvas ir vispārējas, jo tās jāpielāgo klientu specifiskajai situācijai un "tām jāpiešķir tāds saturs, kas atbilst katras organizācijas konkrētajiem apstākļiem" (*Duncan, apud Ferrell, 1998*).

Trešā stadija: Pārdomāšana un lēmumu pieņemšana

Klientiem jāizlemj par vispiemērotāko stratēģiju, lai rīkotos atbilstoši minētajā laikā pastāvošajām prasībām un iespējām. Ikvienas stratēģijas galīgais mērķis ir līdzsvarot iekšējos un ārējos faktoros, lai iegūtu/uzturētu vēlamo darba izpildījumu. Parasti dominējošā stratēģija (uzbrūkoša vai aizsardzības) tiek izmantota līdzās korektīvām stratēģijām (piemēram, *min-max-min*). Tādējādi klients var atļauties būt agresīvāks, ja viņš apzinās stiprās puses un izdevības, vienlaikus strādājot, lai labotu un samazinātu trūkumus, bet viņš izmantos aizsardzības stratēģiju, ja stiprās puses un draudi nav pietiekami līdzsvaroti.

"Vēl viena problēma ir lēmumu pieņemšana. Pat ja matrica ir rūpīgi izstrādāta, lēmumi tiek pieņemti pēc rūpīgas analīzes. Lēmumu pieņemšanā apsvērumi, kas saistās ar katrā alternatīvā ietvertiem riskiem un riskiem, kas saistās ar resursiem, var spēlēt tikpat svarīgu lomu kā pati analīze" (*Marcovits, 2003*). Organizāciju gadījumā lēmumi saistās ar veiksmes stratēģijas izvēli. "Veiksmes stratēģijas cenšas iegūt vislielāko vērtību katram vispārējam indikatoram tādā references sistēmā, kas ir specifiska organizācijai (efektivitāte, kvalitāte, inovācijas, un jūtīgums pret patērētāja prasībām) un līdzeklim, kas pievienots katram indikatoram" (*Brătianu, 2000*).

Mērķauditorija

Metodi var piemērot ikvienai klientu kategorijai.

Īso variantu (matricas analīzi) bieži izmanto, strādājot ar skolēniem, augstskolu studentiem un jauniem cilvēkiem, kas meklē darbu.

Garais variants (kas ietver stratēģijas izstrādāšanu) ieteicams skolēniem mācību cikla beigās, augstskolu beidzējiem, augstskolu absolventiem, kas meklē karjeras konsultācijas, pieaugušajiem.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

1. piemērs: Skolēns A. T. M., 12. klase

Pirmā stadija: četru faktoru analīze

| Stiprās puses/Spējas/Kompetences | Vājās puses/Trūkumi/Šķēršļi |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Vidusskolu skolniece, pēdējais gads, specializējas sociālajās zinātnēs un modernajās valodās ■ IQ: 110 ■ Ļoti labi sasniegumi lielākajā daļā mācību priekšmetu, īpaši humanitārajos priekšmetos un modernajās valodās ■ Papildus apgūst modernās valodas ■ Labi rezultāti svešvalodu konkursos un literatūras konkursos ■ Teātra kluba un dzejas kluba dalībniece ■ ICT zināšanas: PC ■ Labi attīstītas sociālās spējas (komunikācija, komandas darbs) ■ Personīgās īpašības: sabiedriska, komunikabla, brīvi pārvalda svešvalodas ■ Literārs un dzejošanas talants (raksta prozā un dzejā) ■ Dominējošās personīgās īpašības: godīgums, morāle, korektums ■ Optimisms, enerģiskums ■ Motivācija mācīties un strādāt ■ Aktīva brīvajā laikā un kaislīga tūriste ■ Patīkama āriene | <ul style="list-style-type: none"> ■ Ierobežota sevis pazīšana ■ Subjektīvisms ■ Nepietiekama informācija par profesijām, uz kurām viņa tiecas ■ Nekādu vadīšanas prasmju ■ Nespēja meklēt darbu ■ Emocionāli nestabila ■ Kautrīga, neizlēmīga, svārstīga ■ Viegli ievainojama stresa situācijās ■ Nepietiekama pašpārliecinātība ■ Zems pašnovērtējums |
| Izdevības/Iespējas | Draudi/Riski |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Intelektuāla ģimene, vecākiem augstākā izglītība, strādā mākslas/kultūras laukā, apkalpošanas sfērā ■ Dzīves veids virs vidējā. Informācijas un izglītības iespējas ■ Uzņemta prestižā skolā ■ Darbības jomas, uz kurām viņa tiecas, ir pieprasītas un tādās piedāvā daudzas darba vietas ■ Viņas spējas un kvalifikācija palīdz viņai veidot karjeru tādās jomās kā komunikācijas, tūrisms, pakalpojumu sfēra, starptautiskās attiecības ■ Viņas pašreizējā kvalifikācija ļauj viņai iegūt augstāko izglītību ■ Pietiekama motivācija un griba iegūt bakalaura grādu un nokārtot uzņemšanas eksāmenus fakultātē ■ Dzīvo tuvu galvaspilsētai rajonā, kas labvēlīgs studēšanai ■ Daudz draugu, radnieku un paziņu apkārtējā sabiedrībā | <ul style="list-style-type: none"> ■ Konkurence ar saviem vienaudžiem ■ Konkurenti, kas ir motivēti un prasmīgāki darba meklējumos vai uzņemšanai augstākās izglītības iestādē ■ Konkurenti, kas beidz prestižākas skolas ■ Ierobežotas finansiālās iespējas ■ Nepietiekamas stipendijas, kas pieejamas izvēlētajā specialitātē ■ Attālums no mājām līdz fakultātei saistās ar regulāru braukšanu ar vilcienu vai dzīvokļa īrēšanu, radot papildu izmaksas |

Otrā stadija: Stratēģiju identificēšana

SWOT analīze šai klientei ļauj identificēt šādas stratēģiskās alternatīvas:

SO Stratēģija: Savā vēlmē turpināt izglītību kliente apzinās, ka viņas sagatavotība, spējas un izvēlētās fakultātes piedāvātā izglītība ļauj viņai sākt iegūt augstāko izglītību. Viņa var lietot uzbrūkošu mobilitātes stratēģiju, lai nokārtotu turpmākos eksāmenus (lai uzsāktu bakalura grāda studijas un iestātos fakultātē).

WO Stratēģija: Individuālās konsultēšanas nodarbībās kliente praktizēs emocionālās kontroles stratēģijas, lai mazinātu kaurīgumu stresa apstākļos un celtu savu pašapziņu. Viņa mācīsies sevi novērtēt atbilstoši un pilnveidot sociālās spējas (piemēram, komunikācijas), simulējot eksāmenus.

ST Stratēģija: Savu stipro pušu reāla novērtēšana, pašapziņa un nopietna gatavošanās eksāmeniem ir veids, kā cīnīties ar ārējiem draudiem: vienaudžu konkurence uzņemšanas eksāmenos, mazās finanšiālās iespējas (stipendija), attālums no mājas (studentu kopmītne).

WT Stratēģija: klientei nebūs vajadzīga aizsardzības stratēģija (*min-min*), bet ja vien viņa nenokārtos eksāmenu (ļoti maz ticams), tad tiks pārskatīts sākotnējais stratēģiskais plāns.

Trešā stadija: Pārdomāšana, lēmumu pieņemšana un rīcības plāna izstrādāšana

Klientei bija jāizvēlas no alternatīvām, kas pieejamas viņai pēc mācību pabeigšanas. Viņa interesējās par karjeru tūrisma, komunikāciju, sabiedrisko attiecību laukā, literatūru, pakalpojumu sektoru vai žurnālistiku. Tādēļ viņai jāizvēlas, kurp doties: starptautiskās ekonomiskās attiecības (Ekonomisko studiju akadēmijā), sociālā komunikācija un sabiedriskās attiecības (Literatūras fakultāte (*Faculty of Letters*) Bukarestes universitātē), Vietējā un starptautiskā tūrisma fakultāte (Rumānijas – Amerikas universitāte), Žurnālistikas fakultāte (*"Hyperion"* universitāte Bukarestē). Beidzot viņa nolēma iestāties divās pirmajās fakultātēs (valsts universitātes, nav mācību maksas) ar dažādiem uzņemšanas eksāmenu datumiem. (Šī ir reāla situācija, klienti uzņēma ar stipendiju abās fakultātēs un viņai vēlāk būs jāizlemj, vai viņa spēj tikt galā ar abām).

2. piemērs: Psiholoģiski pedagoģiskās palīdzības municipālais centrs

Pirmā stadija: Četru faktoru analīze*

| Stiprās puses | Vājās puses |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Konsultēšanas praktiķu kompetence, profesionālisms un entuziasms■ Finansēšanas avoti: izglītības budžets un pašfinansēšana■ Plašs konsultēšanas biroju tīkls Bukarestes skolās■ Centra uzsāktās un pabeigtās programmas ir veiksmīgas■ Tiek izstrādāti jauni projekti■ Pakalpojumi un aktivitātes apmierina klientu vajadzības | <ul style="list-style-type: none">■ Nav juridiska persona■ Nav atbilstošas telpas konsultēšanas aktivitātēm■ Konsultēšanas pakalpojumu sniegšana un sekretariāts atrodas dažādās vietās■ Nepietiekami komunikācijas līdzekļi ar individuāliem klientiem un institūcijām |
| Izdevības | Draudi |
| <ul style="list-style-type: none">■ Vietējās izglītības iestādes atbalsts■ Izglītības ministrijas juridisks un finansiāls atbalsts skolu konsultāciju biroju tīkla paplašināšanai■ Izglītības zinātņu institūta veikta metodoloģiska koordinēšana un zinātniskā palīdzība■ Sadarbība ar starptautiskām organizācijām šajā jomā mācību turpināšanai un attīstībai■ Iespējas un piedāvājumi iesaistīties dažādos Eiropas projektos un programmās | <ul style="list-style-type: none">■ Iedzīvotāju atturība pret psiholoģiski pedagoģiskiem konsultēšanas pakalpojumiem■ Nestimulējošas algas liek praktiķiem meklēt labāk atalgotu nodarbošanos■ Nepietiekams brīvprātīgais darbs■ Grūtības bērnu pārvadāšanā no citām pilsētas daļām uz centrālo tikšanās vietu■ Konkurence ar privātiem konsultēšanas centriem |

* Matricas izstrādāšanā palīdzēja konsultanti no Bukarestes Psiholoģiski pedagoģiskās palīdzības centra.

Otrā stadija: *Stratēģiju identificēšana*

SO Stratēģija: Pateicoties savām stiprajām pusēm un izdevībām (ļoti labi sagatavoti darbinieki un labvēlīgi ārējie apstākļi, lai apmierinātu mērķauditorijas konsultēšanas vajadzības), Municipālais centrs var lietot agresīvu stratēģiju labu rezultātu sasniegšanai.

WO Stratēģija: Ar komunikāciju un atrašanās vietu saistītās vājās puses var uzlabot, pieprasot lielāku atbalstu no vietējām varas iestādēm izglītības jomā (skolu inspekcija) un sabiedrības (sponsorēšana).

WT un ST Stratēģijas: Motivēta un profesionāla konsultantu komanda, kvalifikācija un apņēmība ir centra pamatelementi. Plašais profesionālo attiecību tīkls (sadarbības partneri, pasniedzēji un klienti) gan valstī, gan ārzemēs cīnās ar privāto konkurentu draudiem. Šādas aizsardzības stratēģijas var lietot vienīgi ārkārtas situācijās, kad ir apdraudēta pati centra pastāvēšana.

Trešā stadija: *Pārdomāšana, lēmumu pieņemšana un rīcības plāna izstrādāšana*

Piemērojot uzbrukšanas stratēģiju, Centrs sagatavoja rīcības plānu, kas paredzēts panākumu nodrošināšanai (kļūt par juridisku personu, finansiāls atbalsts un komunikāciju aprīkojums, piedalīšanās nacionālos un starptautiskos projektos un programmās veicinātāja vai partnera lomā).

SWOT analīzei nepieciešamo jautājumu komplekts:

Stiprās puses

- Ko jūs varat darīt ļoti labi?
- Kādas ir jūsu priekšrocības?
- Kas lika jums izvēlēties savu skolu?
- Kādi bija iemesli un kas jūs ietekmēja?
- Vai šie iemesli ir saistīti ar jūsu iedzimtajām īpašībām?
- Ko jūs sagaidāt no sava darba?
- Kādi ir jūsu visbūtiskākie sasniegumi?
- Kam jums jāpateicas par šiem panākumiem?
- Kā jūs vērtējat savus panākumus?
- Kādas zināšanas un praktiskā darba pieredze jūs varat piedāvāt kompānijai?
- Ko jūs vērtējat visaugstāk/kam jūsu acīs ir vislielākā nozīme?

Vājās puses

- Ko var uzlabot?
- Kas jums neizdodas?
- No kā jums vajadzētu izvairīties?
- Ko jūs nezināt savā darba jomā?
- Kā nepilnības jūsu kvalifikācijā ietekmē darba izpildi?
- Padomājiet par kādu nepatīkamu mirkli skolā (vai darba vietā), ko izraisīja jūsu personīgās vai profesionālās kļūdas.

Izdevības

- Vai izvēlētajā laukā ir daudzsološas perspektīvas?
- Kāds ir visaugstākais snieguma līmenis izvēlētajā laukā?
- Kādus mēģinājumus jūs esat veicis, lai atrastu vietu izvēlētajā darbības laukā?
- Kā jūs varat papildināt savu izglītību, lai varētu izmantot esošās iespējas?

- Vai papildus izglītība dotu priekšrocības?
- Cik ātri iespējams izvirzīties izvēlētajā karjeras laukā?
- Izdevības var rasties, pateicoties pārmaiņām:
 - ICT un ražošanā,
 - valdības politikā šajā jomā,
 - sabiedrībā, demogrāfijā, dzīves veidā, utt.?

Draudi

- Ar kādiem šķēršļiem jums jāstopas?
- Vai izvēlētajā jomā prasības mainās bieži?
- Vai tehnoloģiju attīstība apdraud jūsu stāvokli?
- Kādas ir pašreizējās tirgus tendences jūsu specialitātē?
- Salīdzinājumā ar jaunajām, vai interese par jūsu jomu samazinās?
- Vai jūsu darbības joma ir pakļauta politiskiem, ekonomiskiem, sociāliem konfliktiem?
- Vai pastāv risks, ka mainīsies darba politika jūsu interešu sfērā?
- Kā ekonomiskā attīstība varētu ietekmēt jūsu darbu un komandu, kuras daļa esat?
- Vai kompānijas var piedāvāt jums mācības, lai jūs saglabātu savu konkurētspēju.

Metodes novērtējums

SWOT metodoloģija ir stratēģiskās vadības pamatlīdzeklis. Šobrīd neviena kompānija nevar sagatavot veiksmīgas prognozes, ja tās vadība nebalstās uz darbu orientētu stratēģiju, tāpat kā nekāda karjeras plānošana nedarbosies, ja nav izstrādātas stratēģiskas SWOT alternatīvas. Ir jau darināti tādi jauni vārdi kā *“to swot”*, *“swotting”*.

Konsultēšanas dienesti iekļauj šo metodi sākotnējā kontaktēšanās fāzē ar klientiem, lai piedāvātu viņiem ne vien prognozes, pamatojoties uz viņu resursiem un vajadzībām, bet dotu arī iespējamus risinājumus, ko nosaka ārējie apstākļi.

Priekšrocības

Iekšējo un ārējo pamatelementu uzskaitīšana ir salīdzinoši vienkārša, ātra un viegla. Tādēļ var likties, ka šāda veida iepriekšēja analīze ir rotaļa un var neievērot tās dziļāko būtību, īpaši gadījumā ar nesagatavotiem skolēniem un pusaudžiem, kuriem ir vēlēšanās izturēties pret to nevēriģi.

Metodes popularitāti izraisa arī tas, ka ir liels skaits jomu un klientu kategoriju, kas var gūt labumu no tās rezultātiem.

Pieejamība un ātrums ikvienā vecumā palielina metodes izmantošanas biežumu un tās izvēli salīdzinājumā ar citām, daudz darbietilpīgākām metodēm.

Pilnas administrēšanas gadījumā, kad konsultanti palīdz klientiem izstrādāt stratēģijas un pieņemt ar karjeru saistītus lēmumus, klientiem var nākties sastapties ar citiem viedokļiem, iemācīties veikt objektīvu pašanalīzi, noskaidrot savas vērtības, pieņemt reālu un pārdomātu izturēšanos.

Trūkumi

Pašreizējā formātā, lai izietu cauri visām SWOT stadijām, nepieciešams laiks un pūles, lai pašnovērtējums būtu objektīvāks (īpaši ar ļoti jauniem klientiem vai gadījumā ar institūcijām, kas sastopas ar konkurenci un kurām nepieciešama pastāvēšanas/reagēšanas stratēģija).

Lai izvairītos no subjektīvisma, klientiem jāpaļaujas uz citu cilvēku patiesu novērtējumu, lai gan reizēm tam ir tendence ierobežot patstāvību sevis novērtēšanā.

Lai risinātu šos laikietilpīgos jautājumus, dažas ASV firmas ir radījušas interaktīvu SWOT programmatūru, ko klienti var iegādāties pašadministrēšanai.

SWOT analīzi vajadzētu lietot saskaņā ar:

- klienta vajadzībām: atbilstoša vajadzību un resursu analīze;
- nolūku: iegūt informāciju par klientu, izpētīt darba tirgu, palīdzēt veikt personīgo mārketingu, karjeras plānošanu un attīstību (tā noskaidro vērtības, kompetences, sagatavo rīcības plānu);
- pakalpojuma saņēmējiem vajadzētu būtu individuāliem, nevis grupai;
- konsultēšanas procesa fāzēm (piemēram, noskaidro klienta pašreizējo stāvokli);
- standartizācijas pakāpi: daļēji standartizēta (SWOT standarts).

Bibliogrāfija

Brătianu, C. (2000). *Management strategic*. București, Editura CERES.

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

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

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Păuș, Viorica (2003). *Parteneriat și dialog social. Ghidul formatorului*. București, CSDR, BIM, UNDP, UNDP, UNICEF.

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

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

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

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

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

www.eva.ro/cariera/articol42.html

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

www.mindtools.com/rpages/DesignYourLife.htm

www.quintcareers.com/SWOT_Analysis.html

www.startups.co.uk/YV9tqyc.html

www.stfrancis.edu/ba/ghkickul/stuwebs/btopics/works/swot.htm

Intervija

Interview

Andrea ŠILAGJI
Politehniskā universitāte, Bukareste

Vēsture

Intervēšanas metode ir jebkuras konsultēšanas un terapeitisko attiecību praktiskais pamats, neatkarīgi no tā, kas ir klients (individuālas personas, ģimenes, pāri, utt.).

Skatoties no vēstures viedokļa, intervēšanas metode ir konsultēšanas procesa daļa, kamēr attiecības, kas izveidojušās starp speciālistu un klientu ir veiksmes priekšnoteikums. Intervēšana ir metode, bez kuras nevar iztikt neviens konsultēšanas veids, un tās vēsture saplūst ar konsultēšanas vēsturi. Konsultēšana ir (vairāk vai mazāk) strukturēta intervija. Sākot no 1970.-tajiem gadiem, konsultantu izglītotāji Ziemeļamerikas universitātēs jau veltīja veselus kursus šai metodei un organizāciju konsultēšanas speciālisti izstrādāja strukturētas un augsti standartizētas intervijas, lai pievērstos pārnesamām kompetencēm (*transferable competences*), vai noteiktu profesiju profilu aprakstus.

Teorētiskais pamatojums

Intervija konsultēšanas procesā ir dinamiskas attiecības, kurās klienti vēlas prezentēt sevi un savas problēmas, un iegūt informāciju, Konsultanti dod personificētas atbildes uz minētajiem jautājumiem un novērtē savus sarunu biedrus, lai pieņemtu lēmumus par jautājumiem, kurus abas puses uzskata par svarīgiem (nodarbošanās, profesiju maiņa, personīgi jautājumi, utt.).

Metodes prezentācija

Konsultanti saskaņā ar lomu, kāda tiem attiecībās ar saviem klientiem, var pieiet intervēšanas metodei divējādi:

Sākotnēja/Informatīvā intervija – šī nav specifiska karjeras konsultēšanas metode, tā ir daļa no klienta un problēmas novērtēšanas neatkarīgi no konteksta (skola, ģimene, psiholoģiskā, karjeras vai kāda cita konsultēšana).

Izvēles, personāla atlases, darba intervija ir speciāla karjeras konsultēšanas metode, ko parasti pielieto kā novērtēšanas un lēmumu pieņemšanas instrumentu cilvēkresursu jomā. Institūtos organizācijas attīstības speciālisti pielieto *veicināšanas un attīstīšanas interviju*).

Šajā intervijā konsultantiem var būt divas lomas:

- a. *Personāla atlases speciālists*: konsultanti parasti ieņem cilvēkresursu konsultanta vai personāla atlases speciālista amatu.
- b. *Karjeras izaugsmes konsultants*: Klientus lūdz sagatavoties intervijai ar modelēšanas palīdzību. Mēs iesakam šādu intervijas veidu.

Attiecībā uz jautājumu organizēšanu intervijas var būt: *nestrukturētas* (kad jautājumu kārtība nav iepriekš noteikta un intervētāji paļaujas uz savu intuīciju un profesionālo pieredzi), *strukturētas* (kad ir jautājumu "scenārijs", kas ir skaidri noteikts un kuru stingri ievēro tikšanās laikā), vai *jaukta tipa* (ir scenārijs, bet personāla atlases speciālistam ir dots laiks, lai izpētītu citus kandidāta personības aspektus).

Sākotnējā/informatīvā intervija

Šāda veida intervijai ir divi skaidri izteikti mērķi: konsultants vāc informāciju par klientu, kas ir pirmais solis, lai novērtētu klienta problēmas būtību, nopietnību, un izveidotu pozitīvas konsultēšanas attiecības.

Informēšanas intervija parasti ir daļēji strukturēta (nepieredzējušiem konsultantiem parasti iesaka ievērot intervēšanas norādījumus) un tā būtu tikpat gara, kā konsultēšanas seanss (maksimāli 50-60 minūtes).

Brammers un Makdonalds (*Brammer and Macdonald*) (1996), runājot par konsultēšanas procesu, neatkarīgi no tā konteksta apraksta individuālās konsultēšanas būtību pēc diviem veicamajiem soļiem: klienta – konsultanta attiecību veidošana un pārmaiņu (pozitīvas rīcības) veicināšana, abas tādā kontekstā, ko raksturo kā "darba savienību". Autori runā par apstākļiem, lai panāktu tādu starppersonu attiecību līmeni, kas spētu veicināt pārmaiņas un attīstību: konsultantiem jāliek lietā savi īpašie personīgie talanti un jādemonstrē atbilstoša attieksme, un klienti reaģē uz komunikācijas centieniem ar uzticēšanos un gatavību. Autori sauc konsultēšanas attiecības par *atbalsta attiecībām*. Praksē individuālas konsultēšanas procesā maksimāli svarīgi ir savākt par klientu būtisku informāciju.

Haknijs un Kormjers (*Hackney and Cormier*) (1996) prezentē *ievada interviju* kā būtisku elementu, lai panāktu vēlamu konsultēšanas efektivitāti. Ņemot vērā gan informācijas apmaiņas uzsākšanas mirkli starp konsultantu un klientu, gan novērtēšanas metodi, ievada intervija atšķiras no citām diskusijām, kas varētu noritēt starp konsultantu un klientu, jo tā ietver vispārējas informācijas vākšanu par klientu: identificēšana, dzīves stils, pašreizējās problēmas, personiskā un ģimenes vēsture.

I. Personas dati

1. Vārds, adrese, telefona numurs, viņa dzīves vietas īss apraksts (ar ģimeni, universitātes pilsētiņā, īrē, viens pats vai nē, utt.).
2. Vecums, dzimums, ģimenes stāvoklis, mācību gads (skolēns vai students), darbs (pieaugušajiem un skolēniem vai studentiem, kuri strādā nepilnu dienu, pagaidu darbu vai elastīgas darba stundas).

II. Iepazīstināšana ar problēmu, kuras dēļ nepieciešama konsultācija

3. Kad problēma parādījās pirmo reizi, kādā kontekstā un cik bieži tā atkārtojas?
4. Kādā veidā problēma ietekmē klienta ikdienas dzīvi?
5. Vai klients spēj identificēt šīs situācijas shēmu? Kad problēma parādās? Kā klātbūtnē? Kādos apstākļos?
6. Kādi faktori noteica klienta lēmumu konsultēties? Kādēļ tagad?

III. Klienta pašreizējais dzīves veids

7. Kāda ir klienta tipiska dienas kārtība? Kāda ir tipiska nedēļa?
8. Kādām sociālām aktivitātēm (ar draugiem, sports, reliģiska rakstura, sabiedrībā) vai individuālām aktivitātēm klients dod priekšroku brīvajā laikā?
9. Kāda ir klienta izglītība?
10. Īpašas situācijas: etniskā, seksuālā, reliģiskā minoritāte; hroniskas slimības, speciāla ārstēšana.

IV. Ģimenes vēsture

11. Vecāku vecums, nodarbošanās, personība, viņu loma ģimenē, klienta attiecības ar vecākiem, ģimenes locekļiem, citiem radniekiem.
12. Brāļu un māsu vārds un vecums, viņu sociālais un profesionālais stāvoklis.
13. Nervu vai organisku saslimstību gadījumi klienta ģimenē.
14. Ģimenes profesionālā vēsture, viņu nodarbinātības līmenis un ģeogrāfiskā stabilitāte, kādā veidā šie fakti ietekmējuši klientu.

V. Personīgā vēsture

15. Veselības vēsture: neparastas slimības, nelaimes gadījumi, sākot no pirmsdzimšanas perioda līdz mūsdienām.
16. Izglītība: skolas, incidenti (atskaitīšana, stundu neapmeklēšana, izslēgšana, īpašas attiecības ar klases/studiju biedriem un skolotājiem).
17. Militārais dienests.
18. Profesionālā vēsture: darba vietas un attiecības ar kolēģiem un priekšniekiem.
19. Seksuālā un ģimenes vēsture: nopietnas problēmas dzimumnobriešanas laikā, saderināšanās, laulības, šķiršanās, pēdējās šķiršanās iemesli, vilšanās, neapmierinātība. Vai klientam ir bērni?
20. Alkohola, narkotiku un medikamentu atkarība.
21. Iepriekšējā konsultēšanās pieredze.
22. Kādi ir klienta personīgie mērķi? Ko klients vēlas savā dzīvē?

VI. Klienta apraksts intervijas laikā

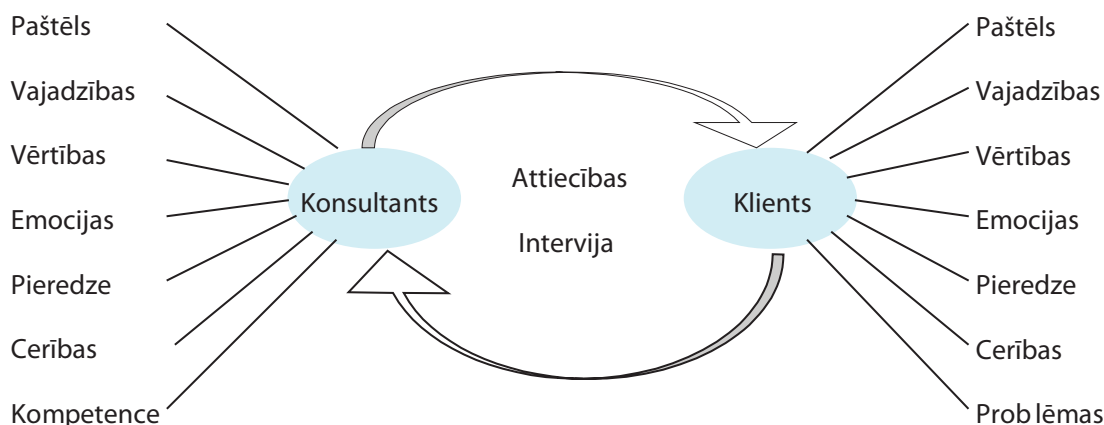
Neverbālie elementi (apgērbs, žesti, sejas izteiksme, acu kontakts, acīmredzama personības ietekme), paraverbālie elementi (balss tonis, tembrs, intensitāte), citi: motivācija, apņemšanās, atklātība, elastīgums, emocionālā pieejamība, vispārējā kultūra, vārdu krājums, tehniskās spējas, praktiskās komunikācijas spējas.

VII. Kopsavilkums un rekomendācijas

Konsultants formulē secinājumus un definē iespējamās attiecības starp klienta problēmu un elementiem, ko klients aprakstījis intervijas laikā. Svarīgi, cik reāls ir klienta iemesls meklēt iespēju konsultēties. Vai nepieciešams klientu nosūtīt pie cita konsultanta (ja gadījumā pieredzes līmenis ir nepietiekams)? Konsultants iepazīstina ar turpmākās domu apmaiņas scenāriju un to aptuveno skaitu.

(Adaptēts no Hackney and Cormier, 1996)

Atbalstošu attiecību modelis intervijā



Modeli var koriģēt atbilstoši konsultēšanas mērķiem. Parasti karjeras konsultēšanas ievada intervijās galvenie elementi ir šādi:

- tiek uzskicēts klienta vispārējais tēls (izglītība, profesionālā pieredze, personīgā dzīve);
- tiek identificēti klienta profesionālie centieni;
- tiek identificētas barjeras šo mērķu sasniegšanā un nepieciešamie resursi;
- tiek uzskicēti pirmie karjeras plānošanas elementi;
- tiek identificēta sociālā loma, ko spēlē klients.

Ir virkne elementu, kas konsultantiem jāņem vērā, lai organizētu un īstenotu šādu interviju:

- iepazīšanās ar intervēšanas protokolu pirms seansa sākuma;
- ētikas principu prezentēšana klientam;
- mierīgas, klusas vides radīšana, lai radītu uzticēšanos;
- skaidras verbālas valodas lietošana (izvairīties no specializētas valodas), atklāta un draudzīga neverbālā valoda;
- aktīvas klausīšanās un efektīvas komunikācijas principu ievērošana (pārfrāzēšana, izjūtu atspoguļošana – ja tādas ir, rezumēšana, utt.);
- elastīgums: lai gan ir ļoti svarīgi izskatīt diskusijas tematus, kas minēti protokolā, atsevišķus klienta sūtītus “signālus” nedrīkst ignorēt un ir jāuzdod precizējoši jautājumi tūlīt pēc šāda signāla pamanīšanas, vai intervija jāpārtrauc vai jāpārorientē;
- konsultēšanās ar priekšnieku (kur iespējams) vai kolēģiem, lai noskaidrotu jautājumus, kas radušies pirms vai pēc intervijas.

Izvēles, personāla atlasē vai darba intervija

Turpmāk mēs lietosim terminu “izvēles intervija” (*selection interview*), lai apzīmētu visu veidu intervijas, kas tiek izmantotas personāla atlasē vai paaugstināšanā ikvienā organizācijā.

Izvēles interviju var strukturēt dažādi atbilstoši personāla atlasē vai paaugstināšanas procesā iesaistītā personāla atlasē vai cilvēkresursu speciālista nolūkiem. Parasti jautājumi, kas iekļauti paaugstināšanas intervijā vērsti gan uz darba, gan personīgiem aspektiem. Nesen izstrādāta virkne standartizētu instrumentu, kas papildina interviju un ir orientēti uz kompetencēm, kas tiek uzskatītas par izšķirošām darba izpildē: *Flenegana kritiskā gadījuma tehnika* (*Flanagan's Critical Incident Technique*) (1957), kam sekoja *BARS – Uz uzvedību balstītas novērtēšanas skalas* (*Behaviorally Anchored Rating Scales*) un *Kellija krājuma režģis* (*Kelly's Repertory Grid*) (*Stewart and Stewart*, 1981).

Personāla atlasē intervija, kā īpašs izvēles intervijas veids, ir instruments, kas darbojas kā filtrs, lai identificētu konkrētam amatam (brīvam vai no jauna izveidotam) piemērotas personas. Intervija ļauj lēmumu pieņēmējiem cilvēkresursu jautājumos savākt informāciju par kandidātu tiešas komunikācijas ceļā (vaigu vaigā vai pa telefonu). Tādējādi intervija kļūst par novērtēšanas metodi, kas apskata tos kandidāta personības aspektus, kas ir tieši saistīti ar amata raksturu: intelektuālās spējas, zinātniskā informācija un operatīvās profesionālās kompetences, motivācija, intereses, utt.

Intervija var ilgt no pusstundas līdz vairākām stundām (parasti ne vairāk par divām – trim stundām).

Atkarībā no tā, kā ir organizēti jautājumi, intervijas var būt oficiālas vai neoficiālas (*formal or informal*). *Oficiālās* intervijas raksturo augsta struktūras pakāpe, tās var veikt viena persona vai komisija oficiālā gaisotnē, noteiktā laikā. *Neformālās* vai neoficiālas intervijas raksturo brīvāka atmosfēra un tās parasti pamatojas uz diskusiju starp kandidātu un vienu personu organizācijā. Jautājumi parasti ir atklāti un orientēti uz klienta personības iezīmēm, centieniem un nākotnes plāniem.

Karjeras konsultanta loma ir sagatavot/mācīt klientu, lai intervija ar personāla atlasē speciālistu noritētu veiksmīgi. Ir virkne informācijas, kas, lai gan negarantē panākumus intervijā, palīdz klientiem veidot vispārēju iespaidu personāla atlasē procesā un īpaši kontrolēt nervozitāti vai trauksmi. Ieteicams, lai līdztekus klienta informēšanai par intervijas pakāpēm, noteikumiem, kas jāievēro, visbiežāk uzdotajiem jautājumiem un ieteicamajām atbildēm, utt., konsultanti organizētu (pilnas intervijas vai tikai tās daļu) modelēšanu atbilstoši tam, cik daudz laika un citu resursu pieejami karjeras konsultēšanas procesā.

Konsultanti māca savus klientus, kā izturēties personāla atlasē intervijā, paturot prātā plašāku karjeras aktivitāšu plāna perspektīvu un "gudru" pieeju organizācijai, institūcijai vai kompānijai, kas ir klienta mērķis. Intervijas ir pirmais tiešais kontakts ar firmu, kas klientam ir padomā, tomēr pirms intervijas klients tiek instruēts par vairākām vienlīdz svarīgām stadijām:

- skaidru profesionālu mērķu noteikšana vismaz īsā vai vidējā termiņā;
- vēlamā posteņa piedāvāto iespēju analizēšana un dažu pētījumu veikšana par kompānijas darbības raksturu, tās ekonomisko spēku un ietekmi tirgū;
- pieteikšanās amatam (pieteikums, CV, nodomu vēstule) tieši vai pa pastu, e-pastu, faksu, utt..

Svarīgi, lai karjeras konsultēšanas laikā vienlīdz liela uzmanība tiktu pievērsta visām stadijām, ne tikai intervijai. Veiksmīga intervija praktiski nav iespējama bez pamatīgas citu konsultēšanas aspektu sagatavošanas.

Zemāk mēs prezentējam īsu informāciju, kas tiek uzskatīta par svarīgu, lai sagatavotu klientu, ņemot vērā šādu pieredzi.

Personāla atlasē intervijas struktūra

Formālā intervijā jautājumi tiek uzdoti iepriekš noteiktā secībā vai pēc scenārija:

a. Pirmais kontakts un "ledus laušanas" jautājumi. Piemēri:

Vai jūs mūs sameklējāt viegli?

Kā jūs jūtaties šodien?

Var būt moments, kad personāla atlasē konsultants stādās priekšā un tad dažos vārdos prezentē kompāniju, tās darbību, apspriežamo amatu (vakanto vai no jauna izveidoto).

b. Jautājumi kandidāta iepazīšanai. Piemēri:

Kad jūs beidzāt augstskolu?

Kāda ir jūsu specialitāte?

Vai esat beidzis arī citus mācību kursus? Kur?

Vai varat pastāstīt dažas lietas par jūsu pieredzi ...?

c. Detalizēti jautājumi par noteiktiem tematiem, kas interesē darba devēju. Piemēri:

Mēs jūsu CV ievērojām, ka..... Vai jūs varētu plašāk izteikties par to?

Mēs ievērojām, ka jūsu CV ir divu gadu pārtraukums. Vai jūs varat paskaidrot, kas notika?

Šajā amatā daudz jāstrādā. Kā jūs plānojat sabalansēt savu privāto dzīvi un profesionālo darbību?

d. Kandidāta jautājumi (ja apstiprināts, ka viņu pieņems). Piemēri:

Kāds ir mans darba laiks?

Kur atrodas mans birojs vai darbnīca?

Vai es drīkstu apmeklēt kompāniju?

e. Intervija beidzas ar pateicības izteikšanu, iespējami daži komentāri no darba devēja puses:

Beidzot, es domāju, ka mēs jau varam uzskatīt, ka ...

Es sazināšos ar jums pa telefonu nedēļas laikā, lai paziņotu jums intervijas rezultātu.

Pateicos par apmeklējumu.

Noteikumi, kas jāievēro

Lai radītu pārliecinošu iespaidu, klients jāinstruē izvēlēties un sniegt visatbilstošāko informāciju par savu izglītību, spējām, sasniegumiem, pieredzi. Apmēram 60 % jautājumu personāla atlases intervijas laikā attiecas uz šiem aspektiem. Parasti nepieredzējušiem klientiem ir grūti prezentēt sevi, savus sasniegumus, veiksmes un neizdošanās pozitīvi. Tieši tādēļ ieteicams organizēt vienkāršus vingrinājumus, lai klienti spētu tekoši un sakarīgi atklāt savus sasniegumus, spējas, pieredzi. Tekoša valoda pārrunu laikā demonstrē intelektu, starppersonu attiecību spējas, vadības prasmes.

Ir vairāki aspekti, kas jāņem vērā, kad klients gatavojas intervijai. Tie ir šādi:

Personīgā lieta (personal file), ieskaitot visus dokumentus, kas jau nosūtīti kompānijai, jāņem līdzi kopiju veidā, kad kandidāts ierodas uz interviju. Kandidātam jābūt gatavam izteikties plašāk par jebkuru tā CV iekļauto aspektu vai citiem dokumentiem, kas iesniegti darba devējam.

Psiholoģiskais aspekts attiecas uz paštēlu un pašpaļāvības pakāpi. Ieteicams pieņemt pozitīvu stratēģiju – klientiem jāapbruņojas ar optimismu un pārliecību, ka ir pietiekams pamats uzskatīt, ka intervija noritēs labi. Personīgā lieta ir pieņemta un intervija nozīmēta, un tas jau ir veiksmes priekšnoteikums.

Apģērbs ir saistīts ar tēlu, ko klients rāda citiem. Profesionālā biznesa vidē apģērbs ļoti bieži raksturo cilvēku. Oficiālas intervijas gadījumā obligāti jāģērbj tumšs uzvalks, jāvelk kvalitatīvi apavi un aksesuāri (portfelis, mapes). Matu sakārtojumam jābūt atbilstošam, smaržas jālieto apdomīgi un līdz minimumam jāsamazina rotaslietu skaits.

Neverbālā valoda. Neverbālie signāli ir ļoti svarīgi darba devējam, kuri bez kavēšanās pamatos savu galīgo lēmumu, neskatoties uz kandidāta atbildēm uz jautājumiem. Tādēļ personāla atlases speciālists ņems vērā, kā kandidāti iepazīstina ar sevi, sasveicinās, paspiež roku (cieši, bet nepārspilējot), ieņem ķermeņa pozu uz krēsla (nedz pārāk stīvi, nedz pārāk brīvi), acu kontakts (jāuztur nepārtraukti, nelūkojoties cieši). Bez tam, literatūra iesaka praktizēties (grūti) atbildēt uz jautājumiem stresa situācijā. Ja kandidāti nav praktizējušies un ir nesagatavoti, viņi riskē piepeši pārtraukt acu skatiena kontaktu, tā signalizējot personāla atlases speciālistam, ka kaut kas nav kārtībā.

Literatūrā minēti trīs atšķirīgi momenti, gatavojoties intervijai:

- sākotnējā stadija*, kurā kandidāts vāc informāciju par kompāniju un amatu;
- pati intervija*, uzsverot pozitīvu attieksmi, iesniegtos dokumentos ietvertās informācijas pilnīga pārzināšana, sevis prezentēšana;
- pēcintervijas stadija*, kad kandidāts izdara pierakstus tūlīt pēc tikšanās un pieklājīgi lūdz no kompānijas atbildi (neatkarīgi no tā, vai tā būs pozitīva vai negatīva).

Rezumējot to, karjeras konsultanti var piedāvāt klientiem, kuri gatavojas personāla atlases intervijai, sarakstu ar noteiktām šāda tipa vispārējām un konkrētām rekomendācijām:

- ziniet precīzi, kāda tipa darbu jūs vēlaties dabūt;
- noskaidrojiet, cik daudz iespējams, par kompāniju un vēlamo darbu;
- sekojiet jauninājumiem šajā jomā;
- sagatavojiet sarakstu par savām īpašībām, sasniegumiem un trūkumiem;
- sagatavojiet 4-5 minūšu prezentāciju par savām īpašībām un sasniegumiem;
- sagatavojoties atbildēt uz grūtiem jautājumiem par jūsu trūkumiem vai neveiksmēm, tā, lai pasniegtu tos jums cik vien iespējams labvēlīgā gaismā;

- atsaucieties uz pieredzi un sasniegumiem, lai pierādītu savas spējas pildīt profesionālos pienākumus amatā, uz kuru jūs piesakāties;
- pārlicinieties, ka jūsu vērtību sistēma ir saskaņā ar konkrētās kompānijas vērtību sistēmu;
- domājiet pozitīvi un esiet pašpārliecināts. Darba devējs nav ienaidnieks;
- esiet punktuāls. Ierašanās uz interviju ar nokavēšanos nozīmē pirmo nelabvēlīgo iespaidu uz darba devēju;
- pat, ja pirms intervijas esat ļoti nervozs, pacientieties mazliet ieēst, bet ne pārāk daudz;
- izvairieties lietot jebkādas "stimulatorus" pirms intervijas (alkoholu, kafiju);
- pievērsiet uzmanību savam apģērbam;
- intervijas laikā ieteicams pieklājīgi atteikties no piedāvātajiem atspirdzinošiem dzērieniem vai kafijas;
- centieties neieplānot nevienu citu svarīgu pasākumu intervijas dienā, lai jūs varētu visu uzmanību veltīt intervijai;
- uzmanīgi klausieties, ko saka intervētājs. Pievērsiet maksimālu uzmanību pauzēm, kas var būt ļoti svarīgas;
- esiet godīgs; nemelojiet par savu profesionālo pieredzi (visu mutisko informāciju, ko jūs sniedzat, tāpat kā rakstiskās atsauksmes ļoti viegli pārbaudīt un kompānijas praksē tā arī dara);
- ja jūs nesaprotat jautājumu, lūdziet to paskaidrot, un, ja nepieciešams, lūdziet kādu laiku, lai pārdomātu atbildi;
- izvairieties atbildēt ar JĀ vai NĒ. Centieties sniegt cik iespējams plašas atbildes (bet, lai nekļūtu smieklīgs) un informēt par būtiskām detaļām;
- pievērsiet uzmanību neverbālai valodai! (*Szilagyi, Vladulescu, 2001*).

Mērķauditorija

Sākotnējās/ievada intervijas mērķauditoriju pārstāv visu kategoriju karjeras konsultēšanas klienti no skolēniem, studentiem līdz pieaugušajiem, var tie būt bezdarbnieki, pensionāri, vai citi. Uzņemšanas intervija ir sākuma punkts, lai izkristalizētos personīgās attiecības starp klientu un konsultantu, un mirklis, kad konsultants sāk vākt nepieciešamo informāciju, lai atbilstoši veiktu lēmumu pieņemšanas un karjeras attīstības atbalstu.

Izvēles, personāla atlases vai darba intervijas mērķauditoriju veido kandidāti uz šo konkrēto amatu.

Ja tiek veiktas *mācības/modelēšana* turpmākai personāla atlases intervijai, mērķauditoriju veido konsultēšanas klienti, kuri vēlas sagatavoties, lai pieteiktos uz kādu konkrētu amatu, ja darbinieku izvēlei nepieciešama arī intervija.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Praktiski pasākumi sākotnējai/ievada intervijai

Sadaliet kandidātus grupās pa trim cilvēkiem: viens spēlēs intervēšanas konsultanta lomu, otrs – klienta, bet trešais būs novērotājs vai vadītājs. Šīs darbības nolūks ir praktizēties uzņemšanas intervēšanā un tās beigās gan "klients", gan "novērotājs" sniegs "konsultantam" komentārus.

Zemāk doti dažādi vingrinājumu piemēri vai pārdomu temati klientiem.

- Sagatavojiet sarakstu ar savām īpašībām un trūkumiem, kurus jūs apzināties, vai par kuriem jūs ir informējusi uzticības cienīga persona.
- Iemācieties izturēties saprātīgi, atturīgi un pārliecināti, ja tiek nostādīts nepatīkamā stāvoklī!

- Padomājiet par savas dzīves faktiem vai epizodēm, kas apstiprina jūsu kvalifikāciju.
- Palūdziet, lai kāds draugs vai radnieks rakstiski uzskaita jūsu īpašības, stiprās puses un trūkumus. Sarakstā jāiekļauj arī faktu un izturēšanās piemēri. Salīdziniet abus sarakstus un apspriediet tos kopīgi.
- Iedomājieties, ka intervētājs lūdz jūs pastāstīt par sevi.
- No savām stiprajām pusēm izvēlieties ievērojamu skaitu panākumu, spēju, lietu, kuras jūs darāt labi, lai pārliecinātu intervētāju, ka jūs esat šim darbam visatbilstošākā persona. Īpašībām, kuras jūs izvēlaties, jābūt saistītām ar amata raksturu.
- Sagatavojiet 4-5 minūšu garu prezentāciju par savām stiprajām pusēm. Ierakstiet to un tad izanalizējiet no intervētāja viedokļa: tonis, valoda, argumenti. Pārveidojiet vingrinājumu un ierakstiet un atskaņojiet to tikmēr, kamēr būsiet apmierināts un uzskatīsiet, ka prezentācija ir interesanta, dabiska un pārliecinoša.
- Jums noteikti pavaicās par jūsu vājajām pusēm. Nevajag tās vienkārši apstiprināt. Paskaidrojiet, ka pieredzes vai spēju trūkums nav nepārvarams šķērslis, bet gan profesionālās izaugsmes iespēja, īpaši, ja jūs varat uzrādīt konkurētspējīgus sasniegumus vai kvalifikāciju.
- Attiecībā uz neveiksmēm, ja jums vajadzēs par tām runāt, centieties pasniegt tās labvēlīgākā gaismā. Parādiet, ka jūs apzināties tās, ka jūs no tām esat mācījies un ka jūs spējat cīnīties ar vājībām, kas tās izraisījušas.
- Lai pārliecinātu, ka jūs esat apņēmības pilns un vēlaties, esat motivēts izpildīt amata profesionālos pienākumus, sniedziet informāciju par: darba un profesionālo pienākumu koncepciju, gribas un personības iezīmēm, interesi, centieniem un iniciatīvām.
- Stāstiet par notikumiem un neuzskaitiet savas īpašības. Tā vietā, lai teiktu *“Man piemīt neatlaidība un iniciatīva, utt.”*, vēlreiz miniet atbilstošu pieredzi, kas raksturo tās iezīmes, kuras jūs vēlaties pierādīt. Šādas stāstus var beigt ar piezīmi: *“varētu teikt, ka es biju neatlaidīgs un parādīju iniciatīvu”*, utt.; tādējādi jūs būsiet gan pārliecinošs, gan pieticīgs.
- Nekautrējieties minēt savas aizraušanās, profesionālos mērķus un centienus, pierādot, ka jūs domājat perspektīvā.
- Izvēlieties labi zināmu kompāniju un iedomājieties, ka jūs vēlaties pietiekties tur kādā amatā. Pirmsintervijas stadijā sagatavojiet sarakstu ar visu informāciju, ko jūs atradāt par kompāniju (izmantojiet visus pieejamos avotus).

Metodes novērtējums

Karjeras konsultēšanā intervijas ir konsultanta uzsāktā metodoloģiskā procesa stūrakmens. Ir aplēsts, ka pāri par 50 % laika tiek veltīts intervijas veida aktivitātēm (strukturētām/daļēji strukturētām/nestrukturētām). Intervijas ir arī vizizplatītākā atlases un karjeras paaugstinājuma metode organizācijā. Metodes vērtība ir apstiprināta vēsturiski un praktiski – nav iespējams iedomāties kādu citu instrumentu, kas spētu aizstāt interviju konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta procesā. Turklāt intervijas stimulē aktīvu klienta attieksmi, kurš tādējādi īsteno konsultanta ieteikto stratēģiju un reaģēs uz signāliem – īpaši neverbāliem –, ko raidīs intervētājs.

Literatūrā minēta virkne vājo pušu, kas piemīt intervijai kā informācijas vākšanas metodei konsultēšanā, elementi, kas ir īpaši acīmredzami, ja konsultants ir nesagatavots, nepieredzējis vai strādā bez supervizora uzraudzības:

- intervijām ir nepietiekama prognozējamības pakāpe attiecībā uz turpmāko darba veikumu no klienta puses;
- intervētāji koncentrējas tikai uz dažiem klienta iepriekšējās pieredzes aspektiem (2-3 kompetences);
- intervijas ir intuitīvas un ļoti subjektīvas (var gadīties, ka daudzi konsultanti sniedz būtiski atšķirīgus secinājumus, pat ievērojot vienu un to pašu intervēšanas protokolu); subjektivitāte samazinās, palielinoties konsultanta pieredzei un metodes strukturēšanai.

Personāla atlases intervija, līdztekus citām novērtēšanas metodēm, kuras lieto konsultanti vai cilvēkresursu jautājumu eksperti, joprojām ir viens no vispopulārākajiem personāla atlases instrumentiem. Sagatavošanās intervijai ir karjeras konsultēšanas procesa daļa (precīzāk runājot, informācijas stadija), jo darba tirgum ir tendence izturēties labvēlīgi pret profesionālismu un konkurētspēju.

Visi šie elementi jāņem vērā, kad gatavojas ievada intervijai. Inspektora darbība ir sevišķi svarīgi attiecībā uz iesācējiem.

Bibliogrāfija

Blanket, Alain; Gotman, Anne; Singly, Francis de; Kaufman, Jean-Claude (1998). *Ancheta și metodele ei. Interviu, interviul comprehensiv, chestionarul*. Iași, Polirom.

Brammer, Lawrence; MacDonald, Ginger (1996). *The Helping Relationship – Process and Skills. (6th edition)*. Massachusetts, Allyn & Bacon Publishing Company.

Dafinoiu, Ion (2002). *Personalitatea. Metode calitative de abordare: observația și interviul*. Iași, Polirom.

Hackney, Harold; Cormier, Sherilyn (1996). *The Professional Counselor. A Process Guide To Helping. (3rd edition)*. Massachusetts, Allyn & Bacon Publishing Company.

Jigau, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura SIGMA.

Powell, Randall C. (1995). *Career Planning Today. (3rd edition)*. Bloomington, Indiana University.

Szilagyi, Andreea; Vlădulescu, Lucica (2001). *Comunicare și succes profesional*. București, Editura Printech.

Autobiogrāfija un pašraksturojums

Autobiography and self-characterization

Adina IGNATA

„Ștefan cel Mare” universitāte, Suceava

Vēsture

Humanitārām zinātnēm svarīga ir “psiholoģiskā domāšana” Svētā Augustīna (354-430) un Akvīnas Toma (1225-1274) rakstos, jo tajā minēta sirdsapziņa, izjautāšana un pašizpēte. Svētā Augustīna garīgo autobiogrāfiju varētu uzskatīt par patiesu sirdsapziņas pārbaudi, kas apstiprina gudrā vīra patiesos vārdus: “Nemeklējiet patiesību ārpusē; pagriezieties pret sevi; patiesība atrodama cilvēka iekšējā būtībā”.

Teorētiskais pamatojums

Autobiogrāfijai, tādai, kas izsaka individualitātes nozīmi literatūrā un humanitārajās zinātnēs, ir ilga vēsture. Laika gaitā cilvēki ir interesējušies par savu līdzinieku personīgo pasaules attēlojumu; tā rezultātā autobiogrāfija ir viena no vispopulārākajām literatūras formām. Autobiogrāfijas radās no indivīdu vēlēšanās dalīties savās personīgajās domās par dzīves pieredzi.

Psihoanalītiskā pieeja uzsver autobiogrāfijas lomu pašatklāsmes procesā, zinot, ka Freids “darīja visu, kas bija viņa spēkos, lai mēs gūtu vispilnīgāko atklāsmi.” (*Jaccard, 2000*).

Pašraksturošana ir process, kura laikā indivīds iedziļinās savā personības realitātē.

Džordžs Kellijs (*George Kelly*) (1955) uzskata, ka pašraksturošana ir konstrukta sistēma, novērtēšanas metode, kas apraksta individuālu personību.

Personīgā konstrukta psiholoģijā (*personal construct psychology*) Kellijs meklējis alternatīvu determinisma teorijai, kas piemīt analīzei un biheiviorismam, kas raksturoja amerikāņu psiholoģijas skolu līdz 50.-tajiem gadiem. Viņš uzskatīja cilvēku par savas dzīves aktīvu un proaktīvu aģentu, kas spēj virzīties uz pārmaiņām (tādējādi persona nav nedz savas vides, nedz pagātnes gūsteknis). Indivīds personīgā veidā izskaitļo konstruktus, caur kuriem viņš redz pasaules notikumus; rada pats savu realitātes izprašanas ceļu. Personīgā konstrukta teorija parāda, ka indivīdiem ir spēks veikt personīgas pārmaiņas.

Viens no personīgā konstrukta psiholoģijas principiem ir, ka izprast personību nozīmē zināt, kā tā uztver pasauli un kā pieņem lēmumus. Kellijs apstiprina, ka, palīdzot indivīdam pārmaiņu procesā, konsultantam, pirmām kārtām, jāsaprot, kā klients veido savu pasauli, kāda koncepcija ir tās pamatā.

Datu vākšanas metodes, ko izmantojis Kellijs, vērstas uz to, lai palīdzētu konsultantam konsultēšanas procesa sākumā izveidot precīzu priekšstatu par klienta pasaules vissvarīgākajām starppersonu attiecībām vai dominējošām īpašībām. Divas šādas metodes ir **konstruktu krājums** (*repertory of constructs*) un **rakstisks pašraksturojums** (*written self-characterization*). Neviens no tiem netika uzskatīts par testu, bet gan par interpretēšanas un karjeras attīstības atbalsta sākuma punktu, lai veiktu pārmaiņu personīgo novērtējumu.

Pašraksturošana sniedz svarīgu informāciju, ko var analizēt, sadalot to galvenajās tēmās. Pašraksturojums ietvers atbilstošu informāciju par klienta uztveres un pasaules uzbūvi: klients apraksta sevi, attiecības un dzīves kontekstu.

Personīgās konstrukta psiholoģijas interneta enciklopēdija (The Internet Encyclopaedia of Personal Construct Psychology) prezentē pašraksturošanu kā patiesi kvalitatīvu metodi. Kellija mērķis ir ievērot viņa pirmo principu: "ja tu nezini, kas nav kārtība ar kādu cilvēku, pavaicā viņam un varbūt viņš tev pateiks" (*Kelly, apud Ivey, 1980*). Konsultantam nevajag pievērst īpašu uzmanību tam, vai indivīda personīgās pasaules redzējums ir pareizs vai nepareizs, bet gan koncentrēties uz to, kā klients redz sevi pašu un savas attiecības ar citiem cilvēkiem. Informācijas analīze nav koncentrēta uz pozitīvu/negatīvu, patīkamu/nepatīkamu apgalvojumu procentu, bet gan uz vienkāršu ieklausīšanos "raksturā, kas pats sevi atklāj", lai gūtu izpratni par otra cilvēka personīgā konstrukta sistēmu.

Pašraksturošana ieteicama konsultācijas domu apmaiņas sākumā. Šī metode kombinācijā ar bezierunu pieņemšanu palīdzēs veidot uzticības pilnas attiecības starp konsultantu un klientu un nodrošinās to stabilu turpinājumu. Pieņemšana un cieņa ir būtiski aspekti atmosfērā, kur klients jūtas pietiekami drošs, lai veiktu nākošos soļus sava dzīvesveida izpētīšanā un uzlabošanā.

Vēl viena teorētiska pieeja, kam ir fundamentāla nozīme pašraksturošanā kā pašizpētes metodē, ir sevis uztveršanas teorija (*The Self Perception Theory*) – ko izstrādājis Derils Bems (*Daryl Bem*) (1970); šī teorija ir par sevis pazīšanu, kas izriet no mūsu pašu izturēšanās novērošanas, bez kādas kognitīvas disonanses. Sevis uztveršana izpaužas kā objektīvs pašnovērtējums konkrētajā situācijā. Šī pašnovērtēšana ir līdzīga pašraksturošanai.

Grieķu pētniece Atēna Androutsopoula (*Athena Androutsopoulou*) (2001) pasniedz pašraksturošanu kā vēstīšanas līdzekli, ko iespējams izmantot gan individuālās, gan ģimenes konsultācijās. Viņa iebilst, ka Kellija metode (pašraksturošana) varētu palīdzēt naratīvajā terapijā un šajā sakarā pašraksturojumam vajadzētu kļūt par stāstījumu, kurā persona tiktu prezentēta kopumā. Pašraksturošana noder konsultantam, lai viņš atpazītu "kodus" un "personīgās un ģimenes tēmas". Šī metode parāda, kādu nozīmi cilvēki piešķir sarunām, rakstīšanai un, visbeidzot, veidu, kā indivīds uztver un piedzīvo sevi un ģimeni konkrētā savas dzīves laikā, prezentēšanai.

Metodes prezentācija

Autobiogrāfija ir retrospektīvs šķērsgriezuma pētījums, ar kura palīdzību indivīdu stimulē izpētīt savu personīgo pieredzi.

Šai metodei nepieciešama subjekta sadarbība pašnovērtēšanā un tā pamatojas uz spēju palūkoties atpakaļ uz savām darbībām, analizēt tās, izteikt viedokli par sevi, novērot un saprast citu cilvēku reakciju.

Autobiogrāfiju uzskata par vieglu darba metodi, jo personu iesaista, lai tā stāstītu, parasti rakstiskā veidā, par svarīgiem notikumiem viņa paša attīstībai. Darbā, ko koordinējis Holbans (*Holban*), nodalīti divi autobiogrāfiju veidi: oficiālā autobiogrāfija – ko iegūst, savācot oficiālu informāciju par identifikācijas datiem (dzimšanas datums un vieta, vecāki un ģimene, skolas un dzīves stāvoklis), un autobiogrāfija, kuras mērķis ir saprast personības funkcionēšanas veidu. Šo divu autobiogrāfiju atšķirības nosaka tas, ka pirmajai ir galvenokārt informatīva vērtība, kamēr otrajam veidam ir galvenokārt interpretēšanas vērtība. Konsultēšanas procesā noderīgas ir abas autobiogrāfijas, bet pēdējai ir būtiska nozīme vispārējā personas novērtēšanā, kas notiek pirmajā konsultēšanas seansā.

Oficiālā autobiogrāfija varētu kalpot par pamatu, lai strādātu ar jaunu klientu, jo tā palīdz noteikt parametrus, kas saistīti ar tā ģimeni, izglītību un sociālo vidi, kas parāda, kādā veidā personība attīstīsies turpmāk (Holban, 1978). Kā pētīšanas metode autobiogrāfija nozīmē subjekta ceļojumu savā dzīvē, lai identificētu svarīgus notikumus. Šis process sniedz struktūru, kurā persona var saistīt dzīves faktus un psiholoģisko struktūru; tā dod arī personības attīstības interpretēšanas iespējas, balstoties uz esošajām sociālajām attiecībām. Autobiogrāfija veicina mācīšanos tādējādi, ka klients apjauš savu dzīves ceļa jēgu, bet konsultantam ir iespēja identificēt motivācijas modeļus klienta izturēšanās veidā vai konstrukta sistēmu, caur kuru pēdējais redz pasauli.

Metode sniedz priekšstatu par klienta starppersonu attiecībām, pielāgošanos sociālām grupām un adaptēšanos institucionālās vidēs. Tādējādi mēs gūstam pieeju informācijai par personības sociālo dimensiju.

Veids, kādā klients iesaistās rakstiska uzdevuma veikšanā, arī var kalpot kā signāls konsultantam par personību, ko viņš novēro.

Autobiogrāfija palīdz novērtēt/diagnosticēt/interpretēt klienta personību; tā sniedz noderīgu informāciju, lai saprastu, kā klients organizē savu dzīvi un darbojas pasaulē, un konstruktīvu sistēmu, uz kuras klients strukturē šo pasauli; viss tas attēlo klienta paša visumu, kā arī tēlu par viņa paša attīstību tajā.

Gibsons un Mičels (*Gibson and Mitchell*) (1981) prezentē autobiogrāfiju kā pašziņošanas (*self-reporting*) metodi, kā vienu no visvērtīgākajām pieejām, kas nozīmē aktīvu klienta līdzdarbību. Šī metode veicama gan konsultanta, gan klienta izpratni par personas stiprajām un vājajām pusēm un tās vienreizīgumu.

Autobiogrāfiskā metode atšķiras no citām konsultēšanā lietotajām metodēm, jo tā dod klientam iespēju aprakstīt pašam savu dzīvi, tā, kā viņš to ir dzīvojis, aprakstīt intereses un vēlmes, atzīt veiksmes un neveiksmes, izcelt nozīmīgas starppersonu attiecības. Klients atklāj darbības un ietekmes, kas dod jēgu viņa dzīvei un ko viņš varētu izskaidrot citiem bez grūtībām.

Autobiogrāfija ir "personīgo atmiņu rekonstrukcija", (*personal memory reconstruction*), "koplietojams spogulis, kas tiek interpretēts subjektīvi", ko iegūst no pārdomām par sevi un savu attīstību.

Autobiogrāfiskais process var atklāt traumējošu, nesaprastu pieredzi, neatrisinātus konfliktus, kas varētu traucēt klienta attīstību. Vienlaikus, šī metode var palīdzēt veidot pašidentitāti un pat kognitīvo attīstību, jo tā ietver visu dzīves posmu samierināšanu un savešanu kopā, kas ļauj atgūt saskaņotību un no jauna atklāt ekzistences jēgu.

Autobiogrāfija var izpētīt ikvienu personīgās dzīves dimensiju (profesionālo, māksliniecisko, kognitīvo, emocionālo) un subjekts sāk labāk apzināties katru no šīm dimensijām perceptīvā, emocionālā un intelektuālā līmenī.

Rakstīšanu var veikt, ievērojot dažas norādes attiecībā uz tēmas izvēli, epizodes vai kādu svarīgāku attiecību izvēlēšanos, vai, aprakstot visu dzīves posmu, neievērojot stāstījuma modeli (*narrative pattern*). Šis process apraksta apgrieztu veidu, kā meklēt jaunas nozīmes personīgā ceļā. Metode pamatojas uz retrospekciju kā kognitīvu procesu biogrāfiskā materiāla reorganizēšanai, lai norādītu uz nozīmīgām dzīves daļām.

Autobiogrāfiju veiksmīgi pielieto vecāku cilvēku konsultēšanā un uzskata, ka tai ir patiesi terapeitiska vērtība, jo tā veicina pašapzināšanos, pašatklāsmi un spēju ģenerēt alternatīvas interpretācijas par dzīves pieredzi (*Bottella, Feixas, 1992, International Journal Ageing Human Development*).

Metodi varētu uzskatīt par līdzekli, lai veicinātu starppersonu attiecību apzināšanos un saprastu ikdienas pieredzi, apzinoties piedzīvotās pieredzes nozīmi.

Gibsons un Mičels (*Gibson and Mitchell*) (1981) iesaka dažādus veidus, kā strādāt ar klientu, ja konsultants uzskata, ka autobiogrāfija ir nepieciešama: klients jāinformē par nolūku un viņam jābūt pārliecinātam, ka process būs konfidenciāls. Konsultantam jāsniedz dažas norādes par autobiogrāfijas saturu vai vispārējo veidu, kā to rakstīt. Viņš varētu dot norādes, kā rakstīt autobiogrāfiju. Autors sniedz dažus modeļus, kā analizēt un interpretēt autobiogrāfijas datus: konsultantam vajadzētu sagatavot visu to jautājumu sarakstu, ko viņš uzskata par atbilstošiem klientu konsultēšanas vajadzībām; dažreiz konsultants varētu tikai rezumēt to, ko viņš uzskata par svarīgu.

Autobiogrāfijas analīzes shēma ir šāda (Kiley, *Personal and Interpersonal Appraisal Techniques*. Springfield, Charles C. Thomas Publisher, 1975, apud Gibson, Mitchell, 1981):

- I. nozīmīgi gadījumi;
- II. organizācija – ilgums, valoda (vārdu krājuma izvēle, izteiksmes dziļums);
- III. izlaidumi tekstā, izskaistinājumi, kļūdas;
- IV. punkti, kas jāpārbauda papildus;
- V. rezumējoši komentāri.

Gibsons un Mičels izvirza novatorisku pieeju: autobiogrāfiska lente (ieteicama dažiem klientiem noteiktās situācijās). Autobiogrāfiskā lente piedāvā klientam iespēju runāt par savu dzīvi. Konsultants izvēlas tehniku pēc novērtēšanas un nolemj, vai mutvārdu izteikšanās ir piemērotāka nekā rakstiska. Šāda tipa autobiogrāfija ir labāka tām personām, kuras labāk izsakās mutiski nekā rakstveidā; tā ļauj brīvi prezentēt detaļas, kas citādi droši vien nebūtu ievērotas; to ir mazāk iespējams cenzēt, nekā uzrakstītu lapu, un verbālie izteiksmes līdzekļi varētu dot atbilstošu informāciju par atsevišķu notikumu emocionālo iespaidu.

Autobiogrāfiju var strukturēt hronoloģiski vai pēc tādiem kritērijiem, kas veicina retrospektīvo analīzi. Žigeu (*Jigau*) (2001) prezentē dažus svarīgus kritērijus karjeras konsultēšanā, tādus kā izglītība, profesionālā sagatavotība, aktivitātes sociālais konteksts, personīgie sasniegumi.

Kā psiholoģiskās izpētes metode autobiogrāfija ir līdzīga atmiņām, sarunām un psihoanalīzei, kuras visas ir retrospektīvas analīzes. Autobiogrāfija atšķiras no biogrāfijas ar tās subjektīvo raksturu; klients ir tas, kurš stāsta par savu personīgo ceļu rakstiskā veidā.

Autobiogrāfija attiecas arī uz pašraksturošanu, bet tās atšķiras ar to, ka pēdējā ir transversāls pētījums (*transversal investigation*).

Pašraksturošana ir integrēta tādā metožu kategorijā, kas veicina realitātei tuva portreta atspoguļojumu no klienta viedokļa, ir noderīga konsultēšanas vadīšanai; tā parāda personīgo viedokli, savu tēlu.

Pašraksturošana ir iekļauta tādu metožu skaitā, kam nepieciešama personas sadarbšanās (*Holban, 1972*). Galvenā šīs metodes īpašība ir izcelt informāciju par psiholoģisko individualitāti.

Šī metode ļauj "dekodēt individuālo formulu" (*Holban and Gugiuman, 1972*), jo tā stimulē piekļuvi zināšanām ne vien par personības raksturīgām pazīmēm (kuras iespējams noskaidrot arī ar citām metodēm), bet arī par personīgākiem jautājumiem (kas nav pieejamas ar citām metodēm).

Gibsons un Mičels (1981) prezentē pašraksturošanu kā metodi, kas nozīmē klienta iesaistīšanos un sniedz konsultantam informāciju par subjekta paštēlu. "Portrets" ir personīgs viedoklis par personīgo "saturu", kuram iespējams piekrist. Autori apskata pašraksturošanu kā nestandarta cilvēku evolūcijas tehniku; termins "nestandarta" parāda, ka tā ir plašāka un subjektīvāka pieeja informācijas vākšanai un interpretēšanai.

Ja klienta saprašanas spēja ir labi attīstīta, palielinās iespēja piedāvāt atbilstošus un iedarbīgus konsultēšanas pakalpojumus, kas apmierinātu klienta vajadzības.

Psaitis (*Psait*) (*apud Holban, 1978*) apraksta trīs metodes raksturīgās īpašības no piedāvātās informācijas viedokļa:

- pašraksturojums kā informācijas avots par personības struktūru un dziļumu;
- pašraksturojums kā informācijas avots par subjekta attieksmi pret sevi pašu;
- pašraksturošana kā aktivitātes rezultāts.

Pašraksturošanu var uzskatīt par stāstījuma metodi (*narrative method*), lai aprakstītu dzīves notikumus unikālā struktūrā; tas rada tēmas, kas piešķir jēgu šai struktūrai.

Pašraksturošanas pazīmes (*Holban, 1978*):

- pašraksturošana – klients novērtē savas spējas;
- subjektīva – klients apraksta savu personību un apzinās šos atklājumus;
- transversāla – klients sniedz detalizētu informāciju par savu personību, kas pieejama šajā konkrētajā viņa evolūcijas brīdī.

Pašraksturošana respektē izziņas saderības principu (*unity principle of cognition*), kas ir ieejas punkts personas saderībā (*entry point to person's unity*), tādējādi konsultantam ir informācija par klienta personīgo bilanci (*client's personal balance*). Metode sniedz vērtīgu informāciju par kultūras pamatu, ar kuru konsultants varētu strādāt, lai kvalitatīvi interpretētu personības attīstības stāvokli. Izmantojot pašraksturojumu, atkarībā no klienta pieejamības iesaistīties pašatklāsmē, uzpeld informācija par indivīda potenciālu (fizisko, fizioloģisko, starppersonu, utt.), sasniegumiem (prasmēm, rutīnas darbiem, darba metodēm), centieniem (personīgiem projektiem, mērķiem).

Rakstiskais saturs sniedz informāciju par klienta sevis pazišanas līmeni un sevis pazišanas avotiem: atsaukmes no citām personām (vecākiem, skolotājiem, līdzgaitniekiem); novērojumi par personas pašas izturēšanos (*Sevis uztveres teorija (Self Perception Theory)*, Bem, 1970), kam seko personīgās attieksmes un izjūtu definīcija;

salīdzinājums ar citām personām (kura mērķis ir pašnovērtēšana un sevis attīstīšana). Šis konteksts varētu kalpot par informācijas avotu attiecībā uz subjekta personīgo pasākumu kompleksu, kognitīvo struktūru, pārliecību, izvēlēm un vērtību hierarhiju.

Šo attieksmju pārzināšana dos konsultantam iespēju noteikt īpašus pieejas virzienus, lai panāktu sadarbību no klienta puses. Satura analīze ļauj identificēt atslēgas vārdus un izteicienus; tas ļauj arī noteikt personības iezīmes, kas novērojamas izturēšanās līmenī. Pašraksturošana atklās personīgo viedokli par sevi; Pašcieņa izriet no izturēšanās, intelekta, sociālo panākumu pašnovērtēšanas un citu cilvēku sniegtā vērtējuma. Pašnovērtējums var ietvert informāciju par atribūcijas sistēmu (kontroles atrašanās vieta (*locus of control*), personīgo pārliecību, īpašību novērtēšanu, temperamentu, sociālo attiecību modeli, problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas veidu, motivāciju, paštēlu (esošo un vēlamu), spēju uzņemties risku, attieksmi pret sevi, citiem un darbu. Pašraksturojums ir karkass, kurā var atklāt būtisku informāciju par klienta emocionālo attīstību, emocionālo briedumu/brieduma trūkumu, kas tiek atspoguļots atkarībā no emocionālās kontroles iespējām. Šī informācija ļaus saprast personas dzīvesveidu un vērtību sistēmu; tas viss veicinās izpratni gan no konsultanta, gan paša klienta puses.

Šo metodi ieteicams pielietot sagatavošanās seansu laikā, lai papildinātu konsultanta zināšanu bāzi.

Konsultants veiks kvalitatīvu interpretēšanu, lai noteiktu klienta personībai atbilstošus jautājumus, kā arī viņa dzīves ceļu.

Pašraksturošanu var pielietot dažādās stadijās, tā, lai konsultants dažreiz konsultēšanas procesa laikā saņemtu atgriezenisku informāciju par izmaiņām klienta personības struktūrā un pašcieņā.

Atkarībā no klienta pašanalīzes pieejamības pašraksturojums var sniegt būtisku informāciju par psiholoģisko komplicētību un vispārēju ieskatu individuālā psiholoģiskā realitātē (*Psait, apud Holban, 1978*).

Mērķauditorija

Autobiogrāfiju ieteicams izmantot, īpaši strādājot ar pieaugušajiem, kuriem viegli izteikties (*Holban, 1978*). Šī retrospektīvās izpētes metode balstās uz indivīda spēju aktualizēt personīgo vēsturi un izvēlēties nozīmīgu informāciju par savu psiholoģisko evolūciju.

Konsultējot bērnu, šo metodi var izmantot kā spēles vingrinājumu, kad bērns saņem zināmas norādes, lai atvieglotu sevis atklāšanu.

Kā analīzes metode pašraksturošana ieteicama galvenokārt ar vecākiem studentiem un pieaugušajiem. Šī metode noder bērnu konsultēšanā personīgai attīstībai, praktizējot pašrefleksijas.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Vispārīgi vingrinājumi

1. Vai jūs varat sagatavot īsu biogrāfiju, apspriežot personīgās vērtības, centienus, dzīves pieredzi vai lēmumu pieņemšanu.

2. Šeit doti daži virzoši jautājumi autobiogrāfijai.

- Dažas manas veiksmīgas/neveiksmīgas dzīves situācijas, jomas.
- Vai bija grūti gūt panākumus? Ja tā, kādi papildus pūliņi bija jāpieliek?
- Kad es tiku apbalvots un kad tiku kritizēts?
- Kā es guvu sekmes, organizējot savu darbu, studijas, citas aktivitātes?
- Ko citi cilvēki domā par manu darba stilu, manām studijām? Vai šie viedokļi saskan ar manējiem? Kas bija šie citi cilvēki?

- Kāda bija mana attieksme pret autoritāti? Kad un kādā veidā es piespiedu uz klausīt mani?
- Kā es redzēju sevi agrāk? Kā es pašlaik redzu sevi?

Bērnu konsultēšanas vingrinājumi

Kalni un ielejas/zīmēšanas vingrinājums (adaptēts no Shapiro, 1998)

Instrukcijas: Uzzīmējiet horizontālu līniju, kas attēlo jūsu dzīvi. Tās vienā galā uzrakstiet savu dzimšanas datumu, bet otrā – šodienas datumu. Uzzīmējiet "kalnus" virs līnijas visiem jaukiem, pozitīviem notikumiem jūsu dzīvē, un "ielejas" zem līnijas bēdīgiem, nepatīkamiem momentiem jūsu dzīvē. Centieties atcerēties, cik vien iespējams daudz abu veidu notikumus.

Konsultants var sniegt kvalitatīvu interpretāciju

Dzīves kvadranti

Ierakstiet kvadrantos nepieciešamo informāciju. Ar atslēgas vārdiem aprakstiet savu dzīvi katrā no šiem laikiem.

| | |
|----------------------------|------------------------------|
| Mana dzīve pirms 10 gadiem | Mana dzīve pirms 5 gadiem |
| Mana dzīve tagad | Mana dzīve nākošajos 5 gados |

Periodi var atšķirties, runājot par klienta vecumu un konsultācijas nolūku. Šis vingrinājums ļauj klientam iegūt loģisku priekšstatu par pagātņi – tagadni – nākotni, kas noder karjeras plānošanā.

1. vingrinājums

I daļa: Mani pirmsskolas gadi (mana ģimene, kur es dzīvoju, agrīnās atmiņas, draugi, simpātijas un antipātijas).

II daļa: Mani skolas gadi (pamatskola, vidusskola, augstskola, skolotāji, draugi, mācību priekšmeti, simpātijas un antipātijas, nozīmīgi notikumi, pieredze, ceļojumi, intereses, lēmumi).

III daļa: Mani pieauguša cilvēka gadi (kur es dzīvoju, darba pieredze, draugi un ģimene, ceļojumi, vaļasprieki, turpmākā izglītība, intereses, lēmumi).

IV daļa: Pašreizējais "es".

V daļa: Mani nākotnes plāni.

2. piemērs

1. Svarīgi cilvēki manā dzīvē.
2. Svarīgi notikumi un pieredze manā dzīvē.
3. Nozīmīgas vietas manā dzīvē.

3. piemērs

Sāciet autobiogrāfiju, cik vien agri varat atcerēties – jūsu visagrākās bērnības atmiņas.

Rakstot par notikumiem, kurus izvēlējāties minēt, centieties parādīt, kā tie ietekmēja to, kā jūs jūtaties un rīkojāties šodien.

Praktisks gadījums, kas adaptēts no Gibsona un Mičela (*Gibson and Mitchell*):

Subjekts ir piektais zēns ģimenē. Vecāki vienmēr pārmeta viņam, ka nekas no tā, ko viņš dara, nav pareizi vai svarīgi. Viņa iesauka "Neviens" seko viņam skolā, viņš ir pārliecināts, ka viņš nav tā vērts, lai skolotāji, klases biedri, u.c. viņu atcerētos. Viņa vecākais brālis, kuram ir humora izjūta, pārtaisīja viņa iesauku par NB.

Šī informācija palīdz konsultantam saprast klienta atturīgo izturēšanos un zemo pašcieņu.

4. vingrinājums

Peters Medisons (*Peter Madison*) (*Personības attīstība koledžā* (*Personality Development in College*, 1969) ierosināja šādu autobiogrāfijas uzmetumu (www.mentalhelp.net).

1. *“Vispārējs ievads: kas jūs esat, jūsu ģimene un jūsu stāvoklis ģimenē, svarīgi cilvēki jūsu dzīvē šajā laikā.*
2. *Agrās bērnības atmiņas: nozīmīgi notikumi, neatkarīgi no to secības vai blakus nozīmes.*
3. *Bērnības idejas vai koncepcijas: lietas, kas attiecās uz jums, kad augāt, kas ir jūsu īstie vecāki, kā rodas bērni, kas ir nāve, kas liek vecākiem dzert vai kauties, ko nozīmē “iet uz darbu”.*
4. *Jūsu kā bērna koncepcija: kā jūs jutāties, spējas un vājās puses, kas, pēc jūsu domām, jums piemita, kā citi izturējās pret jums.*
5. *Nozīmīgas citas personas jūsu izcelsmes ģimenē un pašreizējā situācijā: svarīgu attiecību vispārējais raksturs, visagrākās atmiņas par viņiem, savstarpējās jūtas.*
6. *Kā jūs tikāt galā dzīves attīstības krīžu situācijās?*
7. *Aprakstiet sevi no dažādām perspektīvām: kā citi redz jūs (piemēram, pretējais dzimums? Skolotāji un priekšnieki? Līdzgaitnieki? Kā jums šķiet, kas jums patiešām patīk? Kāds jūs vēlētos būt?*
8. *Kā jūs līdzināties vai atšķiraties no saviem vecākiem un citiem ģimenes locekļiem: fizisks, personības, attieksmes, vērtību un izturēšanās salīdzinājums.*
9. *Ģimenes attiecības: salīdziniet, kādas bija attiecības starp vecākiem, brāļiem un māsām jūsu izcelsmes ģimenē, un kādas ir attiecības tagad.*
10. *Kā jums nozīmīgas personas redz jūsu nākotni?*
11. *Dzimumattiecību vēsture: agrinās atmiņas, kā jūs uzzinājāt par dzimumattiecībām, attieksme pret dzimumattiecībām un pret dažādiem dzimumiem, kārdinājumi, labā un sliktā pieredze.*
12. *Skolas un darba vēsture: vecāku, draugu un jūsu attieksme pret skolu un karjeru. Cik daudz laika jūs veltāt darbam un cik – izklaidei?*
13. *Draudzība, mīlestības, sabiedriskā dzīve; senie draugi, jūsu “banda”, pirmā mīlestība, sports, reliģiskas aktivitātes, līdzstrādnieki, labākie draugi, mīļākie, utt. Kāda veida sabiedrībā jūs dzīvojat?*
14. *Krīzes, nožēlas, lielākā pieredze: kas ir tas, ko jūs gribētu, lai būtu noticis savādāk jūsu dzīvē? Kas jums bija vajadzīgs, ko jūs nedabūjāt?*
15. *Turpmākās pārmaiņas jūsu dzīvē: galvenie mērķi pēc 1 – 5 – 10 – 20 gadiem. Kādā veidā jāpildveido sevi, lai sasniegtu šos mērķus? Kurš pašpalīdzības projekts būtu jāsāk vispirms?*
16. *Reakcija uz autobiogrāfijas rakstīšanu: pirms, tās laikā un pēc rakstīšanas..*
17. *Reālas cerības: kas, iespējams, (nevis tas, ko jūs cerat), notiks jūsu dzīvē.*
18. *Dzīves likne: uzzīmējiet savu dzīves posmu, kā jūs to prezentējāt: izmantojiet simbolus vai atslēgas vārdus.”*

Metodes novērtējums

Autobiogrāfijas priekšrocības

Autobiogrāfija sniedz mums klienta priekšstatu par savu dzīvi, palīdz mums saprast viņa priekšstatu sistēmu, sniedz vērtīgu informāciju par kultūras, etnisko un sociālo fonu.

Autobiogrāfija dod klientam iespēju gūt *ieskatu* (iespēju interpretēt savu stāstu); klients var atklāt jaunus virzienus savā personībā, pārveidot attieksmi pret sevi un sev svarīgiem cilvēkiem. Personīgās vēstures stāstīšanas pieredze, īpaši pieaugušajiem, var būt viens no pašpildveidošanas veidiem, kas izraisa pašrefleksijas, stimulē aktivitātes (*Gibson and Mitchell*, 1981), vai atbrīvo no eksistenciālas spriedzes (*existential tension*).

Autobiogrāfijas trūkumi:

Autobiogrāfisks stāstījums, pirmām kārtām, ir atkarīgs no klienta pašizteikšanās spējas un patiesuma, tas ir atkarīgs arī no retrospektīvas pašanalīzes iespējas un pieejamības, lai iegūtu un atklātu pašlaik pagātnes pieredzi, turklāt tas ir atkarīgs no personas spējas sniegt reālu interpretāciju par visu savu pieredzi personības attīstības procesa laikā.

Nosacījumi

Autobiogrāfija kļūst vērtīga tad, kad persona spēj veikt introspekciju un pašanalīzi, izsekojot nozīmīgus dzīves notikumus un atklāti prezentējot savu dzīvi. Starp divām pusēm ir nepieciešams izveidot uzticības pilnas, beznosacījumu attiecības.

Autobiogrāfijas vērtību psiholoģiskā izpētē nosaka konteksts, kurā klients turpina stāstījumu, vispārējais atmiņas stāvoklis, noskaņojums un vispārējais veselības stāvoklis tajā mirklī. Vienlaikus autobiogrāfijas rakstīšanas kvalitāte ir atkarīga no klienta vērtībām, kas ietekmē pagātnes pieredzes tagadējo attēlojumu.

Pašraksturošanas priekšrocības:

Pašraksturošana rada pamatu, kas ļauj klientam iegūt atbildes uz jautājumiem par viņa dzīves koncepciju, sevi pašu un savu vērtību.

Metode sniedz informāciju par personas psiholoģisko tēlu, paštēlu, kas nav pieejams ar citiem izpētes līdzekļiem. Tā kā to izmanto dažādos momentos, šī metode var sniegt priekšstatu par indivīda attīstību un tādēļ nodrošināt atbilstošu konsultēšanu. Pašraksturošana, iesaistot pašrefleksijas, ir personiņas attīstības instrumentu, kas palīdz atklāt un apzināties personīgos resursus, noskaidrot dažādas piedzīvotās sarežģītās situācijas.

Ar pašraksturošanas palīdzību indivīds var attīstīt savu identitāti un saistību izjūtu, kas ļauj dalīties pieredzē ar citiem.

Pašraksturošanas trūkumi

Pašraksturošana ir atkarīga no pašanalīzes spējām un personīgās informācijas komunikācijas pieejamības. Informācijas būtiskums mainās atkarībā no klienta atklātuma un konsultanta uzticamības.

Šī metode pamatojas uz sevis pazišanu un tai nepieciešamas "analizēšanas spējas", augsta pašcieņa, reālisms, intuīcija, sapratne, introspekcija, pašnovērtēšana kritēriju pareiza pielietošana, atbildība." (*Jigau, 2001*).

Pašnovērtēšanas nosacījumi:

- jāizveido uzticēšanās attiecības starp konsultantu un klientu;
- klientam jāzina, ka sniegtā informācija tiks izmantota atbilstošā veidā;
- jārada droša uzticēšanās, pieņemoša atmosfēra, kas pamudina uz sevis atklāšanu.

Metode jālieto apdomīgi un taktiski. Konsultantam jāspēj sakārtot saņemtā informācija tā, lai tā nāktu par labu konsultēšanas procesam.

Bibliogrāfija

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

Constantin, Ticu (2004). *Evaluarea psihologică a personalului*. Iași, Polirom.

Dafinoiu, Ion (2002). *Personalitatea. Metode de abordare clinică. Observația și interviul*. Iași, Polirom.

- Gibson, R. & Mitchell, M. (1981). *Introduction to Guidance*. New York, Macmillan Publishing Co.
- Havârneanu, Cornel (2000). *Cunoașterea psihologică a persoanei*. Iași, Polirom.
- Holban, Ion & Gugiuman, Ana (1972). *Puncte de sprijin în cunoașterea individualității elevilor. Ghid*. București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Holban, Ion (1978). *Cunoașterea elevului. O sinteză a metodelor*. București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Ivey, Allen & Simek-Downing, Lynn (1980). *Counseling and Psychotherapy: Skills, Theories and Practice*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.
- Jaccard, Roland (2000). *Freud*. București, Editura Aropa.
- Jigău, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
- Kelly, George (1955). *The psychology of personal constructs*, New York, Norton.
- Pavelcu, Vasile (1982). *Cunoașterea de sine și cunoașterea personalității*. București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Reber, Arthur (1985). *The Penguin Dictionary of Psychology*. London, Penguin Books.
- Șchiopu, Ursula (2002). *Introducere în psihodiagnostic*. București, Editura Fundației Humanitas.
- Shapiro, D. (1998). *Conflictele și comunicarea*. București, Editura Arc.
- Tomșa, Gheorghe (1999). *Consilierea și orientarea în școală*. București, Casa de Editură și Presă Viața Românească.

www.theory.org

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

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

Datorizēts pašizvērtējums

Computer-based Self-assessment

Petre BOTNARIUC

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Datorizētai psiholoģiskai novērtēšanai bijušas trīs izteiktas stadijas: konceptuālā un agrīnās izpētes stadija (no 20. gadsimta sākuma līdz II Pasaules karam); sistēmu praktiskā lietošana, atsaucoties uz pieprasījumu un tiešām vajadzībām; atklātu sistēmu izstrādāšanas stadija, kas sakrīt ar Pasaules tīmekļa (*World Wide Web*) un interneta ekspansiju.

Konceptuālā un agrīnās izpētes stadija. Psihologu centieni radīt tehnoloģiju, kas samazinātu psiholoģisko testu un aptauju administrēšanas/interpretēšanas izmaksas, ir raksturīgas šīs zinātnes agrīnākajās stadijās. Klarks Halls (*Clark Hull*) 1928. gadā izstrādāja skaitļošanas mašīnu, kura spēja administrēt piemērotības testus un no iegūtajiem rezultātiem izvēlēties karjeras rekomendācijas. Lai gan profesiju testu automātiska datu apstrāde tika uzsākta jau 1940.-tajos gados, šo ideju plaša lietošana bija iespējama tikai 1950.-tajos gados, kad elektroniskie datori kļuva plaši pieejami.

Sistēmas praktiskā pielietošana sākās pēc tam, kad tika veikti ievērojami ieguldījumi izglītības sistēmā vispār un karjeras konsultēšanā īpaši. Amerikas pētniecības institūts (*The American Research Institute*) finansēja projektus un iniciatīvas konsultēšanas jomā, kā rezultātā jau 1970.-tajos gados tika izstrādātas tādas datorprogrammas, kā *SIGI* un *Discover*.

Pasaules tīmekļa (The World Wide Web) un interneta stadija debitēja 1970.-tajos gados un tie apzīmē veselu mūsdienu periodu, definējot jaunu sistēmu paaudzi, ko raksturo brīva pieeja informācijai, izmantojot visas pasaules datortīklus.

Teorētiskais pamatojums

Datori paši par sevi nav specifiska karjeras konsultēšanas metode, bet gan tikai tādu konsultēšanas funkciju lietošana, kurām nepieciešama informācijas algoritmiskā apstrāde, sarežģīti aprēķini un rutīnas operācijas, ko iespējams modelēt un transponēt, izmantojot loģisku programmu (*datorprogrammu*), kas izmanto dažādus elektroniskus multimediju resursus/saturu (tādus kā teksts, hiperteksts, tēli, animācija, skaņa) ar noteiktas aparatūras palīdzību (*aparatūra* – dators ar tā palīgierīcēm: kameru, printeri, tastatūru, radioaustiņām, mikrofonu, utt.). Datorizētas konsultēšanas attīstība padarīja *datorizētu konsultēšanu par īpašu metodi*.

Karjeras konsultēšanā gan sevis pazīšanai, gan informācijai par iespējām ir nozīme vienīgi saistībā ar visefektīvāko un visatbilstošāko izglītības un profesionālās izaugsmes perspektīvu. Lai pieņemtu labu lēmumu, runājot par personas turpmāko karjeru, personīgām īpašībām jāatbilst profesijas prasībām.

Datorizētie psiholoģiski pedagoģiskie testi un aptaujas nozīmē datora izmantošanu, kas automātiski novērtē intelektuālās spējas, zināšanas vai mācību rezultātus, intereses, spējas, vērtības vai personības iezīmes.

Datorizētu metožu izmantošana psiholoģiskās testēšanas jomā pārņem dažādas tās tehnoloģijas funkciju formas, kas izmantota testēšanas nolūkā. Atbilstoši izmantotajam līdzeklim mēs varam tos klasificēt šādi: *interaktīvie interneta testi vai stand-alone programmas*. Testi un aptaujas dalās *interese, spēju, vērtību, personības, utt.*

Dažādas pazīstamas institūcijas, tādas kā *Amerikas psihologu asociācija (American Psychological Association (APA))* un *Konsultēšanas un attīstības novērtēšanas asociācija (Association for Measurement and Assessment in*

Counselling and Development (AMECD) izstrādājušas virkni efektīvu un pamatotu testēšanas standartu un principu novērtēšanas procesa galvenajiem posmiem: testa izvēlēšanās, instruēšana, administrēšana, datu apstrāde un interpretēšana. Tos apvieno šādi principi:

- testu validitātes un ticamības nodrošināšana;
- pielāgošana dažādām klientu kategorijām;
- administrēšanas, apstrādes un interpretēšanas standarta procedūru ievērošana;
- atbilstoša instruēšana par testēšanu un interpretēšanu;
- palīdzība un izskaidrošana, ja tas ir nepieciešams, jebkurā testa posmā;
- testēšanas vides kontrolēšana un labvēlīga gaisotne.

Datorizēta testu interpretēšana (*Computer-based Test Interpretation* (CBTI)), lai atbalstītu karjeras lēmumus, izvirza virkni ētiska un profesionāla rakstura problēmu (*Sampson, 2000, 2003*):

- pašreizējo psiholoģiskās testēšanas/novērtēšanas standartu lietojums internetā;
- datoru izmantošanas pamatotība karjeras konsultēšanas testu interpretēšanā;
- datorizētas interpretēšanas integrēšana karjeras konsultēšanā;
- nepieciešamā kvalifikācija datora izmantošanai testu interpretēšanā;
- pārraidīto un uzglabāto klientu datu konfidencialitāte;
- internetā piedāvātās interpretējošās informācijas ticamība;
- nepieciešamība konsultantiem iesaistīties, ja klientam nepieciešama individuāla palīdzība;
- neatbilstoša praktiķu sagatavošana un viņu atkarība no datorizētas interpretēšanas;
- nepieciešamība apzināties klienta atrašanās vietas īpašos apstākļus;
- pakalpojumu pieejamība nabadzīgiem klientiem;
- optimālo apstākļu nodrošināšana interneta testēšanas gadījumā (citu cilvēku klātbūtne neļauj radīt redzamu un dzirdamu privātumu, kas klientam nepieciešama, lai izveidotu un uzturētu produktīvas konsultēšanas attiecības).

Metodes prezentācija

Kā parādījis Harris Bouldsbijis (*Harris Bouldsbey*) (*apud Bingham, 1991*), viena no konsultēšanas funkcijām, ko dators var daļēji veiksmīgi pārņemt, ir psiholoģiskā novērtēšana.

Datorizētā testēšanā ir šādas stadijas: atbilstoša testa izvēle, klienta instruēšana, instrumenta administrēšana, datu apstrāde un testa interpretēšana.

Atbilstoša testa izvēle. Ideālā gadījumā nepieciešamie testi ir pieejami internetā un tie ir apstiprināti mērķauditorijai. Praktiķi vispirms noskaidro testēšanas nolūku un nosaka nepieciešamos instrumentus, tad pāriet pie testa izvēles, *savācot un izanalizējot informāciju*. Konsultantam jāiegūst informācija par katra izmantojamā līdzekļa raksturojumiem (drošumu, derīgumu, administrēšanas normām, interpretēšanas resursiem un piekārtošanu klientu kategorijām), saskaņā ar kurām viņi *izvēlēsies labāko variantu*. Interneta priekšrocība ir tā, ka informācija par pieejamiem testiem vienmēr ir aktualizēta. Lai iepazītos ar citu praktiķu pieredzi konkrētā instrumenta izmantošanā noteiktām klientu kategorijām vai par konkrētu instrumentu atbilstību noteiktiem klientiem, konsultanti var izmantot *specializētas diskusiju lapas*.

Instrukcijas testu izpildīšanai. Lai nodrošinātu testēšanas derīgumu, nepieciešams instruēt personu, lai tā ievērotu testa standarta administrēšanas procedūru. Instruēšanu var veikt personīgi, ja dators tiek izmantots kā *resurss*, vai *no attāluma, izmantojot tīmekļa* vai citas interneta tehnoloģijas, kur konsultanti, profesionālas organizācijas vai testu izstrādātāji piedāvā informāciju par dažādiem testēšanas instrumentiem.

Testu administrēšana. Kad klienti ir instruēti par testēšanu, var pāriet pie pašas administrēšanas, ieejot ar *paroli aizsargātās paštestēšanas mājaslapās* vai izmantojot pastāvīgos pieteikumus, kas lejupielādēti no interneta vai uzstādīti no CD. Ja rodas kādas grūtības, klienti var lūgt palīdzību konsultantam pa *e-pastu, čātā vai ar videokonferences palīdzību.*

Testu administrēšanai internetā ir tā priekšrocība, ka palielinās potenciālo klientu skaits, kam ir pieejami testēšanas pakalpojumi, jo tiek likvidētas barjeras, ko rada attālums vai transporta grūtības fizisku trūkumu dēļ (Sampson, 2000). Toties šī novērtēšanas metode samazina kontroli pār testēšanas vidi un var apdraudēt standartizēšanu, kuras sakarā *"konsultanti ir atbildīgi par to, ka testēšanas vide un psiholoģiskais klimats veicina augstu testa izpildes līmeni un ņem vērā faktoros, kas var apdraudēt testēšanu"* (AMECD, 1989, apud Sampson, 2000). Instrukcijās var atkārtoti uzsvērt testu standarta administrēšanas procedūras ievērošanas un labvēlīgas gaisotnes nodrošināšanas svarīgumu, bet, darbojoties bez konsultanta, nav garantiju, ka šīs prasības tiek ievērotas.

Datu apstrāde. Veicot paštestēšanu, vienmēr pastāv apjukuma un pieņēmumu risks, ka *"ir maģiskas atbildes... tieši tādēļ skaidri jāpasaka, kā jautājumi nosaka datu skalas un tās, savukārt, testa interpretēšanu... ar īpašām programmas iespējām"* (Ibid).

Testa interpretēšana. Sampsons (Sampson) ir uzskaitījis virkni modalitāšu, ar kurām internets var uzlabot testa interpretēšanu: klienta sagatavošana testa interpretēšanai, testa vispārēja interpretēšana, individuālu rezultātu interpretēšana un uzraudzīšana:

Klienta sagatavošana testa interpretēšanai nozīmē prezentēt atkārtoto informāciju, operācijas, kuras pietiekami labi var veikt ar datora palīdzību.

Testa vispārējā interpretēšana piedāvā atkārtoto un darbietilpīgu informāciju, kas var ietekmēt konsultanta darba kvalitāti. Šajā sakarā Sampsons identificējis divus negatīvas ietekmes veidus uz klientu: *"klients var arī nesaņemt nepieciešamo informāciju par konkrētā testā izmantoto pamatterminoloģiju un par to, ko novērtē skalas un kopējais punktu skaits (kas vēl vairāk apgrūtina specifiskas interpretējošas funkcijas saprašanu un pielietošanu); ja konsultants, sniedzot klientam informāciju, izskatās garlaikots, pēdējais var vainot sevi par to, un tādējādi konsultēšanas attiecības ir apdraudētas"*. Pat, ja pamatinformācija tiek pasniegta profesionāli, konsultantam tik un tā paliek mazāk laika, lai faktiski palīdzētu klientiem saprast faktoros, kas ietekmē viņu izturēšanos, un integrētu šo izpratni reālo personīgo pārmaiņu plānā. Testa rezultātu vispārēja interpretēšana ar datora palīdzību *"palīdz klientiem labāk sagatavoties individuālo rezultātu interpretēšanai, ļaujot viņiem iepazīties ar terminoloģiju, rezultātu novērtēšanas pamatkonceptijām un raksturu"* (Sampson 1983). Uzticot datoram atkārtotas instruēšanas un apstrādes uzdevumu, konsultanti var koncentrēties uz starppersonu atbalsta funkcijām, lai saprastu un piemērotu testa rezultātus individuālās situācijās, uz interpretācijas dekodēšanu ar tādiem termiņiem, kas saprotami katram klientam (Sampson, 2000).

Individuālu testa rezultātu interpretēšana nozīmē automātisku testa interpretēšanu, kas palielina testēšanas ticamību un pamatotību, piedāvājot konsultantiem plašāku un konsekventāku zināšanu bāzi testa rezultātu interpretēšanai. Apstrādes standartizētais raksturs palielina apstrādes konsekvenci un *"datora sniegtie pārskati ir vispusīgāki un objektīvāki, jo nepastāv izkropļošanas risks subjektivitātes un aizspriedumu dēļ."* (Sampson, 2000).

Vēl viena datorizētas interpretēšanas priekšrocība ir iespēja pielāgot testa interpretēšanu, iekļaujot multimediju resursus, kas attiecas uz noteiktām klientu kategorijām. Programma ļauj prezentēt interpretāciju tam konsultantam, kas pieder subjekta referenču grupai, izvēloties tādus mainīgos lielumus, kā dzimums, vecums, tautība, utt. *"Cieša pieturēšanās pie klienta referenču grupas palīdz klientam attiecināt un saprast personu, kas prezentē interpretāciju."* (Sampson, 1990).

Multimediju resursu integrēšana testa interpretēšanas sistēmā un dažādu kognitīvo stilu pielāgošana palielina to izmantošanas iespēju personām ar ierobežotām lasīšanas spējām. Tomēr interneta resursi, kuros ir daudz teksta materiāla, datu un kas ir ļoti strukturēti, apgrūtina lasīšanu. Kad konsultanti strādā ar klientiem no attālākām vietām un tādiem, kuriem ir fiziski trūkumi, kuri dod priekšroku reģistrēšanai datortīklā no mājām, var organizēt videokonferences (kuras saplāno pa e-pastu), lai prezentētu un apspriestu testa interpretāciju (Sampson, 2000).

Uzraudzīšana. Internets ļauj paplašināt mijiedarbību gan kvantitatīvi, gan kvalitatīvi." (Casey, 1994, apud Sampson, 2000). Konsultanti var sazināties, izmantojot *diskusiju grupas, videokonferences, e-pastu vai*

čatu, ne vien ar saviem klientiem, bet arī ar ekspertiem uzraudzības jomā, netipisku testa rezultātu interpretēšanas gadījumā, utt.

Lai interneta testēšanā izvairītos no ētiska rakstura problēmām, Sampsons piedāvā trīs intervences jomas: *informētība, attieksme un mācīšanās*.

Kad tiek izmantota interneta testēšana, konsultantiem jāapzinās potenciālās problēmas, kas var rasties, un jārod adekvāti risinājumi. Testēšanas ticamība un konfidencialitāte var tikt apdraudēta, ja konsultants iejaucas, sniedzot konsultācijas attālās teritorijās bez pietiekamas informācijas par vietējo situāciju, ja ir ierobežota Interneta pieejamība, informācijas privātums testa administrēšanā un konsultēšanā.

Konsultantu attieksme pret informācijas tehnoloģiju izmantošanu savā darbā svārstās no pilnīgas noliegšanas līdz nekritiskai pieņemšanai. Pareiza pieeja būtu *"piesardzīgs optimisms, kas nozīmē, ka konsultants uzskata testēšanu par potenciāli noderīgu, ja apstiprinātu testēšanas mājaslapu izmanto klienti, kuriem tiek sniegts zināms atbalsts un konsultēšana (no pašpalīdzības līdz individuāliem atbalsta pakalpojumiem), kas atbilst viņu vajadzībām"* (Sampson, 2000).

Bez informētības par potenciālām problēmām un atbilstošas nostājas, konsultantiem jāattīsta specifiskas kompetences interneta pakalpojumu sniegšanā, kas novērstu ētiska rakstura problēmas, jāspēj novērtēt specializētu mājaslapu, ko viņi izmanto un iesaka, ticamību un kvalitāti, jānovērtē, kāda līmeņa atbalsts klientam katrā situācijā ir nepieciešams, jāpazīst meklēšanas mehānismi un references konsultēšanas mājaslapas, ko viņi var iekļaut savā konsultēšanas procesā.

Speciālas kompetences, kas nepieciešamas interneta lietošanai, ir šādas:

- mājaslapas izstrādāšana;
- navigācija pa forumiem;
- e-pasts;
- klientu atbalstīšana informācijas meklējumos par konsultēšanu;
- interneta konsultēšanas pakalpojumu tiesisko normu un ētisko normu ievērošana;
- izpratne par interneta konsultēšanas stiprajām un vājajām pusēm;
- interneta izmantošana, lai identificētu un piekļūtu nepārtrauktām mācīšanās iespējām;
- internetā atrodamās informācijas kvalitātes novērtēšana.

Mērķauditorija

Mūsdienu sabiedrība pieprasa paplašināt mūžizglītības iespēju, lai varētu apmierināt profesijā noteiktās prasības un pieaugošo pieprasījumu pēc konsultēšanas pakalpojumiem no aizvien plašāka klientu kategoriju loka. Lai gan teorētiski datorizētu testēšanu var izveidot gandrīz visām vecumu grupām, ir noteikti ierobežojumi, kas saistās ar psiholoģiskās attīstības īpatnībām zināmos vecumos, piemēram, skolas bērni un vecāki cilvēki. Cits ierobežojums ir saistīts ar atturīgo attieksmi pret datora lietošanu no pieaugušo puses, kas nav mācīti datora lietošanā. Plašāk datorizētas testēšana/novērtēšana iespējams veikt skolēniem, studentiem un aktīvo iedzīvotāju daļai.

Kas attiecas uz aktivitātes jomām, biežāk datorizēta testēšana novērojama starp cilvēkiem, kuru darbs prasa veiklību, redzes asumu un koncentrēšanos (autovadītāji, piloti, militārpersonas), skolēniem, kuri ir profesionālās izvēles kristalizēšanās procesā, jauniem augstskolu beidzējiem, kas gatavojas uzsākt darba dzīvi, pieaugušiem, kas vēlas turpināt studijas vai mainīt darbu.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Pašlaik Rumānijā ir vairākas pašnovērtēšanas datorprogrammas, tādas kā: *InterOptions*, *Occupation Guide* un *Cognitive Aptitude Psychological Test Battery*.

InterOptions – Aptaujas lapa par vēlamu profesiju (*The occupation preference questionnaire*) (Kanādas aptaujas lapas Rumānijas variants) ir datorizēta pašnovērtēšana, ko iespējams izmantot ar konsultanta palīdzību vai individuāli.

Programma piedāvā šādas iespējas (katrs no diviem posmiem var būt pirmais, bet viens automātiski ved pie otra):

1. klienta pašnovērtēšana attiecībā uz profesionālām vēlmēm (*manas interešu sfēras*) piecu pakāpju skalā (*neder man nemaz, neder man ļoti, nav skaidrs, der man diezgan labi un der man ļoti labi*) piecās interešu sfērās:

- *norādošas* – līderība, neatkarība un iniciatīva, ar labiem rezultātiem uzraudzībā un projektu vadīšanā,
- *novatoriskas* – nosliece uz zinātņi, abstraktām lietām, intelektuāla neatkarība un kreativitāte; ar labiem rezultātiem eksperimentēšanā, novērtēšanā, ideju pārbaudīšanā, pētniecībā, matemātikā,
- *metodiskas* – patīk sistemātiska rutīna, detalizēts un akurāts darbs, ievērot skaidras instrukcijas, izcili panākumi tehniskas dabas profesijās, darbos pie galda vai darbā ar datoru,
- *objektīvas* – dod priekšroku darbam ar mašīnām, procesiem, metodēm un datiem; reāls, konsekvents, organizēts, ievēro standarta metodes un procesus, un izcili rezultāti tādās jomās, kā remonts un celtniecība, darbs ar priekšmetiem, materiāliem, mašīnām un darba rīkiem, tehniskiem instrumentiem,
- *sociālas* – dod priekšroku tiešiem vai netiešiem kontaktiem ar cilvēkiem, uztver viņu vajadzības un intereses, dod priekšroku darba ekonomiskiem un sociāliem aspektiem (palīdzība, atbalsts, sabiedrības dienests).

Konsultanti personīgi instruē savus klientus par piecu interešu sfēru saturu un pašnovērtēšanas procedūru, vai novirza viņus uz noteiktām programmas daļām, lai viņi veiktu pašnovērtēšanu individuāli, noslēgumā noskaidrojot un uzsverot izdarīto izvēli;

2. *interesu aptaujas* administrēšana, kur jādod atbildes uz 50 jautājumiem, lai noskaidrotu atbilžu konsekvenci attiecībā uz piecām iepriekšminētām interešu jomām; šī daļa tiek veikta individuāli;

3. *profesionālo interešu personīgais profils* piedāvā interešu pašnovērtēšanas rezultātu trīs līmeņu (*zems, vidējs, augsts*) salīdzinošā diagrammā. Katrā interešu jomā klientiem jāsalīdzina divi rezultāti, un programma piedāvā pārdomāt pamatīgāk, ja ir ievērojamas atšķirības, vai apstiprina paštēlu, ja rezultāti ir vienādi, vienlaikus atgādinot par piecu jomu noteicošām iezīmēm;

4. personīgais ziņojums (*jūsu rezultāti*), ieskaitot iegūtās *interesu jomas*, kas noformētas Holanda trīs burtu koda formā, kas atbilst galvenajām interešu jomām (piemēram, *SOM* norādīja uz augstāko *sociālo* līmeni, kam seko augsts līmenis *mērķim* (*objective*), un viszemākais ir *metodiskais*); līdzās tam ir diagramma un ieteicamo profesiju saraksts, kam var piekļūt, nospiežot *Browse* (pārlūkošanas) pogu, kas dod *īsu prezentāciju* par trim interesēm personīgā kodā, darba nosacījumiem, un norādes par darbu un darba devējiem; interese par katru profesiju iekļauj izvēlni *Attach my printed report* (*Pievieno manu izdrukāto ziņojumu*); klienti var brīvi izpētīt ieteikto profesiju sarakstu vai lūgt konsultanta palīdzību;

5. *browse data base* (*pārlūkot datu bāzi*) ļauj izpētīt tādas profesijas, kuru interešu struktūra (kods) atšķiras no personīgās; pēc katras profesijas seko opcija *review personal profile* (*izskatīt personīgo profilu*), lai veiktu derīgu interešu atšķirību salīdzināšanu. Meklēšana notiek pēc trim kritērijiem:

- *interest structure* (*interesu struktūra*) ļauj izvēlēties atšķirīgu interešu kodu, kur nešaubīgais ir tas, kas identificēts aptaujas lapā,
- *occupation* (*profesija*) ļauj veikt meklējumu pēc profesijas nosaukuma vai atslēgas vārda, kā arī, uzskaitot visas datubāzē esošās profesijas,
- *NOC* četru burtu kods (ar apakšiedalījumiem).

Interesu aptaujas lapu var atkārtot, lai pārbaudītu rezultātu konsekvenci, un konsultanti var piedāvāt klientiem iespēju turpināt izpētīt citas profesijas, izmantojot jau identificēto interešu kodu. Ieteicams sekot klientu attīstībai un sniegt viņiem atbalstu personīgā karjeras izaugsmes plāna izstrādāšanā. Turpmākajos konsultēšanas seansos datus par personīgām interesēm apstiprinās informācija par spējām, sociālo, ģimenes kontekstu, utt.

Programmas lietderības pamatā ir klientu informēšana, viņu personīgo interešu jomu noskaidrošana, kā arī iespējamo karjeras ceļu identificēšana.

Programma noder vidusskolu skolēniem, kuri vēl nav izdarījuši skaidru profesijas izvēli, piedāvājot viņiem virkni ieteikumu, kā arī tiem, kuriem padomā jau ir variants, bet viņi var pārbaudīt, vai tas atbilst viņu profilam, vai arī tā ir tikai nereaļa ideja. Piemēram, gadījumā ar studentu, kurš deklarē savu nodomu iestāties politehniskajā universitātē, bet kuram nav nekāda priekšstata par universitātes fakultātēm un to specializāciju, interešu profila kompilēšana, izmantojot ieteiktās profesijas, ko apstiprina attiecīga informācija par fakultātēm, ar konsultanta palīdzību piedāvās nepieciešamo informāciju, lai noteiktu reālāku un labāk informētu variantu.

BTPAC – (*Psiholoģisko testu komplekts kognitīvo spēju noteikšanai* – *Psychological Tests Battery for Cognitive Aptitudes*). Šī komplekta mīkstais variants ir pieejams tiešsaistes režīmā internetā un bezaistes režīmā CD formā. Programma ietver 23 testus, un četriem no tiem nepieciešams operators. BTPAC testi domāti cilvēkiem vecumā no 12 līdz 50 gadiem. BTPAC *vieglākais* variants ļauj datorizēti salīdzināt nodarbinātā spējas un vēlamajai profesijai nepieciešamās spējas atbilstoši (Rumānijas Profesiju klasifikācijas) prasībām. Testu saraksts un to apraksts dots rakstā "**Psiholoģisko testu komplekts kognitīvo spēju noteikšanai**".

Testa administrēšanai nepieciešams sekojošais: BTPAC rokasgrāmata, dators ar minimālu tehnisko jaudu: *Hardware Pentium I* 166 MHz, atmiņa 32 MB RAM, SVGA ar izšķirtspēju 800x600 pikseli, skaņu, peli un *tiešsaistes* administrēšanai interneta pieslēgums; *Software: Windows 95, Internet Explorer 4.0 vai Opera 6.0*. Pēc tam, kad programma ir ievadīta no CD (75 MB), tiek prezentētas opcijas: *Create (izveidot), Update (atjaunot), Print (izdrukāt), Compare (salīdzināt), Search (meklēt) un Copy profile (nokopēt profilu), Update samples (atjaunot piemērus), Documentation (dokumentācija), un Quit (beigt)*.

Vieglākā varianta administrēšanai konsultants veic šādus soļus:

- iepriekš pārliedzinās, vai subjekts pārzina datoru, vai viņš ir atpūties, vai gaisotne ir mierīga un stimulējoša;
- pārliedzinās, vai tiek ievērotas programmatūras un tehnikas prasības un vai uz displeja redzami dati ir pareizi (vecums tiek aprēķināts automātiski, pamatojoties uz dzimšanas datumu, apzinoties, ka profili ir saistīti ar bioloģisko vecumu);
- palīdz klientiem izveidot profilu, izmantojot viņu īstos identifikācijas datus;
- izlemj par administrējamo testa variantu (garo vai īso);
- iepazīstina subjektu ar triju pogu funkciju mīkstajam variantam;
- administrē testu, ņemot vērā rokasgrāmatā sniegtās instrukcijas, un testa laikā nesniedzot atsauksmes;
- salīdzina (automātiski) iegūto individuālo profilu ar profesijas profilu;
- interpretē profilu un paziņo klientam rezultātus.

Pēc personīgā profila diagrammas izveidošanas, klients ieiet (konsultanta uzraudzībā) opcijā *Match occupations (Pieskaņot profesijas)*. Saskaņā ar karjeras mērķu skaidrību tiks izvēlēts atbilstības līmenis no 0 līdz 4 (0-tām profesijām, kas pilnībā atbilst spēju profilam, un 4-profesijām, kas līdz pat 4 līmeņiem ir zem klienta spēju līmeņa). Programma piedāvās vispiemērotāko profesiju sarakstu (0) individuālām spējām, ar detalizētu aprakstu par galveno grupu, apakšgrupu, izglītības un kvalifikācijas prasībām, kā arī apstiprināto spēju un parādītā profesijā nepieciešamo spēju salīdzinošo profilu. Nobeigumā iespējams izdrukāt rezultātus. Gadījumā, ja sarakstā, ko programma parāda automātiski, nav vēlamās profesijas, klientam jāizvēlas opcija *Search profile (Meklēt profilu)* galvenajā izvēlnē, pēc tam *Major group (Galvenā grupa)* (piemēram, *Speciālisti intelektuālās un zinātnes profesijās*), tad *Major subgroup (Galvenā apakšgrupa)* (piemēram, *Citi speciālisti intelektuālās un zinātnes profesijās*), iet uz leju, lai identificētu vēlamo profesiju (piemēram, *prese/korespondents/žurnālists/mākslinieks*) ar speciālu spēju profilu, kas tiks salīdzināts ar iepriekš parādīto personīgo profilu.

Vieglākā varianta priekšrocība ir ātra un viegla rezultātu apstrāde, ko dators veic automātiski, un individuālā profila salīdzināšana ar katras profesijas profilu.

Psiholoģiskās testēšanas vietnes – angļu valodā pieejamas internetā.

- **ATP** – *Association of Test Publishers (Testu izdevēju asociācija)* (<http://testpublishers.org>) ir NVO, kas pārstāv testēšanas un novērtēšanas līdzekļu ražotājus, citus izglītības un nodarbinātības dienestus.
- **Canadian online counselling centre (Kanādas tiešsaistes konsultāciju centrs)** (<http://www.therapyonline.ca>) piedāvā konsultācijas pakalpojumus, kā arī informāciju par tiešsaistes konsultēšanas drošību, ētiku un pievilcību.
- **CRESST** – *National Center for Research on Assessment, Standards and Student Testing* (Nacionālais novērtēšanas, standartu un studentu testēšanas pētniecības centrs) (<http://www.cse.ucla.edu/CRESSTHome.html>) piedāvā informāciju par alternatīvu novērtēšanu.
- **ePsych** (<http://epsych.msstate.edu>) psiholoģisks ceļvedis, kas piedāvā digitālus resursus (*Java* demonstrēšana, eksperimenti un videoklipi).
- **ERIC** – *Testing and Assessment Resource Centre (Testēšanas un novērtēšanas resursu centrs)* (<http://www.eric.net/>) pārstāv uzziņu resursus psiholoģiskai un mācību testēšanai un novērtēšanai, kas piedāvā jauninājumus, publikācijas un rakstus šajā jomā. Noderīgs līdzeklis ir *TLS – Testa atrašanas pakalpojums (Test Locator Service)*, kas tiek īstenots sadarbībā ar *ETS (Izglītības testēšanas pakalpojums – Educational Testing Service)*, *Buros Institute* un *Pro-Ed Publishing*, kur atrodami apraksti un kontaktinformācija par vairāk nekā 10 000 psiholoģiskās un izglītības novērtēšanas instrumentu piegādātājiem. Tas pieejams: <http://buros.unl.edu/buros/jsp/search.jsp>.
- **ETS** – *Izglītības testēšanas dienests (Educational Testing Service)* (<http://www.ets.org>) piedāvā nozīmīgu informāciju par datorizētu testēšanu (*CBT – Computer-Based Testing (Datorizēta testēšana)*). *Nodaļā Tests>Test Link* iekļauta datubāze ar aprakstiem par ne mazāk kā 25 000 testu.
- **SDS** – *Pašvadīts meklējums (Self-Directed-Search)* (<http://www.self-directed-search.com>) piedāvā par maksu strukturētu informāciju par karjeru. Testēšanas seanss ilgst 15 minūtes un noslēdzas ar personalizētu pārskatu uz 8-16 lapām, ieskaitot Holanda personības tipu aprakstu, personīgo Holanda kodu, profesiju sarakstu, mācību un atpūtas pasākumu jomas, aktivitātes, kas atbilst personas interesēm, kā arī rekomendācijas par koda izmantošanu karjeras plānošanā.
- **FastTomato** – *Kontrolē savu nākotni!* (<http://www.fasttomato.com>) – *tiešsaistes* interaktīvs karjeras vadības un izglītības pakalpojums, kas paredzēts pusaudžiem, 10 dienas pieejams bez maksas un pēc tam – par maksu. Vietnē iekļautas *Interest questionnaire (Interesu aptaujass)*, *Career suggestions (Karjeras ieteikumi)*, *Course suggestions (Kursu ieteikumi)* un *atrasšanās vieta*, un citi līdzekļi karjeras izglītībai, tādi kā: *mācību plāns, mērķu noteikšana, attīstības plāns, personības novērtējums*. Turklāt ir resursu banka konsultantiem un skolotājiem.
- **The BUROS Institute** (<http://www.unl.edu/buros>) piedāvā informāciju par testiem un testu izdevēju kontaktinformāciju. Iespējams izskatīt tiešsaistes katalogu un priekšmetu indeksu.
- **JPA** – *Journal of Psycho-educational Assessment (Psiho – izglītības novērtēšanas žurnāls)* sniedz informāciju par psiholoģisko un zināšanu novērtēšanu, multikulturālo/dinamisko/diferencējošo diagnosticēšanu, neiropsiholoģiju un dažādu instrumentu psihometrisko raksturojumu.
- **NCME** – *Nacionālā novērtēšanas padome izglītībā (National Council on Measurement in Education)* (<http://www.ncme.org>) ir organizācija, kuras mērķis ir veicināt zinātnes progresu izglītības novērtēšanā, uzlabot novērtēšanas līdzekļus un administrēšanas procedūras, apstrādi, metodes un instrumentus, kas pieejami izglītības novērtēšanā, kuri attiecas uz individuālām, institucionālām un sociālām īpašībām, par administrēšanas un interpretēšanas procedūrām.
- **NIMH** – *Nacionālais garīgās veselības institūts (National Institute of Mental Health)* (<http://www.nimh.nih.gov>) ir valdības organizācija, kas koordinē un atbalsta pētījumus par garīgo veselību.
- **Psiholoģija no A līdz Z** (<http://www.a2zpsychology.com>) ir informācijas portāls par pētījumiem un izstrādņem psiholoģijas jomā visā pasaulē, ieskaitot tiešsaistes konsultēšanu.
- **QMARK** – *Question Mark Computing* (<http://www.qmark.com>) ir angļu mājaslapa par datorizētu novērtēšanu, kas piedāvā testus, eksāmenus, konsultāciju un citus interneta resursus, saites, kā arī

programmatūru vajadzību novērtēšanai, CBT – *Computer-Based Testing* (datorizēta testēšana), tiešsaistes aptaujas lapas un testēšanas materiālus darba tirgum.

- **Psiholoģija tiešsaistes režīmā (*Psychology Online*)** (<http://www.psyonline.nl/en-home.html>) sniedz informāciju par izglītības līmeni, personības testiem un psiholoģiskajām aptaujām.

Metodes novērtējums

Datorizēta psiholoģiskā testēšana *palielina* procesa *efektivitāti*, pateicoties vieglai rezultātu noteikšanai, profila zīmēšanai, interpretējošiem pārskatiem, testu administrēšanai, multimediju elementu dizainam un prezentēšanai tradicionāliem papīra-zīmuļa veida testiem, datu apstrādei, interpretējošiem multimediju pārskatiem, komunikācijai un saistībai ar citiem resursiem. Datorizētam psiholoģiskam novērtējumam ir arī šāds **pozitīvs efekts**:

- palielinās programmatūras lietošanas biežums attiecībā uz akadēmisko spēju, profesionālo interešu, vērtību, personības un attieksmes novērtējumu;
- paštestēšanas programma spēj pielāgoties lietotāja ātrumam un paštēlam;
- tūlītēji rezultāti;
- klienti dod priekšroku datorizētām aktivitātēm (ko pierāda dažādi pētījumi par testētajiem klientiem, pat tiem, kuri nepārzina datorus).

Tomēr datoru izmantošanai testēšanā ir arī **trūkumi**, tādi kā: ir risks, ka pazeminās konfidencialitāte, ticamība un derīgums, neadekvāta konsultanta iejaukšanās, dažreiz dažiem klientiem nepieejama, ierobežota piekļuve internetam, utt.

Bibliogrāfija

Campbell, R. E; Walz, G. R; Miller, J. V; Kriger, S. F. (1978). *Career Guidance – A Handbook of Methods*. Ohio, Charles E Merrill Publishing Company.

Esbroeck, R. V. (2001). *Teorii ale dezvoltării carierei. În : Orientarea școlară și profesională a tinerilor rezidenți în zone defavorizate socio-economic și cultural*. București, Afir (<http://ospzd.ise.ro>).

Evangelista, L. (2005). *A Silent Revolution – The Impact of the Internet on Careers Guidance*. Florence, Ed. Sonda.

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Sigma.

Mjornheden, Tomas; Cogo, Cristina (2004). *ARIADNE – Guidelines for web-based guidance*. Bucharest, AFIR Publishing.

Sampson, J. (2000). Assessment and Diagnosis, Using the Internet to Enhance Testing in Counseling. In: *Journal of Counseling and Development*, Vol. 78.

Sampson, J. (2002). Quality and Ethics in Internet based Guidance. In: *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, Vol. 2 Nr 3,.

Sampson, J. (2003). Computer Based Test Interpretation in Career Assessment: Ethical and Professional Issues. In: *Journal of Career Assessment*. Vol. 2 Nr. 1 Febr. Tallahassee, FSU, Sage Publications.

Sampson, J.; Bloom, J. W. (2001). *The Handbook of Counseling. The potential for Success and Failure of Computer Applications in Counseling and Guidance*. Londra, Sage Publications.

Tehnologiile informatice și de comunicare în consilierea carierei. (2003). Mihai Jigău (coord.). București, Editura Afir.

<http://www.ariadneproject.org>

Stāstījums

Narration

Mihaela CHIRU

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Stāstījumu sāka veicināt 1950.-tajos gados kā metodi, kas dod pētniekiem un vadītājiem iespēju iepazīt un uzlabot korporatīvo kultūru no iekšienes. Vienlaikus metode bija vērsta uz blīvas sociālās grupas, ko pārstāvēja baltais vīrietis strādnieks, kas galvenokārt iesaistīts profesionālā darbībā, cerību identificēšanu.

Šobrīd Ziemeļamerikas un vēlāk arī Eiropas kultūrā karjerai vairs netiek piešķirts privilēģēts konkrētu saistību statuss visa mūža garumā, pretēji Japānas kompānijām; pašlaik tiek meklēti cilvēki ar elastīgu pieeju, kas spēj izpildīt dažādus un neparedzētus uzdevumus, nevis strādnieki, kas uzticīgi tikai vienam darbības veidam visas aktīvās dzīves laikā. Karjeru veido "individuālu pakalpojumu un zināšanu pārdošana darba devējiem, kuriem ir vai kuri vēlas realizēt noteiktus projektus" (Kalleberg, Reynolds, Marsden, apud Savikas, 2003). Sarunu vešana par katru jauno profesionālo projektu ļauj ieviest virkni korekciju piedāvājumos, pieprasījumos, sasniedzamajos mērķos, modelēt no jauna attiecības ar ražošanas aģentiem un darba vidi, iekļaut nesen apgūtās zināšanas, paplašinot noteiktu spēju pielietojamas jomu, kultivēt proaktīvu attīstības attieksmi, kā arī apzināties nepārtrauktas pilnveidošanās nepieciešamību.

Personas profesionāls stāstījums iegūst savādākas koordinātes post-industriālajā laikmetā. Mobilitāte tiek novērtēta daudz augstāk nekā stabilitāte, jo tā veicina secīgu pielāgošanos jaunajām globālās ekonomikas prasībām, specializācijas horizonta paplašināšanos, regulāras/neregulāras/neformālas/organizatoriskas mācīšanās resursu paplašināšanos, personai izpaužot sevi tik kompleksā veidā, cik iespējams, darbā un darba attiecībās.

Teorētiskais pamatojums

Stāstījumu vienlaikus var uzskatīt gan par konsultēšanas seansa *metodi*, gan *produktu*. Cilvēka dabai ir raksturīgi stāstīt par to, kas ir noticis, tas ir kā prezentācijas modalitāte, pašatklāsmē, asistēta saprašana un pozitīva pārveidošanās. Klientu motivācija "pašiem stāstīt" svārstās atkarībā no personības tipa, no nepieciešamības iegūt nozīmīgu cilvēku apstiprinājumu, vēlēšanās veidot izturēšanās modeļus grupā, kurai tie pieder vai kurai vēlas piederēt, vēlmes izcelties uz pūļa fona, vilinājuma šokēt ar kādu atklāsmi, tendences vājināt kvantitāti/vispārību, līdz pat nepieciešamībai piesaistīt atbalstu kādai idejai vai gūt attaisnojumu kādām noteiktām, jau esošām izjūtām.

Karjeras izaugsmes teoriju izstrādāja Donalds Supers (*Donald Super*) (1957), ņemot par pamatu profesiju pakāpju koncepciju, kas ietver individu un paaudzi. Jāsaprot, ka katra persona iziet cauri nepārtrauktiem secīgiem *izaugsmes, izpētes, apstiprināšanas, administrēšanas, beigšanas* cikliem, definējot savu karjeru, neatkarīgi no ekonomiskiem, psiholoģiskiem vai kultūras apstākļiem. Šī teorija funkcionēja 20. gs., no sešdesmitajiem līdz astoņdesmitajiem gadiem kā noteiktas stadijas arguments darba pasaules attīstībā visā pasaulē, ko iezīmēja kopējo tirgu rašanās, pieprasījuma un piedāvājuma strukturēšana centrālā līmenī, nacionālās izglītības reformas, kas veicināja vienlīdzību visās sociālās dzīves jomās. Profesionālo lomu redzējums pieņēma kā priekšnoteikumu pielāgošanos kompleksiem faktoriem (kvalifikācijas profils, darba uzdevumu pieejamības dinamika, darba laiks, utt.), kam vajadzētu atbilst sistēmas prasībām. Process, kas aizsākās 1990.-tajos gados, kad notika pāreja no industriālās ekonomikas uz ekonomiku, kas balstās uz informāciju un progresīvām tehnoloģijām (Herr, 2003), pieprasīja *karjeras attīstības teorijas* pārveidošanu, tā, lai tā attaisnotu daudzkrātīgās pārejas fāzes

personas dzīvē: no skolas uz darbu, no darba uz nākošo darbu, no viena nodarbošanās veida – uz citu; “profesionālos ciklus”, ko tagad var saprast kā mini-ciklus vai aktivitātes, kas ir pamatā katrai jaunai karjeras maiņai. Cilvēku attīstība ir kļuvusi par mērķi un karjera (darba un attiecību) – par tā realizācijas līdzekli. Stāstījuma veida pieeja stimulē dabisku darba integrešanu cilvēka dzīvē, nevis konkrētā darbā.

Karjeras posmi veido *profesionālos pieradumus (vocational habitus)* (Savickas, 2003), vispārēju telpu, kurā individuālās darba pieredzes ir apvienotas vienā veselumā ar nozīmīgiem secinājumiem, kas iegūti sabiedrības līmenī, un pamatojoties uz kuru minētajā laikā tiek organizēta sociālā un profesionālā struktūra. Un atbilstoši *habitus* nodrošina šifru, kas pieņemts, lai atšifrētu personīgo nozīmi darba pieredzē un ļauj personīgās nozīmes pārņemšanu uz citiem cilvēkiem.

Tādu indivīdu karjeras stāstījumi, kas ir raksturīgi noteiktai ekonomikai un darba kultūrai, veido metodoloģisko struktūru, ko var izmantot karjeras konsultēšanā un karjeras attīstības atbalsta nodrošināšanā.

Metodes prezentācija

Karjeras stāstījums vai karjeras stāsti ir notikumu, dažāda veida pieredzes un cilvēku attiecību ansamblis, kas saistītas ar personas profesionālo novērtējumu. Nepavisam neesot pārskats/izklāsts/kopsavilkums, stāstījums paredz *uz sadarbību balstītu personas attieksmi*, lai prezentētu konsultantam vai kādam citam nozīmīgus momentus, kopā ar karjeras attīstību un šādu momentu emocionālo ietekmi minētā sociālā kontekstā.

Klienti un konsultanti strādā kopīgi pie stāstījuma struktūras, pamatojoties uz *pagātnes pieredzi* un *reālām zināšanām pašreizējā laikā*, ko klienti atceras, un kad noslēgumā tiek noteikti *turpmākie sociāli-profesionālās apdatēšanās ceļi*.

Stāstījumos iekļautie temati dod priekšstatu par katra indivīda kodolu, ko nosaka viņa prioritātes, izvēles, sevīs pazīšanas līmenis, mutiskās izteikšanās spējas, apķērība saprast sakarību starp svarīgām epizodēm vai lēmumu pieņemšanas raksturīgām pazīmēm. Saiknes starp faktiem, percepciju, faktoriem un notikumiem var izveidot ar **nestrukturētas intervijas (unstructured interview)** (Savickas, 1995) vai **lēmumu pieņemšanas koka (decisional tree)** palīdzību. Konsultanti izseko klienta dzīves gaitai no kāda noteikta mirkļa līdz nākošam, par kuru viņi ir vienojušies un kas tiek uzskatīts par atbilstošu, lai par to uzrakstītu simbolisku dzīves stāstu. Šajā nolūkā ieteicams veicināt tādu epizožu atsaukšanu atmiņā, kas attiecas uz minēto periodu, un aprakstīt lomu modeļus klienta stāstījumā. Šādi stāsti bieži atklāj “neskaidri strukturētu” (Law, 2003) *centrālo problēmu*, kas tiek izjauta kā negatīva, un *mērķi*, kas nepārtraukti tiek paturēti prātā visā cilvēka dzīves laikā, dažreiz maskētā veidā.

Uzmācīga ideja par laika zaudēšanu vai par dārgu resursu ieguldīšanu situācijās, kas negarantē panākumus, var būt psihisku noviržu, patstāvības un paškontroles trūkuma vai negatīvi prognozētas konsultēšanas pamatā. Profesionālās intereses var uzskatīt par tiltu, kas simboliski savieno *problēmu* (kas attēlota agrīnos stāstos) ar *risinājumu* (kas parādīts lomu modeļos). Pārmērīga aizraušanās ar problēmu (piemēram, manipulēšana ar cilvēkiem, neatkarība lēmumu pieņemšanā, piederība elitei) dažreiz liek personai organizēt visu savu dzīvi un dzīvot tā, lai pārvērstu šo pārņemtību realitātē, nekad pat īsti neapzinoties to.

Pieredzējis konsultants, kam ir labas komunikācijas prasmes, atklās būtiskus elementus personas stāstā un apspriedīs to iespējamo ietekmi uz stāstījuma subjektu no pozitīvas atsauksmes pozīcijas.

Saskaņā ar Lovu (Law) (2003), stāstījuma elementi ir šādi:

- raksturs – nosakāms ar šāda tipa jautājumiem: *Kas ir iesaistīti? Kā viņi ietekmē viens otru? Kādas izjūtas tiek demonstrētas?*
 - sastapšanās,
 - pieķeršanās un šķiršanās,

- jūtas un sasprindzinājums,
- notikumu iepriekšparedzēšana;
- apstākļi – kā atbildes uz tādiem jautājumiem kā: *Kas ir cilvēku vērtība? Kādas lomas viņi spēlē? Kādu pozīciju kurš ieņem? Kurš ir vietējais/no ārienes?*
 - raksturu lomas noteiktā kontekstā,
 - savstarpēji saistītas lomas,
 - alternatīvais “pats” dažādās situācijās,
 - lomas kultūras daudzveidība;
- diskusija – vada ar šāda tipa jautājumiem: *Ko cilvēki domā? Ko viņi saka? Kurš klausās? Kurš ir izolēts?*
 - mācīšanās,
 - kultūra,
 - viedokļa maiņa,
 - neatbilstība;
- notikumi – atklājas ar jautājumiem: *Kas notiek? Kādēļ? Kurš variants ir ticamāks? Ko vēl var teikt? Cik liela nozīme ir veiksmei/izdevībai?*
 - veiksmē un mācīšanās,
 - risināšana ar skaidrošanu,
 - neracionāli risinājumi,
 - līdzība citu personu stāstiem;
- nozīmība – izveido, stimulējot pārdomas par jautājumiem: *Kas var saprast nozīmi? Vai ir citi viedokļi?*
 - faktu nozīmība,
 - raksturu nozīmība citiem raksturiem,
 - izšķiroši momenti/stāstījuma būtība,
 - daudzveidīga nozīme.

Stāstījuma veida konsultēšanas metode stimulē *dzīves plānošanu* atbilstoši modeļiem, kas izrādījušies funkcionāli vai disponēti uz personu, un nevis saskaņā ar *profesionālās izvēles* modeli. Iepriekšējie stāstījumi kalpo par argumentu, lai pārrakstītu jauna personīgā stāsta koordinātes, kas pielāgotas sociālām un personīgām vajadzībām, un izmanto profesionālo stāstu un saskarsmju būtiskāko nozīmi. Amundsons (*Amundson*) (2003) min komunikācijas prasmes konsultēšanā, kuras mēs uzskatām kā neaizstājamu stāstījuma stimulēšanai; pārfrāzēšana, noskaidrošana, empātija, rezumēšana, veicināšana, savstarpēja saistīšana, bloķēšana, ierobežošana, atbalsts, vienprātības panākšana, spēcīgo pušu provocēšana, konfrontēšana, pašatklāsmē, sakritību saskatīšana.

Stāstījuma veidi: proza (žurnāls, vēstule, ziņojums, dramatisējums), dzeja, metafora (auto)biogrāfija. Ir aspekti, ko klienta stāstījumā grūti uztver un kas pieder pie meta-komunikācijas; profesionālam konsultantam jāvadās no toņa, pozas, skatiena vai pauzēm, kādas ir potenciālās intrigas (konflikti), nojautas, lamatas, fantāzijas lidojums, personīgie mīti, cilvēku modeļi, kas izmantojami klienta pašreizējā situācijā. Konsultēšanas seansa laikā, kad klientiem jārunā par sevi un savu dzīves pieredzi, klienti ar neatkarīgu personību izjūt apmierinātību par to, ka viņi spēj kontrolēt situāciju, izdarot secinājumus, savstarpējas sakarības, izvēloties un interpretējot stāsta elementus; sociāli un emocionāli nenobriedušam klientam stāstījums var izraisīt diskomfortu, atsaucot kaut ko atmiņā, aizklīstot prom no atsauksmju sistēmas, neuzticību metodes iedarbīgumam. *Valoda* ir svarīga noteiktai karjeras attīstības teorijai un vienādā mērā *nozīmīgums*, kas tiek piešķirts stāstam. Konsultantiem jāidentificē būtisku epizožu izpausmes mehānismi, jāpārņem atslēgas vārdi no klienta komunikācijas un jāinterpretē tie kā darbības iespējamības, lai palīdzētu uzlabot situāciju.

Konsultanti uzklauza klientu stāstus, bet viņu pienākums ir izpētīt arī citus avotus, tādus kā *nozīmīgu cilvēku* stāsti vai *plašsaziņas līdzekļi*. Jaunradītais stāsta konteksts domāts, lai sagatavotu argumentus par notikumiem,

ko pagātnē nevarēja izskaidrot vai kas ir pretrunīgi, lai samazinātu vai izmainītu to ietekmi minētajā laikā, un parādītu izturēšanās modeli jaunā perspektīvā.

Stāsti pamatīgi jāpārbauda, lai varētu identificēt profesionālo tendenču modeli un veidot konstruktīvu gaisotni. Tādējādi klientiem rodas iespaids, ka viss, ko viņi stāsta, ir svarīgs, un viņu pieredze ir patiesa vērtība viņiem pašiem un pat citiem cilvēkiem. Diskrētas un efektīvas analīzes procesā tiek izmantoti *sekundāri jautājumi* (Amundson, 2003) šādām metodoloģiskās pakāpēs:

- apstiprinājums/noliegums – lai saprastu, kā izveidojušās noteiktas situācijas;
- epizodes – lai saprastu ilgumu, evolūciju un perspektīvu;
- citu cilvēku viedoklis – lai saprastu viņu uztveri par lietas būtību;
- ietekme – lai iekustinātu alternatīvas idejas, kam, iespējams, sekos rīcības plāns.

Citu cilvēku stāsti ir būtiski, ja tie palīdz nostiprināt pašapziņu, apstiprina personīgās spējas un ierosina pozitīvus virzienus.

“Labs stāsts ir tāds, kurā tas, ko darijuši citi, palīdz jums saprast pašam savu stāstu” (Law, 2003).

Visbiežāk stāstā iekļautā patiesība neatbilst īstenībai, jo stāsta pavediens tiek vīts no bijušiem notikumiem, kurus atceras selektīvi, piedzīvotām un atkārtoti izdzīvotām emocijām, citu cilvēku iespaidiem, sekojošu slēdzienu, īstermiņa un ilgtermiņa ietekmēm. Dažādās pieejas profesionālās dzīves faktiem var izskaidrot ar nozīmīgu ietekmi uz indivīdu dažādos dzīves mirkļos un pakāpenisku epizodes glabāšanu atmiņā, ar īpašu uzsvāru uz nepārtrauktības un sakarības saglabāšanu, ņemot vērā pašreizējās un turpmākās pārmaiņas.

Mērķauditorija

Stāstījumu var izmantot dažādām klientu kategorijām. Tā kā komunikācijas prasmes ir stāstījuma veida konsultēšanas priekšnoteikums, metode īpaši piemērota šādām iedzīvotāju grupām:

- skolēniem vai augstskolu beidzējiem laikā, kad viņi pieņem lēmumus par izglītību/profesiju;
- jauniem cilvēkiem vai pieaugušajiem, kuri vēlas mainīt profesiju;
- cilvēkiem, kas grib un cenšas turpināt profesionālo attīstību;
- cilvēkiem, kuri spēj brīvi izteikties;
- cilvēkiem, kuriem ir noteikts formālās domāšanas attīstības līmenis (darbība ar simboliem, spriešanas spējas un realizēšana, spriedumu izveidošana, introspekcijas spējas, izjūtu un pārliecības apzināšanās).

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Praktisks gadījums (no Savickas, 1995):

Mums ir gadījums ar medicīnas koledžas beidzēju, kurš nejūtas pārliecināts un gatavs pieņemt lēmumu par savu karjeru koledžas beigšanas gadā. Jaunais vīrietis meklē karjeras attīstības norādījumus par nodarbinātības iespējām psiholoģijas jomā.

Konsultants izvēlas šim klientam lietot SDS (Patstāvīgs pētījums – *Self-Directed Search*, Holland 1985), JVIS (Džeksons profesionālo interešu pārskatu – *Jackson Vocational Interest Survey*, 1977), un WVI (Darba vērtību aptauja – *Work Values Inventory*, Super 1970), lai sasniegtu mērķi un veiktu daudzpusīgu novērtējumu.

SDS parādīja šādas profesijas profesionālo atklājumu lappusē (celt sapņu pilis par darba dzīvi): fiziķis, medmāsa, optiķis, tirgotājs, un sērijveida lidmašīnu pilots. Galīgais SDS kodekss: I-A-S.

JVIS uzrādīja lielu punktu skaitu biznesā, sociālās zinātnēs, privātos pakalpojumos, ģimenes aktivitātēs, medicīniskos pakalpojumos, neatkarību un starppersonu uzticēšanos, un zemu rezultātu akadēmiskām darbībām un pamatizglītībai, un vēl zemākus – izglītošanai, sociāliem pakalpojumiem, tehniskai rakstīšanai, kabineta darbam un uzraudzīšanai.

WVI testā viņš ieguva lielu punktu skaitu altruismā, neatkarībā, intelektuālās rosināšanas kontekstā un drošībā; mazu – vadīšanā, prestižā, daudzveidībā, kreativitātē un saistītos jautājumos.

Vērtību un interešu objektīvas testēšanas rezultātu rādījumi saskanēja ar klienta svārstīšanos, izvēloties turpmākās studijas, vienlaicīgi tie atvēra durvis veselības un tirdzniecības sektoru izpētei.

Turpmākais novērtējums atklāja divas atmiņas:

- Kad viņa strādājošā māte atstāja viņu dienas aprūpē; bija jāguļ bērnu pilnā istabā, un tas viņam nemaz nepatika; pārdomas par to, vai māte vispār atnāks un paņems viņu mājās.
- Briļļu nēsāšana skolā; kādu dienu viņu izsauca klases priekšā un viņam bija jātīra savas brilles; piedzīvotā neveiklība.

Citi nozīmīgi šī subjektīvā novērtējuma rezultāti bija divi lomu modeļi:

- Supermens, lidojošais varonis; viņš neizpauž savas jūtas, bet viņam noteikti piemita humora izjūta. Viņš ļāva citiem izteikties.
- Piecu cilvēku komanda zinātniski fantastikā īstastā. Viņa iemīļotais personāžs izmantoja rotaļlietas, lai apturētu slikto zēnu ļaunos plānus.

Konsultants secināja, ka **neatkarība** un **individualitāte** ir svarīga klientam. Lai gan viņš labprāt **ir daļa no komandas**, viņš tomēr demonstrē savu individualitāti, nepasvītrotot jūtas. Diskomforta izjūta, ko izraisījusi skola un skolotāji, joprojām pastāv. Netīro briļļu dotā mācība stimulē viņu vienmēr būt tīram un reprezentablam.

Aužot stāstu, konsultants secināja, ka klienta dzīves projekts attīsta patstāvību un pašatklāsmi, bet šis ir iezīmes, kas izpaužas tikai cieši vienotā grupā vai cilvēku komandā, kur zinātne ir galvenais problēmu risināšanas līdzeklis. Viņa loma šādā komandā būtu piedāvāt morālu atbalstu, izmantojot savu humora izjūtu, paliekot racionālam un pielietojojot. Klients ar kolēģa starpniecību izteica pateicību draugu grupai. No diskusijām kļuva skaidrs, ka iemesls, kādēļ viņš vilcinās praktizēties medicīnā, ir tas, ka viņam ir bijis grūti pieņemt kādu ārēju autoritāti un ka viņš nevar izturēt ilgstošus studiju gadus. Viņš gribēja būt daļa no komandas, kas risinātu problēmas ar zinātnes palīdzību un novērtētu tās locekļu individuālo devumu.

Klients nolēma sīkāk izpētīt trīs profesijas cilvēku medicīnas jomā (anesteziologa, optometrista un farmaceita), kas atbilst viņa pamatprasībām: ļauj viņam būt daļai no komandas un pielietot zinātniskus līdzekļus.

Ņemot vērā klientam raksturīgo tendenci paļauties uz citiem (biedriem un māti) ar lēmumu pieņemšanu saistītos jautājumos, konsultants novilkā līniju starp iepriekšminētajiem lomu modeļiem un klienta darbībām, kam jābūt patstāvīgām, ko pamato viņa apliecinātā interese kļūt par pilotu. Jaunajam cilvēkam pat ieteica savam vaļaspriekam iziet mazas lidmašīnas pilota mācības.

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- stāstījums ir iespēja atgriezties pagātnē un saglabāt vērtības un pārlicības, ko izraisījuši notikumi cilvēkā dzīvē. Pamatojoties uz uzkrāto dzīves pieredzi, kļūst iespējams pārņemt citu cilvēku stāstu, dažādu vecumu un kontekstu nozīmi uz savu konkrēto situāciju. Izpratne par kultūras, profesionāliem, sociāliem mehānismiem, kas veidojušas personas pieredzi, sagatavo kvalitatīvu lēcienu uz labāku plānu, tas ir darbības

plānu. Darbs ir kompleksa aktivitāte, kura piedāvā daudzveidīgas personīgās un profesionālās attīstības iespējas; karjeras konsultēšanā stāstījumu izmanto kā līdzekli, lai kultivētu dažādību un iespējamā nākotnē izmantotu iespējas;

- stāsti nav atcerēšanās, bet gan pagātnes rekonstruēšana, lai vienreiz izdzīvotie notikumi atbalstītu pašreizējās izvēles un veicinātu turpmāko evolūciju;
- kad klienti racionāli un emocionāli iesaistījušies stāstīšanā, viņi noskaidro savas izvēles un realizē savas lēmumu pieņemšanas prasmes tādā apmērā, kādā viņi ir sagatavoti. Šī ir subjektīva autonomijas un brieduma prakse, bet tā liek arī saprast, ka neviena pieredze (sava vai aizgūta) cilvēkam nav sveša;
- stāstījumā dzīves fakti zaudē savu anonimitāti un tiem tiek piešķirta unikāla kontekstuāla un individuāla nozīme raksturu, kontekstu un atgriezenisko efektu tīklos;
- stāstījums veicina intrapersonālu un/vai grupu konfliktu samazināšanos un neskaidrību noskaidrošanu;
- klientus iedrošina skaidri precizēt savas personīgās ambīcijas un mērķus, bez sirdsapziņas pārmetumiem par sarunas morāli;
- personas identitāte gūst labumu no tā, ka tai ierādīta centrālā vieta plašākos centienos attīstīt autonomu, kreatīvu personību, kas ir apmierināta ar savu sniegumu pasaulē. Identitāte attiecībā uz situāciju un citiem nozīmīgiem cilvēkiem tiek veidota, izmantojot stāstītāja redzējumu;
- klients labprāt izmanto secīgas izvēles, lai identificētu attiecīgu, motivējošu stāstu, kuram ir personīgās izaugsmes potenciāls.

Trūkumi:

- var būt situācijas, kad stāstam ir negatīva ietekme uz stāstītāju; šādā gadījumā konsultantam jāiejaucas, tas nozīmē – jāpārtrauc vai jākorrigē attiecības;
- var gadīties, ka klientam bezgalīgi jākoncentrējas uz negatīvu pieredžu virkni, kas tiek uzskatīts par simptomātisku un iepriekš noskaņojošu. Protams nav pilnīgi izslēgts, ka šie notikumi varētu būt patiesi, bet iztēle diez vai var būt tik vienkārša, vai interpretēšana tik vienusīga. Konsultantam jāierosina līdzsvarotāka pieeja, plašākas perspektīvas, dažādas atsauču sistēmas un pozitīvas atsauksmes;
- pagātne tiek asimilēta konkrētajā laikā pieejamajos un nākotnē kontrolējamajos resursos. Konsultantam jāspēj nodrošināt procesa un klienta ētiskā integritāte, lai dzīves pieredze tiktu izmantota nepārtrauktai klienta iespēju palielināšanai rast personīgo piepildījumu darbā vai no darba.

Bibliogrāfija

- Amundson, Norman E. (2003). *Active Engagement. Enhancing the Career Counseling Process*. 2nd edition. Richmond B. B., Canada, Ergon Communications, p. 161-164.
- Herr, Edwin L. (2003). The Future of Career Counseling as an Instrument of Public Policy. In: *The Career Development Quarterly*. Vol. 52, No. 1, September, University of Cincinnati, Ohio, p. 8-17.
- Kalleberg, Reynolds, Marsden (2003). Externalizing employment: Flexible staffing arrangements in US organizations. In: *Social Science Research*, 32, p. 525-552.
- Law, Bill (2003). *Covering the Story*. In: The Career-learning Network www.hihohiho.com
- Savickas, Mark L. (1995). Examining the Personal Meaning of Inventoried Interests During Career Counseling. In: *Journal of Career Assessment*, Vol. 3, No. 2, p. 188-201.
- Savickas, Mark L. (2003). *The Theory and Practice of Career Construction*. In: Brown, S. D. and Lent, R. W. (Eds.) *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, p. 42-70.

Kritiska epizode

Critical Incident

Mihaela CHIRU

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Pamatā kritiskā epizode ir personas pārdomas par nepilnībām savā kvalifikācijā/sagatavotībā un tādēļ tā pieder tādai metožu grupai, kas ietver arī biogrāfiju, žurnālu, vēstuli vai portfeli. Kādaī personai var būt lietderīgi to pierakstīt, citiem cilvēkiem tas *var nebūt tā* un visbiežāk viņi *to tā nedomā*. Pat viena un tā pati persona, ja to lūdz klasificēt zināmus notikumus savā privātā vai profesionālā dzīvē dažādos laikos un pēc atšķirīgiem kritērijiem, iespējams nebūs konsekventa, aprakstot visas piedzīvotās kritiskās epizodes. Ir skaidrs, ka apzinoties izšķirošo epizožu raksturu un dziļumu, mēs aktivizējam konkrētajā situācijā visatbilstošākos iekļaušanās resursus, tomēr vienlaikus atstājot iespēju specifiskai kreativitātei.

Izšķirošo epizožu vākšana nekādā gadījumā nenotiek pēc noteikta šablona; tas ir raksturīgs ikvienas personas, kura izvēlējusies šāda veida atcerēšanos, atbrīvošanos, dalīšanos, individuālam stāstīšanas stilam. Piekļuve informācijai, kas pieejama personīgās piezīmēs, iespējama tikai ar autora atļauju, jo tā ir empīrisku zināšanu koncentrēta vai īsa forma. Šeit spēkā ir arī autortiesības, jo tās nosaka tiesības uz intelektuālo īpašumu pretstatā nozīmei, kas piešķirta personīgā portfeļa stadijām.

Epizodes autobiogrāfiskā nozīme ir normāls vai dabisks notikums un izšķirošo nozīmi tai piešķir tas, ka tā iemieso personas domas un izturēšanās vērtības un modeļus, reaģējot – tūlīt vai ar aizkavēšanos – uz situācijas radītiem stimuliem.

Starppersonu nozīmē kritiska epizode ir personas, grupas vai kopienas dzīves būtiska momenta, pagrieziena punkta atklāšana. Šī darbība no paša sākuma ietver autora nolūku atklāt konkrēto faktu. Noteikti izšķirošu epizožu fragmenti tiek darīti publiski zināmi vai sakopotī, lai personas pieredze kalpotu par signālugini profesionālai sabiedrībai, palielinot informētību par kognitīvo disonansi, un pielāgotu intervences formas jaunajām konsultēšanas metodēm.

Vēl nesen kritiskās epizodes piederēja pie dabaszinātnēm, tādām kā etnogrāfija un antropoloģija. Tikai 20. gadsimta otrajā pusē C. Raits Mills (*C. Wright Mills*), amerikāņu sociologs, izvirzīja refleksīvā faila metodi (*method of reflexive file*), kuru viņš nosauca par "izpētes kartotēku" (*investigation file*), tādēļ, ka tā bija organizēta tematiski, nevis hronoloģiski. Šo metodi joprojām lieto izglītībā, kur tā, kas notiek, nozīme skolotājiem ir svarīgāka par to, kad tas notika. Turklāt, datu veidošanas konceptualizācijas centieni un kritiskās epizodes piedāvāto iespēju analīze pārsniedz pamatzinātnes kompetenču loku.

Kritiskā epizode ir kvalitatīva psiholoģiskās konsultēšanas izpētes metode, ko izvirzīja Flanagan (*Flanagan*) (1954). Jau daudzus gadus Vācijas Federālā nodarbinātības aģentūra – *Bundesagentur für Arbeit*, ar Manheimas universitātes palīdzību – iekļauj epizodes metodi konsultantu izglītošanas metodoloģijā.

Teorētiskais pamatojums

Ikvienā jomā var rasties situāciju summa, kas nav paredzēta sākotnējā izglītošanā. Vēl mazāk paredzama izglītošana attiecībā uz kvalitatīvu pētījumu konsultēšanā un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumos – kur katrs gadījums ir unikāls tajā iekļautās problēmas, iesaistīto personību specifisko īpašību, konteksta, saskatīto panākumu līdzekļu dēļ – jaunas situācijas ir tas, kas piešķir īpašu profesionālo spēju un kompetences pieskaņu.

Klienti un konsultanti, kas tipiskās situācijās ir iesācēji, varēs definēt "kritiskās epizodes" kā momentus, kuros viņu pamatkvalifikācija nedod pietiekami līdzekļu konkrētos gadījumos

Pieredzējušiem konsultantiem "kritiskā epizodē" nākošais gājiens, kas balstās uz pašreizējām zināšanām, spējām un iespējām, ierobežotu variantus, kas iznākumā dos nelabvēlīgu rezultātu, vai nebalstīsies uz reāliem resursiem. Kritiskās epizodes metode ir konstruktīva pieeja acīmredzamam konfliktam starp konkrētu pieprasījumu, kas izteikts konsultēšanas gadījumā, un ierobežotām iespējām to apmierināt. Šī atziņa ir izvirzīta šajā darbā.

Praktiski speciālisti, kas atklāj nepilnības savās profesionālajās zināšanās vai pieredzē, paši izmanto mācīšanas metodi problēmas izklāstam. Šis autogēnais eksperiments saglabā savu veidojošo nozīmi pie noteikuma, ka jaunuma elements nenomāc izpētes potenciālu vai neaizēno līdz tam panāktos labos rezultātus, bet stimulē profesionālās pilnveidošanās nepieciešamību.

Internetā mēs uzzinām, ka Kanādā un ASV pastāv Traumatiskā stresa speciālistu asociācija (*Association of Traumatic Stress Specialists – ATSS*), organizācija, kas domāta profesionāļiem, kuri pakļauti traumatiskam stresam, ko izraisa kontakti ar klientiem, kas iesaistīti noziegumos, jebkāda veida agresijā, karā, konfrontācijā ar teroristiem, dabas katastrofās, utt. ATSS sniedz "priekšējo rindu" personālam un administratīvam personālam pilnīgu stresa vadības kursu, kas veidots ap kritiskām epizodēm. Kursu veido divi teorētiskie moduļi, un tas beidzas ar rakstisku eksāmenu un lomu spēli, kas jānokārto ne vēlāk kā trīs gadus pēc programmas uzsākšanas. Iegūtais sertifikāts piešķir tā īpašniekam tiesības sniegt optimālas palīdzības pakalpojumus kritisku epizožu upuriem un, vienlaikus māca, kā aizsargāt savu emocionālo veselību, konfrontējoties ar cilvēku drāmām dažādos to izpausmes veidos.

Kritiskās epizodes, saskaņā ar definīciju medicīnas literatūrā, ir situācija, kas izraisa neparastu reakciju uz ievējamām, kas varētu ietekmēt adekvātas reaģēšanas spēju. Stresa vadības atbalsta programmas vērstas uz laba fiziskā stāvokļa saglabāšanu, ģimenes un draugu atbalsta piesaistīšanu, sadarbības attiecību veidošanu ar kolēģiem, kā arī uz pēctraumatisku ārstēšanu.

Konsultēšana darbojas situācijās, kas no cilvēka apstākļu viedokļa ir vadāmas un kad dzīves un komforta līmeņa kvalitātei, ko dos kritiskās epizodes nokārtošana, ir izšķiroša nozīme klienta vispārējai labklājībai, nemaz nerunājot par tīru izdzīvošanu.

Tā kā Rumānijas izglītības sistēmas konsultantu lielākā daļa strādā skolu birojos un klasēs, mēs vēršam uzmanību uz kritisko epizožu mācīšanas perspektīvu (*Corsini and Howard*): pieeja krīzes kazuistikai, "sarežģīta starppersonu situācija klasē", kas var gadīties "pieredzējušiem skolotājiem, administratoriem vai vecākiem, kas nav pārliecināti par vispiemērotāko rīcības virzienu vai izglītojošu reakciju".

Saistot emocionālo diskomfortu ar nedrošību, ko izraisa traucējoši dzīves fakti, iezīmē apmērus, ko tā pati kritiskā epizode var pieņemt individuāliem iesaistītiem faktoriem. Visbeidzot, ja praktiķis iekļauj situāciju to pretrunīgo gadījumu kategorijā, kuras risināšanai viņam minētajā laikā nav iespēju vai nav ārēji noteiktas pamatotības, tas ārkārtīgi lielā mērā ir atkarīgs no viņa spējas veidot nozīmīgas attiecības un pārnest pieredzi no parastiem uz mazāk parastiem gadījumiem, no literatūras uz metodoloģiju, no iespējamā uz varbūtējo, no viņa paša portfeļa uz citu personu portfeļiem, un otrādi. Laiks, kas pagājis no parastām līdz kritiskām epizodēm, ir profesionalitātes uzkrāšanās un pilnveidošanās laiks.

Metodes apraksts

Aroda fenomenoloģiju ir grūti uztvert formālā pārskatā. Kad praktiķiem jāpieraksta sava pieredze, kas liek tiem pārdomāt koncepciju vai ideju, vairāk nekā pats fakts ir svarīgs detaļu loks, kas izmantots aprakstā. Nav nedz nepareizu iesākumu, nedz kļūdainu virzienu, jo visas detaļas, ko saskatījis stāstītājs, zināmā mērā izskaidro rīcību, izpratni un relatīvu ievējamību.

Ir vairāki kritisko epizožu analīzes veidi, ko sakopojis Trips (Tripp) (1993). Var noteikt metodoloģisku ķēdi un speciālu (*ad-hoc*) formulu, lai virzītu rakstīšanu vai komentētu par vairāk vai mazāk visām kritiskām epizodēm.

| Sprieduma tips | Analīzes tips | | |
|------------------------|--------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| | Nepieciešamā informācija | Jautājumi, kurus var uzdot | Iesaistītās personas |
| <i>Praktisks</i> | Procedūras | Kas man bija jā dara? ? Kā? Kad? | Kuram? Ar ko? |
| <i>Diagnosticējošs</i> | Aprakstoša | Kas notika? | Kas bija iesaistīts? |
| | Kauzāla | Kas to izraisīja? | Kas darbojās? |
| | Rezultāts | Ko tas dod? Ko tas izraisa? | Kuram? |
| | Emocionāla | Kā tas ir? | Kurš? |
| | Semantiska | Ko tas nozīmē? | Kuram? |
| | Skaidrojoša | Kas notika? | Ar kuru? |
| <i>Refleksīvs</i> | Personīga | Vai man tas patīk? | Vai citiem tas patīk? |
| | Novērtējoša | Vai tas ir labi? | Kuram? |
| | Apstiprināta | Kādēļ? | Kas ir iesaistīts? |
| <i>Kritisks</i> | Klasificēta | Kas to padara par labu piemēru? | Kas to tā ir klasificējis? |
| | Sociāla | Vai tas ir godīgi? | Kuram? |

Ertelta un Šulca (*Ertelt and Schulz*) (1997) atziņās mēs atrodam ieteikuma formu un vienlaikus – ieteikumus intervijai, lai sakoptu kritiskās epizodes, kas adaptēta no Sju un Sju (*Sue and Sue*), kur prioritāte piešķirta multikulturālai konsultēšanai.

1. Aprakstiet konsultēšanas situāciju, ko jūs pats esat piedzīvojis un kuru jūs uzskatāt par atbilstošu.
 - a) Kā tā izveidojās?
 - b) Kas patiesībā bija noticis? (vieta, laiks, apstākļi)
 - c) Kādi cilvēki bija iesaistīti?
 - d) Kas veidoja šos notikumus un kādā kārtībā tie norisinājās?
2. Kādi cilvēki, kas pieder pie kādas etniskās grupas vai dažādām kultūrām, bija iesaistīti un kādas attiecības viņiem izveidojās ar citiem?
3. Aprakstiet detalizēti konsultanta attieksmi un to, kādā veidā viņš risināja situāciju.
4. Kādas īpašas problēmas, grūtības vai citi aspekti radās pa to laiku?
5. a) Kā konsultants reaģēja uz 4) aprakstīto situāciju?
b) Kā, pēc jūsu domām, konsultantam vajadzēja reaģēt?
6. a) Kāds bija situācijas rezultāts?
b) Kādas problēmas palika neatrisinātas?

Izmantojot šo shēmu par izejas punktu, klientiem ir iespēja prezentēt pašiem savus mērķus un to sasniegšanai veiktās darbības, demonstrēt sasniegtos panākumus pēc viena vai vairākiem seansiem, kā lomu spēli mikro-konsultēšanā vai kognitīvā analizē.

Saskaņā ar avotu, kritiskās epizodes iedala šādos tipoloģiskos variantos:

- autobiogrāfiskas epizodes (visbiežākās);
- epizodes, kas izriet no citu cilvēku pieredzes, vai kas stāstītas;

Autobiogrāfiskas epizodes var iedalīt *pēc dziļuma līmeņa*, šādi:

- epizodes, ko viegli atcerēties un atstāstīt, neskatoties uz ilgo laiku, kas pagājis no to notikšanas. Īpašības, kas pamato to saglabāšanu atmiņā, ir to īpašais emocionālais svars un/vai to pastāvība tehniku atbilstībā (tādas kā personīgie risinājumi, kas pieņemti profesionālu šaubu gadījumā);

- epizodes, kas tūlīt aizmirstas to virspusības dēļ, vai arī aizspriedumu dēļ, ko tie radītu, ja tiktu saglabāti apziņas līmenī.

Gūstot iedvesmu no tradicionālās izglītības sistēmas, Korsini un Hovards (*Corsini and Howard*) iesaka skolotājiem pierast pie kritisko epizožu metodes, izmantojot četru ierakstu protokolu (*four-entry protocol*):

- I. Pirms subjekta/izdevēja komentāru lasīšanas izlasiet pārskatu par kritisko epizodi un mēģiniet noformulēt atbildes uz zemāk dotajiem jautājumiem.
 - a. Aprakstiet problēmu, ko prezentējis subjekts, ar faktiem un izjūtām.
 - b. Kā jūs reaģētu šādā situācijā ar jūsu pašreizējām zināšanām?
 - c. Kā subjekts redz problēmu?
 - d. Salīdziniet savu analīzi ar subjekta analīzi? Kā jūs saprotat skolotāja lomu un psiholoģiskos un/vai filozofiskos ieteikumus/vadlīnijas? Ja tie atšķiras no subjekta domām, pasakiet, kā?
- II. Izskatiet konsultantu komentārus un tad izsakiet savu viedokli par šādiem aspektiem.
 - a. Kā katrs konsultants redz problēmu¹?
 - b. Kāda atsauču struktūra piemīt katram konsultantam (apzinoties viņu psiholoģiskos un/vai filozofiskos ieteikumus/vadlīnijas, viņu koncepciju par skolotāja lomu un skolas mērķiem)?
 - c. Kādas kopīgas deklarācijas atrodamas divu vai vairāku konsultantu analīzē?
 - d. Kādas atšķirības ir konsultantu komentāros?
- III. Ņemot vērā šo informāciju, pārtaisiet savu sākotnējo analīzi pēc I punkta.
- IV. Sasaistiet to, ko esat uzzinājis no šī gadījuma, un svarīgākos pedagoģiskos jautājumus, tādus kā: disciplīna, mācību sasniegumu novērtēšana, skolnieku emocionālā adaptēšanās, skolnieku sagatavotības līmenis skolai, konsultantu un citu speciālo dienestu loma, izglītošanas un profesionālā ētika.

Savā kritisko epizožu interpretācijā Trips (1993) ierosina izskatīt metodoloģiskos aspektus, kas domāti, lai orientētu praktiķi novērtēt vairākus kvalitatīvus variantus:

1. **Domāšanas stratēģijas izvēlēšanās.** Atsauču perspektīvu konkrētā gadījumā dod automātiska vai izvēlēta vienas vai vairāku šāda veida stratēģiju² izmantošana:
 - a. *Nekādu notikumu:* palīdz saprast notikumu svarīgumu un apzināties iemeslus, kādēļ nav bijuši citi notikumi. Šī stratēģija palīdz līdzsvarot sasniegumus un to, kas jādara ar konstruktīvu spriegumu, lai sasniegtu nepieciešamo īsākā un vidējā laikā.
 - b. *Plusi, mīnusi, interesanti:* katrā situācijā ir pozitīvi un negatīvi aspekti un dažreiz mēs redzam tikai tos aspektus, kas atbilst konkrētai situācijai vai noteiktai personai. Ikvienā kritiskā epizodē kļūst redzama subjekta vai stāstītāja vispārējā pozīcija, viņa uzskatu sistēma un noteiktās vērtības.
 - c. *Alternatīvas, iespējas un izvēles (alternatives, possibilities and choices):* uzticas indivīda izvēlei, ar visām no tās izrietošām sekām un realizācijas līdzekļiem. Kritiskas epizodes gadījumā ieteicams izprovocēt vispusīgu pieeju, lai mēs neignorētu labvēlīgās iespējas, ko sniedz vispārējais viedoklis.
 - d. *Cits viedoklis:* apdomīgi meklējiet citu viedokli, īpaši tādu iesaistīto cilvēku viedokli, kuri tieši nepiedalās, bet ir pazīstami ar dalībniekiem un/vai pašu faktu. Šo devumu, vai tas būtu kaimiņu, svarīgu vai pieredzējušu cilvēku domas, nedrīkst palaist garām.
 - e. *Daļas un kvalitāte:* mēs varam uzskatīt ikvienu dzīves faktu kā daļu summu (racionāla strukturāla un radniecīga pieeja).
 - f. *Pārmaiņas:* ja mums izdodas domāt par pretējo vai par situācijas pārveidošanu, mēs varam panākt tādu alternatīvu konfigurāciju, kuru vērts izskatīt. Šī stratēģija aicina uz proaktīvu un radošu attieksmi attiecībā pret faktu stāvokli.

¹ Autori sauc par "konsultantiem" speciālistus, kurus iesaistījusi iestāde problēmas risināšanai.

² Stratēģijas, kas uzskaitītas b un g punktos, aprakstījis De Bono (1987) *CoRT Thinking*. In: Tripp (1993), p. 44-46.

g. *Izlaidumi*: ir lietderīgi pārbaudīt, kādā veidā lieta ir prezentēta citiem, lai identificētu elementus, kas var papildināt lietu.

- 2. Ērtākā cēloniskā izskaidrojuma provocēšana.** Ieteicams secīgi izpētīt iemeslus, kas izraisa kritisko epizodi, soli pa solim, izmantojot tādus jautājumus kā "kādēļ? kāpēc tas ir svarīgi?". Viedokļa sociālais konstrukts ir noderīgs pārmaiņu perspektīvai, kā diktē mūsu pārlicība vai intereses.
- 3. Identificēšanas dilemma.** Kad mēs esam atzinuši, kas mums rada profesionālas problēmas, mēs varam veikt nepieciešamos pasākumus situācijas uzlabošanai. Turklāt ir svarīgi apzināties, vai pastāv personīgie ierobežojumi vai ierobežojumi, kas raksturīgi situācijai.
- 4. Personīgā teorija.** Laika gaitā ar izglītības un pieredzes palīdzību izveidotais vērtību un spriedumu ansamblis – kas šeit to sauc "personīgā teorija" – ietekmē veidu, kā mēs uztveram un rīkojamies, sastopoties ar kritiskām epizodēm. Tādēļ prakse kompetence jāvērtē ne vien pēc viņa iesaistīšanās atsevišķā gadījumā, bet īpaši pēc viņa konsekventās izturēšanās ekstrēmās situācijās, pašsavaldīšanās un darba stila ar klientu.

Mērķauditorija

Pirmajā mirklī šķiet, ka kritiskās epizodes metode adresēta galvenokārt refleksīvam praksei, kurš identificē epizodi savā darbībā (izglītošana, konsultēšana, utt.) un nolēmj prezentēt lietas raksturīgos elementus profesionālām aprindām, parasti periodiskās publikācijās vai konferencēs.

Pēc pamatīgākas analīzes, kritisko epizodu atklāšana ir svarīga gan iesaistītai personai, gan kolēģiem tādās pašās vai saistītās specialitātēs. Pasākumu veikšana, lai atklātu kritiskās epizodes, var dot šādu labvēlīgu rezultātu:

- dalīšanās dilemmā, lai no kolēģiem saņemtu konstruktīvus komentārus un novērojumus un tādējādi bagātinātu pieeju;
- kritiskās epizodes radītās problēmas atgādināšana, lai ierosinātu pareizus risinājumus;
- signalizēšana par ekstrēmu situāciju, kurai nav pārbaudītu risinājumu;
- radošas enerģijas piesaistīšana no citām jomām, lai gūtu novatoriskus risinājumus, kas pielāgoti konkrētajam gadījumam.

Piemēri, situācijas analīze³, vingrinājumi

Situācijas apraksts

Klients ir kāds 8 gadus vecs zēns, pirmās klases skolēns, ar hiperaktīvu izturēšanos.

Uz konsultāciju viņš ierodas ar savu māti, kura ir noraizējusies par to, ka viņas dēlam skolas uzdevumi šķiet par grūtu. Grūtības radās jau pirmā seansa laikā. Konsultante nevarēja novadīt pirmo seansu, kā paredzēts, jo zēns nepārtraukti izrādīja nervozitāti. Tas izraisīja profesionālu diskomfortu, turklāt telpa nebija piemērota konsultēšanai (viņi bija birojā un bērnu visu laiku piesaistīja visas telpā esošās lietas; dators, videomagnetofons, TV, grāmatas, atskaņotājs, utt.). Māte bija pirmo reizi konsultācijas situācijā un viņa visu laiku centās sabārt savu dēlu un draudēja sodīt viņu, ja viņš nemācēs uzvesties. Konsultante nespēja izveidot tiešu kontaktu/panākt domu apmaiņu ar bērnu.

³ Minētais praktiskais gadījums ņemts no *Euroguidance* psiholoģiski pedagoģiskās palīdzības centra koordinatore sanāksmes 2002. gada 11. oktobrī, Ms Adina Ignat, skolu konsultante Suceava.

Konsultantes attieksme un pieeja problēmai

,Konsultante nolēma pavadīt klientu viņa telpas vides "izpētes gājienā", cenšoties panākt, lai viņš runātu par lietām, kas piesaista viņa uzmanību.

Šī "izpēte" ilga vienu stundu, (standarta) laiks, kas atvēlēts vienam konsultēšanas seansam.

Īpašas problēmas

Konsultante asi izjuta piemērotas konsultēšanas telpas trūkumu, kā arī nepietiekamu sagatavotību hiperaktīvu bērnu konsultēšanā. Bez tam viņa atzīmēja, ka mātes klātbūtne traucēja izveidot tiešas attiecības ar bērnu..

Konsultantes reakcija uz problēmām

Tikšanās beigās konsultante vienojās ar māti par konsultācijas plānu, apsprieda nepieciešamību konsultēt arī māti..

Arī bērnam tika dots uzdevums: līdz nākošajam seansam uzzīmēt attēlu par piedāvāto tematu.

Iegūtie rezultāti un neatrisinātās problēmas

Tika noteikts konkrēts un skaidrs konsultēšanas plāns.

Māte saņēma padomu par to, kā motivēt bērnu veikt skolas uzdevumus, sadalot uzdevumus pa fāzēm.

Izvirzījās nepieciešamība pēc informācijas (konsultēšanas) par visatbilstošākajām konsultēšanas metodēm hiperaktīviem un hiperkinētiskiem bērniem.

Joprojām aktuāls jautājums ir atrast skolā piemērotākas telpas konsultēšanas birojam.

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- konsultanta lietu krājuma, konceptuālās un metodoloģiskās struktūras sistematizēšana, lai formulētu svarīgākos elementus praktisko lietu optimālam risinājumam;
- metode stimulē pierakstīt profesionālās pieredzes momentus, kam nepieciešama dziļāka fakti analīze un lielāka objektivitāte, nekā mēs varam atļauties tad, kad mēs esam iesaistīti notikumos. Vienlaikus palielina iespēju, ka praktiķis pēc pamatīgas pārdomāšanas pieņem kolēģu viedokļus;
- dalīšanās profesionālā pieredzē pēc tam, kad lieta ir pabeigta, vai palīdzības lūgums nav apmierināts;
- konsultants apzinās savu profesionalitātes koncepciju, demonstrējot noteiktas sava stāvokļa, darbības konstantes, piedzīvoto kritisko epizožu pieredzi;
- kolēģu izteikto viedokļu un spriedumu ietekme uz profesionālo izturēšanos;
- iespēja izklāstīt profesionālās dilemmas un metodoloģiskas pārdomas;
- personīgā profila papildināšana ar vietējiem elementiem;
- stāstījuma vai shēmas prezentēšanas elastība;
- izpētoša attieksme un neatlaidība, kontaktējoties ar sarežģītiem, konkrētā brīdī izskatāmiem gadījumiem vai turpmākajiem gadījumiem;
- iepriekšējās pieredzes un iegūtās mācības izmantošana, sagatavojoties pašreizējām un turpmākām konfrontējošām situācijām;
- iespēja izcelt/iegaumēt simptomātisku epizodi savā lietu krājumā vai iedvesmot tos, kas saskarsies ar epizodes prezentāciju;

- kritisko epizožu vērtību kā laika gaitā uzkrāto dažādo gadījumu ilustrācija, pat ja tām ir ierobežota prognozējoša loma, nosaka tas, ka tā dod konsultantam apstiprinājumu un ļauj viņam apstiprināt labvēlīgu darbību;
- iespēja pēc tam ķerties pie tāda paša tipa gadījuma citā veidā, apzinoties, kur un kādēļ iestāsies kritiskais mirklis un kā alternatīvi izturēties pret to.

Trūkumi:

- nedefinē epizožu nopietnību. No epizodes līdz konfliktam un krīzei, tāda ir iespēju amplitūda, kas vienlīdz lielā mērā pieņemtas šīs metodes portfeli;
- tā kā šī metode ņem vērā atsevišķas epizodes, nav iespējams formulēt vispārējus secinājumus vai rekomendācijas citai personai, vienīgi iesaistītajam praktiķim;
- katrs gadījums jāiekļauj iesaistīto cilvēku, kuriem visbiežāk ir atšķirīgs vai antagonistisks raksturs, ideoloģisko atsauču struktūrā. Ne visu to, kas ir atļauts un tiek veicināts domāšanas skolā, vienveidīgi pieņems visi tās eksperti, nemaz jau nerunājot par citu ideoloģisko bloku locekļiem;
- prakši ieradums attiekties pret epizodi kādā noteiktā veidā (atbilstoši izglītībai un personīgai teorijai) nevar pats par sevi izraisīt vispārēju konsultantu sabiedrības atzinību un tādēļ konkrēto konsultantu var diskreditēt vai atstāt rezervē;
- iejaukšanās netipiskās situācijās ir spēcīgi kontekstualizētas un risinājumu pārceļšana uz citām situācijām ir maz iespējama;
- nav garantiju, ka būs atbilde uz visiem jautājumiem kritiskās epizodes protokolā.

Bibliogrāfija

Corsini, Raymond, J.; Howard, Daniel, D. (1964). *Critical Incidents in Teaching*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.

Ertelt, Bernd, J.; Schulz, William, E. (1997). *Beratung in Bildung und Beruf: ein anwendungsorientiertes Lehrbuch*. Leonberg, Rosenberg Fachverlag.

Tripp, David (1993). *Critical Incidents in Teaching. Developing Professional Judgement*. London, Routledge.

www.atss.info (Association of Traumatic Stress Specialists)

www.metrokc.gov/health/ems/cism.htm#history (King County Courthouse)

Novērošana

Observation

Andrea-Diana MARUTESKU
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Nepieciešamība saprast un paredzēt cilvēku izturēšanos vienmēr ir pastāvējusi gan personīgu, gan sociālu vajadzību dēļ.

Introspekcija (sevis novērošana) ir savas personības un apziņas novērošanas un uzraudzības forma. Šī metode īpaši tika izmantota psiholoģijas pirmsākumos, kad psihe tika uzskatīta par "tādu fenomenu sfēru, kas izriet no pašiem cilvēkiem un kurai nav saistības ar ār pasauli" (Zlate, 1996). Introspekcijas piekritēji liek sajūtu fenomenu psiholoģijas centrā, nosaucot to par *apziņas psiholoģiju (psychology of conscience)*. Saskaņā ar Vunta (Wundt) (1879) koncepciju iekšējo fenomenu var saprast, saistot cēloņus un novērojamās sekas. Piemēram, reakcijas ātruma izpēte var dot slēdzienu par temperamentu un garīgo stāvokli.

Biheiviorisms (Behaviourism) (izturēšanās zinātnes teorija) – radās 20. gadsimta sākumā un to izveidoja amerikāņu psihologs Vatsons (Watson) kā atbildi uz eksperimentālo introspekcionismu (*experimental introspectionism*). Autors apraksta izturēšanos kā "reakciju kopumu, kas pielāgots tos izraisošiem stimuliem", kas ļauj tos interpretēt (Zlate, 1996). Vatsons uzskatīja, ka ar izturēšanās novērošanu un aprakstīšanu pietiek, lai to prognozētu un kontrolētu. Biheivioristi uzskatīja, ka izturēšanās ir vienīgais, ko var izpētīt objektīvi, novērot, novērtēt un kvantificēt. Piemēram, vizuālie tēli nav nekas cits, kā acu muskuļu sasprindzinājums; attēlojums ir kinētisku sajūtu, kas kādreiz papildinājušas objekta percepciju, atcerēšanās.

Humānistiskās psiholoģijas (Humanistic psychology) pamatā ir Maslova, Rodžersa (Roger), Būlera (Buhler) utt. atziņas par cilvēka dabas kompleksā rakstura analīzi un izpēti. Šī tendence psiholoģijā balstās uz konkrētā situācijā novērotās izturēšanās (*situational behaviour*) (sociālo notikumu mērķi, motīvi, īpatnības un unikalitāte) nozīmes saprašanu un interpretēšanu no sociāla subjekta perspektīvas. Šāda interpretējoša pieeja ietver empātiju un intuīciju.

Teorētiskais pamatojums

Metodes izmantošanu *dabaszinātnēs* uzsāka Klods Bernārs (Claude Bernard), kurš apstiprināja, ka "novērošana" konstatē faktu ar izpētes palīdzību un tad pēta iegūtos datus. Novērotājs ir faktu "fotogrāfs" un novērošanai precīzi jānokopē fenomena daba. Pēc Bernarda domām "novērotājs ieklausās dabā un veic pierakstus pēc tās diktāta." (apud Zlate, 1996).

Psihometrijas jomā Galtons (Galtons) pirmais ierosināja tieši izmantot eksperimentēšanas standartus izturēšanās tipu izpētē. Autors ieteica šo metodi pedagogiem, lai novērtētu viņu skolnieku mācīšanās kvalitāti un pareizu atbilžu biežumu, aizsākot to, ko mēs šodien saucam par "izturēšanās testiem" (*behavioural tests*).

Novērošanas modeli no fizikas un dabaszinātnēm uz *socioloģiju* pārnesa Emīls Durkheims (Emile Durkheim), kurš uzskatīja faktus par "tādas rīcības, domāšanas, sajūtu veidiem, kas ir ārējs personai un kas apveltīts ar piespiešanas spēku" (Lallement, 1993).

Novērošanas specifiskais raksturs *psiholoģijā* izriet no "subjekta" hipotēzēm. Pižē (Piget) 1970. gadā nodalīja epistēmisku subjektu (pats kā zinātniskās pētniecības un novērošanas aģents) un egocentrisko subjektu (pats savā individualitātē kā ķermenis, subjektivitāte).

Sociālajās un humānitarajās zinātnēs novērošanā pārstāv attiecības starp diviem cilvēkiem, kas "izprot" (realize) un atbilstoši rīkojas. Kohns un Negrē (Kohn and Negre) (1991) uzskatīja, ka termins "novērošana" apzīmē zināšanu sākotnējo fāzi (izpētes fāze), novērotāja veikto darbību tipu (sistemātiska datu vākšana), un informācijas interpretēšanas fāzi.

Metodes prezentācija

Novērošanas akts karjeras konsultēšanā ietver nodomātu, metodisku un sistemātisku subjektu, viņu garīgo izpaušmju to dabiskā attīstībā izpēti un svarīgu psiholoģisku faktu, kuriem ir nozīmīga vieta karjeras konsultēšanā, precīzu pierakstīšanu.

Novērošanas metode ir vienīgā, "kas izmantota ikvienā izpētē", dažreiz pati par sevi, reizēm kopā ar citām metodēm: eksperimentiem, testiem, aptaujām, utt. (Şchiopu, 1997). Izpēte un psiholoģiskās diagnosticēšanas struktūra ir koncentrēta forma, tāda forma, kas transponēta sistemātiskas un dziļas novērošanas – par noteiktu tematu – pozīcijās un izaicinošās situācijās.

Terminam "novērošana" (latīņu *observatio*, angļu. *observation*, vācu *Beobachten*) ir dažādas nozīmes (empīrisks pētījums, ieraudzīšana, faktu vākšanas uz vietas pirmā fāze, novērošana, uzraudzīšana, paturēšana acīs, utt.). Pēc pētāmās jomas novērošanai var būt dažādas nozīmes.

Ikdienas valodā runājot, novērošana ir zināšanas, objekta vai procesa izpēte, konstatējumi un piezīmes (kritiskas) par to, kas ticis uzmanīgi novērots vai aplūkots (Rumāņu valodas skaidrojošā vārdnīca, 1998).

Psiholoģijā novērošana ir "visparastākā un spontānākā reakcija, kas iesaistīta aktīvā pielāgošanās procesā realitātes situācijas apstākļiem" (Şchiopu, 1997).

Socioloģijā novērošana veido "kontakta ar reālo pasauli" saskaņā ar Herseni (1969, apud Chelcea, 2001).

Pedagoģijā "novērot" nozīmē ieiet "bērna vai jauna cilvēka zināšanu visumā" (Neacşu, 2001), izpētot realitāti no dažādiem aspektiem: sistemātiska (spontāna un neorganizēta), uzskaitoša, aprakstoša, novērošana kā eksperiments, utt.

Nodarbību laikā veiktie novērojumi (mācīšanās, sociālās mijiedarbības un zināšanu, emocionālās reakcijas uz pasniedzējiem, kolēģiem, vai zināšanu satura, utt. kontekstā), pasvītrotot nepieciešamību tos savstarpēji saistīt/integrēt vienveidīgā un saskaņotā formā.

Novērošanas formas var klasificēt pēc dažādiem kritērijiem, tādiem kā:

Novērošanas akta vadīšana: **pašnovērošana** (process, kas ir orientēts uz īpašu iezīmju identificēšanu savā uzvedībā); **novērošana kā tāda** (orientēta uz citu personu izturēšanās izpaušmju fiksēšanu).

Konsultanta iesaistīšana vai neiesaistīšana: "**pasīva/āreja**" (bez tiešas konsultanta iesaistīšanas novērošanā); **līdzdalības** (konsultants piedalās aktivitātē, ko veic novērotā persona vai grupa).

Novērošanas strukturēšana: **strukturēta (kvantitatīva)**, kas nozīmē iepriekš noteiktu izturēšanās kategoriju shēmas ievērošanu, bet novērošanas akts ietver empīriskā materiāla klasificēšanu atbilstoši šīm kategorijām, un **nestrukturēta (kvalitatīva)**, kas nozīmē izpēti no "iekšpuses", ilgākā laika periodā, bez kādas iepriekš noteiktas shēmas, vai kas vērsta uz vienas kategorijas definēšanu novērošanas procesa noslēgumā. Šis pēdējais novērošanas veids piedāvā kompleksus un būtiskus paskaidrojumus un aprakstus par izpētāmajiem faktiem.

Nodoma pakāpe: **spontāna novērošana**, kas attiecas uz datiem, kuri novēroti pēdējā laikā, un **tīša novērošana**, kuras mērķis ir sistemātiski saprast fenomenu vai situāciju.

Novērošana dažādos konsultēšana procesa posmos

Izturēšanās novērošana lomu spēlēšanas laikā: subjektam rada modelētu situāciju. Katra persona ikreiz ir noteiktā garīgā stāvoklī, emociju iespaidā. Šīs emocijas parasti izpaužas ar ķermeņa palīdzību: ķermeņa poza,

skatiens, roku kustības, utt.; visi šie elementi šķietami atsevišķi ļauj aprakstīt personas vispārējo izturēšanos minētā laikā.

Novērošana problēmas risināšanas laikā: Gilumins (*Guilluamin*) (1965) konstatē, ka metodes nozīme un novērošanas faktu saturs palielinās psiholoģiskas izpētes vai uzdevuma laikā. Subjekti, kas risina problēmu, ļauj mums atbildēt uz abiem jautājumiem "cik daudz?" un "kā?" attiecībā uz iegūto rezultātu. Atbildi uz šiem jautājumiem iespējams gūt, veicot sistemātisku novērošanu uzdevuma izpildes laikā, kā arī koncentrējoties uz specifiskiem personības aspektiem: attieksme pārbaudes laikā, nekontrolēti žesti, izsaučieni un izmantotie vārdi, grūtības saprast, utt. (*Dafinoiu*, 2002).

Izturēšanās novērošana komunikācijas laikā: Mučielli (*Mucchielli*) (1974) uzskata, ka klientu novērošanā konsultantam jāievēro šādi momenti:

- attieksmes un izturēšanās ievērošana;
- izturēšanās konteksta saprašana;
- cilvēcisķai būtnei pieejamās intelektuālās simpātijas (*Dafinoiu*, 2002).

"Novērošanas trīs fundamentālie aspekti (uzvedībai pievērstā uzmanība, novērotās uzvedības kontekstuālā analīze, empātija) tiek pārgrupēti, lai izveidotu to, ko mēs saucam par psiholoģisko sajūtu (psychological sense), kas novērotājiem tiek uzspiesta ikvienā zinātniskā pozīcijā" (*Zlate*, 1996).

Aktīvas klausīšanās, līdzdalības, atsauksmju un empātijas atbilstība novērošanā un konsultēšanā stimulē klienta atvēršanos un aktīvu iesaistīšanos un veicina komunikāciju, ietaupot laiku un enerģiju. Aktīva klausīšanās ietver rūpīgu novērošanu un maksimālu tādas informācijas izmantošanu, ko dod klienta verbālā un neverbālā izturēšanās.

Klienta emocionālā pieredze konsultēšanas attiecībās un viņa emocionālā reakcija veicina padziļinātu izpratni par kompleksām (un dažreiz pretrunīgām) sajūtām, ko izraisa situācija, persona vai atgadījums. Šāda dziļāka tipa empātija ietver klienta nolūku novērošanu, kurus viņš pats neapzinās (*Rogers*, 1989). Subjekts var relatīvi viegli runāt par objektīviem datiem attiecībā uz sevi (vārds, adrese, utt.), bet ne par emocijām. Empātiskas atbildes modelī subjekti atpazīst sevi gandrīz nekavējoties, izsakoties šādi "jā, tieši to es arī domāju".

Ko mēs novērojam konsultēšanas laikā?

- Uz zināšanām vērstas domas vai izturēšanos.
- Jūtas, emocijas vai emocionālu izturēšanos.
- Emocionāla stāvokļa izraisītas neirofizioloģiskas izpausmes (sarkšana, svīšana, paātrināta elpošana, utt.).
- Komunikācijas verbālie un neverbālie aspekti.
- Lēmumu pieņemšanas spēja un izvēles attiecībā uz personas karjeru.

Labai novērošanai nepieciešams: skaidra un precīza mērķu un nolūku definēšana; visatbilstošāko izmantojamo novērošanas veidu izvēle; *apstākļi* precīzai novērošanai un *līdzekļi* (magnetofoni, tabulas, utt.); novēroto lietu *tūlītēja pierakstīšana* (novērojumu protokolā), jo laiks var mainīt atmiņas; *optimāls* novērojumu skaits; *novērošana tiek veikta* dažādos apstākļos; novērošanas pozīciju *saraksta* sagatavošana (izturēšanās faktu secība, ja nepieciešams).

Novērošanas veidi (īslaicīga): ilgstoša (ilgāks laiks) un pārtraukta (īsāki intervāli). Mučielli (*Mucchielli*) (1974) iesaka virkni elementu, kas novēroti ar vienādiem laika intervāliem, vai vairākas minūtes, kas vienmērīgi sadalītas vairāku dienu laikā dažādos dienas mirkļos.

Novērošanas intervālu noteikšana: iepriekšējās novērošanās atklāto kontroles robežzīmju (*control landmarks*) noteikšana (vai novēroto faktu konceptualizācija); garīgo īpašību *novērtēšanas pakāpju* noteikšana (ļoti augsta, augsta, utt.); *kvalitatīvu novērtējumu* noteikšana, kas pārveidoti kvantitatīvos rādītājos (skaitļi, punkti: piemēram, 5 punkti augstam raksturīgo pazīmju biežumam, 1 punkts zemu rādītāju gadījumā, utt.).

Novērošanas shēma – saskaņā ar novērojamām izturēšanās pozīcijām (*behavioural units*) un pamatojoties uz kritērijiem, lai nodrošinātu novērošanas sistemātisko raksturu (*Drumond, 1981*):

- kritēriji attiecībā uz *formu– vietu* (piemēram, mēs nodalām skolēna izturēšanos klasē, ārpus klases, konsultanta birojā, utt.); *orientāciju* (klienta motoro struktūru stāvoklis attiecībā pret vides struktūrām); klienta *telpisko tipoloģiju (dimensional typology)* (var novērot un atzīmēt atsevišķas refleksiņas kustības – piemēram, pirkstu bungošana); *fizioloģiskās īpatnības* (pārmaiņas sejas krāsā, ķermeņa temperatūrā, utt.);
- kritēriji, kas saistīti ar klienta izturēšanās tiešu ietekmi uz vidi;
- teorētiski un abstrakti kritēriji – klasificēšana pēc *cēloņa* (konkurējoša uzvedība, ko izraisa sāncensība klātbūtne; emocionāli-kognitīvas izpausmes, apzinātas vai neapzinātas, utt.) un *funkcionāla* klasifikācija (uzvedībai piemīt noteiktas funkcijas, ciešā saistībā ar psiholoģiskām vajadzībām).

Faktori, kas atšķir konsultantus novērošanas procesa laikā:

- novērojošā konsultanta “personīgais vienādojums” (“*personal equation*”⁴) (*Dafinoiu, 2002*) attiecas uz šādiem perceptīviem tipiem: *aprakstošais, novērtējošais* (tendence novērtēt, interpretēt, spriest); *izglītojošais* (sniedz papildu informāciju); *iztēles bagātais un poētiskais (imaginative and poetic)* (ignorē faktus un atbalsta iztēli);
- konsultantam piemītošā tendence noenkuroties tagadnē, bet klientam – atgriezties pie pagātnes pieredzes;
- mainīgās konsultantu spējas “izteikt” datus percepcija jomā, tas ir atrast cēloņa sakni un saites starp novērotajiem faktiem;
- novērošanas jomas plašums/diapazons attiecas uz novērošanas apjoma un uzmanības koncentrēšanas pakāpes attiecībām;
- spēja pretoties satraukumam, kas var mainīt novērošanas jomu, tas ir iespēja nodalīt “fakta objektivitāti” no “interpretēšanas subjektivitātes”;
- plānošana/projeksija (*projection*) pamatojas uz noteiktu identificēšanu starp konsultantu (novērotāju) un klientu (novērotu); šī identificēšana palielina novērošanu un novērojamo lietu saprašanu (piemēram, skolēnus novērot skolā vieglāk personai, kam nesen bijusi šāda pieredze vai kura ir pazīstama ar skolas dzīvi), bet faktus var arī grozīt (piemēram, konsultantam grupā kāds patīk vairāk par citiem);
- personīgā interpretācija demonstrē fenomenu, kas saistīts ar projekciju, kura piedēvē reāliem faktiem nozīmi, kas izriet no personas universāluma (*Veron and Gardner, 1960, 1962*);
- konsultanta psiholoģiskās īpatnības (profesionālā un dzīves pieredze, temperaments, uzmanības fokuss, spēja uztvert būtisko, utt.).

Mērķauditorija

Par konsultēšanas subjektiem var būt šādas personu kategorijas:

skolēni – lai novērstu un samazinātu neveiksmes skolā, mazinātu uzvedības traucējumus, lai uzlabotu paštēlu, sava emocionālā potenciāla/attieksmes/interesu/cientienu/vērtību sistēmas apzināšanos; attīstītu lēmumu pieņemšanas un karjeras attīstības spējas, labi izpildītu profesionālos testus, apspriestu darba nozīmi un vērtību, utt.;

vecāki – iegūstot zināšanas psiholoģiskajā un pedagoģiskajā jomā, veicinot sadarbību starp ģimeni un skolu, palielinot savu informētību par savu nozīmīgo izglītojošo lomu un palielinot atbildību par saviem bērniem;

⁴ “Novērotāja personīgais vienādojums” – frāzi noformulēja vācu astronoms Besels (1816), kurš ievēroja, ka kļūdas, ko pieļāvuši dažādi astronomi, kas veica vienus un tos pašus novērojumus, atkārtoti katram bija īpašas. Tātad katram novērojumam piemīt novērotāja raksturīgā iezīme.

skolotāji – informētības paaugstināšanas procesā par izglītības un profesionālās attīstības atbalsta aspektiem, lai samazinātu konformistiskas un stereotipiskas izvēles, nodrošinātu skolēnu kontaktu ar jaunajiem karjeras modeļiem, meklētu un izmantotu informāciju par personīgo attīstību atbilstoši katra skolēna vajadzībām, veicinātu pozitīvu izpratni par karjeras plānošanu, utt.;

izglītības vadītāji – lai trenētu komunikācijas prasmes, iesaistīšanos, motivāciju un komandas darbu, lai uzlabotu izglītības piedāvājumus un pielāgotu tos skolēnu un sabiedrības vajadzībām, vadītāja-skolotāja-studenta komunikācijas optimizēšanai, sakaru stirpināšanai ar skolu konsultantiem, augstskolu studentu organizēšanai un iedrošināšanai atbilstoši viņu interesēm (kas noteiktas ar konsultanta atbalstu), profesionālās sadarbības iespēju izpētei, utt.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Piemēri:

Konsultants var izveidot un izmantot vairāku veidu novērošanas shēmas.

Piemēram, sniedzam tādu novērošanas "shēmu"⁵, ko var izmantot personāla novērtēšanā pēc darba aprakstā noteikto darbu izpildes līmeņa. Konsultantam jābūt atbilstoši sagatavotam un pieredzējušam ar pietiekamām zināšanām atbilstošajās jomās (medicinā, socioloģijā, ekonomikā, utt.).

Novērojamo aspektu skaitā mēs minam vēlāmās *spējas* noteiktā darbības jomā:

| Fiziskas | Sensoras | Garīgas |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ muskuļu spēks un fiziskā izturība ■ reakcijas ātrums: vienmērīgs, selektīvs ■ roku darba prasmes | <ul style="list-style-type: none"> ■ redze ■ dzirde ■ labas motorās spējas ■ izturība pret troksni, vibrāciju, temperatūras maiņām | <ul style="list-style-type: none"> ■ uzmanība ■ atmiņa ■ novatorisma gars, atjautība ■ loģiskā domāšana, spēja argumentēt priekšlikumus ■ praktiskā inteliģence (ātra jautājumu uztvere, problēmu risināšana, sava darba organizēšana) ■ teorētiski – lietderīgā inteliģence (tādu tehnisku, ekonomisku un organizatorisku problēmu saprašana, kuras jāizskata un jāizpēta) ■ verbālas prasmes (tekoša, saprotama, gramatiski pareiza valoda) |

| Personības iezīmes | Psihosociālās iezīmes | Vispārējās un speciālās zināšanas |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ motivācija ■ organizatoriskās spējas ■ disciplīna, uzcītība ■ iniciatīva ■ diskrētums, takts, lojalitāte, utt. | <ul style="list-style-type: none"> ■ sabiedriskums ■ atbilstoša izturēšanās (stāja, valoda) ■ komandas izjūta (iekļaušanās grupā) | <ul style="list-style-type: none"> ■ estētikas izjūta ■ vispārējas zināšanas ■ tehniskas zināšanas ■ matemātikas zināšanas |

⁵ Adaptēts no *Management Psychology Treaty*. Moraru and Tabachin (1997).

Citu iespējamu novērošanas *shēmu* var izveidot pēc profesiju psihosociālo profesionālo profilu struktūras attiecībā uz noteiktām prasībām, un pēc klienta psiholoģiskā un profesionālā profila:

| No. | Īpašības | Novērtējums | | |
|------|-----------------------------------|-------------|---------------|------------------------|
| | | Vēlamās | Nepieciešamās | Absolūti nepieciešamās |
| I. | Fiziskās | | | |
| II. | Sensorās | | | |
| III. | Garīgās | | | |
| IV. | Personības iezīmes | | | |
| V. | Psihosociālās iezīmes | | | |
| VI. | Vispārējās un speciālās zināšanas | | | |
| VII. | | | | |

Pieaugušo konsultēšanas gadījumā sarakstā var iekļaut vēl citus punktus:

- profesionālās īpašības:
 - sagatavotība,
 - zināšanas konkrētās jomās;
- pieredze;
- garīgā veselība.

Cita "shēma" lūdz subjektu pašu ierakstīt savus datus (*Beck, apud Dafinoiu, 2002*):

Uzvārds: Vārds:

Vecums: Ieraksta datums:

| Situācija/stāvoklis | Emocijas | Spontānas domas |
|---|--|---|
| <p><i>Apraksts par</i> 1. Idejām, domām, atmiņām, utt., kas izraisīja nepatīkamas emocijas</p> <p><i>vai</i> 2. Notikumiem, kas radīja satraukumu</p> | <p><i>Precizējums par</i> 1. Izturēšanos: agresīva, norūpējusies, mierīga, utt.</p> <p><i>Novērtējums par</i> 1. Emociju intensitāti pēc 0-8 punktu skalas (kur 0 = nekāda un 8 = maksimāla)</p> | <p><i>Apraksts par</i> 1. Spontānām domām, kas rodas pirms emocijām</p> <p><i>Novērtējums par</i> 1. Uzticēšanās līmeni spontānām domām pēc 0-8 punktu skalas</p> |

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- atklāj patiesās attieksmes un ar spējām saistītās izpausmes, izturēšanos, utt., reālajā dzīvē un darbībā, ļaujot iegūt kvalitatīvus datus;
- ļauj vākt datus par neverbālo izturēšanos;
- ļauj veikt šķēsgriezuma analīzi, fiksējot izturēšanos ilgākos laika periodos (mēnešos vai gados, izmantojot, piemēram, iesaistīšanos novērošanā (*participatory observation*));
- dzīves izpēte ir daudz dabīgāka, nekā izmantojot citas metodes (anketēšana, intervija, eksperiments).

Trūkumi:

- stimulē subjekta sociālās aizsargāšanās mehānismu;
- konsultanta klātbūtne modificē novērojamo situāciju; klienta uzvedībā ir iespējamās zināmas pārmaiņas; dažiem konsultantiem var būt stimulējoša ietekme uz klientu, kamēr citi var to iebiedēt, nomākt, kavēt);
- konsultants maz var kontrolēt ārējos mainīgos apstākļus, kas var ietekmēt novērošanas datus;
- novērošanā iegūtos datus grūti kvantificēt;
- novērošana aprobežojas ar individuālām personām vai mazām subjektu grupām;
- konsultanta uzmanība var būt vērsta selektīvi uz noteiktām cerībām, uzskatiem, teorijām, utt., kas var ietekmēt novērošanas objektivitāti piemēram, pamatojoties uz šīm izvēlēm, iespējams gūt (paš)apstiprināšanās rezultātu;
- vienlaicīgas datu fiksēšanas un novērošanas rezultātā novērošanas rezultāti ne vienmēr tiek fiksēti laikā, reizēm tie ir neprecīzi;
- aspekti, kas saistīti ar novērošanas datu novērtēšanu, rada zināmas kļūdu kategorijas (*Piaget*):
 - "*centrēšanas kļūda*" (*centring error*) – ir tendence pārāk augstu novērtēt novērotos aspektus salīdzinājumā ar citiem aspektiem,
 - "*kontrastu kļūda*" (*contrast error*) – konsultants koncentrējas uz minimālām atšķirībām, kas pamanītas dažādu aspektu vidū, un pārspilē tās,
 - "*asimilēšanas kļūda*" (*assimilation error*) – konsultants koncentrējas uz dažādu aspektu līdzībām, nevis uz atšķirībām,
 - "*enkura efekts*" (*anchor effect*) – lai gan konsultants uzskata, ka viņš novērtē atsevišķu aspektu, iepriekšējo novērojumu rezultāts ietekmē viņa pašreizējo novērtējumu,
 - "*halo efekts*" (*halo effect*) – konsultants, kas novērtē noteiktus subjekta aspektus, var ietekmēties no citu aspektu vērtējuma (piemēram, patīkama izskata persona ietekmēs novērotāju, kad tiks novērtēta viņa personība).

Bibliogrāfija

- Abilitățile de comunicare și tehnica interviului eficient – interviul ca artă și tehnică* (2004). Dobre, C.; Szilagy, A. (coord.). București.
- Allport, G. (1991). *Structura și dezvoltarea personalității*. București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București, Editura Economică.
- Dafinoiu, I. (2002). *Personalitatea. Metode calitative de abordare. Observarea și interviul*. Iași, Editura Polirom.
- Dicționar de psihologie* (1997). U. Șchiopu (coord.). București, Editura Babel.
- Dicționarul explicativ al limbii române* (1998). Coteanu I.; Seche L.; Seche M. (coord.). București, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”.
- Lallement, M. (1993). *Istoria ideilor sociologice*. (vol. I). *De la origini până la Weber*. Oradea, Editura ANTEP.
- Moraru, I.; Tabachin, A. (1997). *Tratat de psihologia managementului*. București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Neacșu, I. (2001). *Prelegeri pedagogice*. București, Editura Polirom.
- Uwe, F. (2002). *An Introduction to qualitative research*. Great Britain, SAGE Publication.
- Zlate, M. (1996). *Introducere în psihologie*. București, Casa de Editură și Presă „ȘANSA” S.R.L.

Iztaujāšana

Investigation

Luminița TAȘICA
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

20. gadsimta pirmajā pusē iztaujāšanu sāka izmantot Amerikā, pēc tam dažās Eiropas valstīs, kur bija sociālo pētījumu tradīcija, kas papildināja skolēna vai grupas novērtējumu.

Iztaujāšanu, kas galvenokārt attīstījās 20. gadsimta otrajā pusē izglītības fenomena (skolu vadība un administrēšana) izpētei, izmantoja vienlaikus ar zinātniskās testēšanas metodēm.

Mūsdienās iztaujāšana, pateicoties skaidri noteiktiem mērķiem, principiem un lietošanas noteikumiem, kļuvusi par atsevišķu metodi.

Teorētiskais pamatojums

Sociālajās zinātnēs iztaujāšana tiek uzskatīta par kompleksu metodi, jo tā lielā mērā mainās atkarībā no procesa: no vienkāršas informācijas meklēšanas, kas nepieciešama nozīmīgas problēmas atrisināšanai, līdz plašam, ilgstošam pētījumam, kas pamatojas uz rūpīgi izstrādātiem instrumentiem.

Atkarībā no pētāmās jomas ir vairākas izjautāšanas definīcijas:

- datu vākšanas metode: "darbība, lai vāktu informāciju par skolēna izturēšanos, kas iegūta iztaujāšanas rezultātā (intervija, diskusija, dokumentu izpēte)" (*Macavei*, 2001);
- izpētes un iztaujāšanas metode (*research and investigation method*), "kas ietver paņēmienus, procedūras un aptaujas datu vākšanas instrumentus" (*Socioloģijas vārdnīca*, 1993);
- pētījums, "kas organizēts, lai noskaidrotu konkrētus jautājumus, izskaidrotu noteiktus personas izturēšanās vai izpausmes veidus, vai lai vērtētu ietekmīgu faktoru nozīmi kādā ekonomikas sektorā" (*Gugiuman*, 1978);
- vispārējas informācijas izvēlēšanās attiecībā uz kādu kompleksu problēmu, kas reizēm ir saistīta ar psiholoģisko pārbaudi (*Mucchielli*, 1982);
- diskusija (tieši vai pa telefonu), lai iepazītu personu vai uzzinātu tās viedokli par kādu jautājumu (*Gugel*, 2002);
- inspicēšana, pārbaudīšana "lai iegūtu informāciju par iztaujāšanas objektu" (*Webster's Dictionary*).

Speciālisti ir definējuši iztaujāšanu attiecībā uz katras disciplīnas mērķi vai, ievērojot noteiktus iztaujāšanas kritērijus.

Neatkarīgi no datu vākšanas modalitātes, ir noteikti iztaujāšanas aspekti, kas jāzina katram praktiķim:

- tai nav eksperimentāls raksturs, kontrole pār iztaujāšanas mainīgajiem lielumiem ir relatīvi maza;
- komunikācijai starp iztaujātāju un iztaujāto (grupu) piemīt ļoti asimetriskas attiecības, jo pirmais gaida (un dažreiz ietekmē) atbildes no pēdējā;

- pieeja, kvalitatīvā un kvantitatīvā nozīmē, indivīda un sociālās dzīves dimensija: notikumi, fenomeni, procesi, kas raksturīgi sociālai realitātei, kā arī cilvēku attieksme pret tiem;
- tā noskaidro klientu centienu, interešu, rūpju loku un uzvedību dažādās jomās;
- tā uzkrāj informāciju, kas savākta ar dažādu iztaujāšanas paņēmienu palīdzību: novērošanu, dokumentu analīzi, satura analīzi, sabiedriskās domas aptauju, lai salīdzinātu savus rezultātus;
- to var veikt mutiski vai rakstiski, izmantojot īpašus iztaujāšanas instrumentus un metodes.

Pakāpeniski iztaujāšanas metodes attīstījās un kļuva daudzveidīgākas, un tās sāka uzskatīt par neatkarīgu metodi līdzās aptaujām, intervijai, sabiedriskās domas aptaujai.

Tomēr ir dažas vienprātīgi atzītas atšķirības, analizējot metodes salīdzinoši:

- iztaujāšanā, atšķirībā no intervijas, tiek izmantoti standartizēti paņēmieni, tādēļ dažreiz to sauc par standartizētu interviju;
- iztaujāšana vienmēr pamatojas uz aptaujas lapu, kamēr intervija virzās saskaņā ar intervijas vadlīnijām (*interview guide*), vai pat bez iepriekš sagatavota instrumenta;
- iztaujāšanai (tāpat kā sabiedriskās domas aptaujai) nepieciešams reprezentatīvs paraugs (*representative sample*), kamēr intervija ir vērsta uz konkrētām personām;
- iztaujāšana ir ekstensīva metode, kad nepieciešams savākt relatīvi vienkāršu informāciju, turpretī intervija ir intensīva metode, ko lieto, lai iegūtu dziļāku psiholoģisku ieskatu;
- iztaujāšanas rezultātiem atšķirībā no intervijas rezultātiem parasti nepieciešama statistiska – kvalitatīva un kvantitatīva – apstrāde;
- iztaujāšana var noritēt, izmantojot gan mutisku, gan rakstiskus paņēmienus, tiešus vai netiešus, turpretī intervija galvenokārt ir mutiska;
- iztaujāšanas ietvaros informācija īpaši tiek vākta no subjektu grupām, turpretī intervijā – no individuālām personām;
- iztaujāšanai nepieciešami neitrāli operatori, turpretī interviju veic profesionāļi;
- iztaujāšana un sabiedriskās domas aptauja parasti ir kvantitatīva metode, turpretī intervija ir galvenokārt kvalitatīva.

Džons Vaizs (*John Wise*) (1988), atzīstot, ka iztaujāšanas definīcijās nav vienveidības un vienādu viedokļu, metodes pētījumā definē iztaujāšanu kā "mēģinājumu papildināt un interpretēt faktus par kādu sociālu institūciju, grupu vai jomu..., kas veikta, lai noteiktu esošos apstākļus."

Webster's Dictionary dod šādu iztaujāšanas definīciju: "pārbaude, bieži oficiāla, lai sniegtu precīzu informāciju, pārbaudi vai kritisks pētījums, parasti par izpētāmā objekta iesaistišanu (*social implication*); tās veiksmi veido esošo apstākļu apraksts un tā ir atkarīga no rūpīgas datu vākšanas un to sastāvdaļu interpretēšanas." (*apud Gugiuman, 1978*).

Ja iztaujāšana tiek uzsākta, lai iepazītu personu, iztaujāšana notiek sarunas veidā, un kad cilvēkiem tiek uzdoti jautājumi, tie jau ir daļēji strukturēti. Ja ir paredzēts iegūt informāciju par kādu sarežģītāku problēmu, ieteicams papildus iztaujāšanai veikt psiholoģisku testēšanu.

Konsultēšanā iztaujāšanu izmanto, lai iepazītu personu un viņa dzīvē nozīmīgus cilvēkus: vecākus, skolotājus, kolēģus, utt..

Aptaujas lapās, kas paredzētas vecākiem vai skolotājiem, iekļauti jautājumi, kas vērsti uz mērķu noskaidrošanu, tādi paši, kā aptaujas lapās vai diskusijās ar skolēnu: vecāku profesionālā kvalifikācija, ģimenes sociālais un ekonomiskais stāvoklis, viedokļi par bērna intelektuālām, izglītības un profesionālām spējām.

Izglītības speciālistiem parasti uzdod jautājumus par skolēna stāvokli klasē (intelektuālo, sociālo, uzvedību), individuālām īpašībām, adaptēšanās grūtībām, dominējošām interesēm, ieteikto izglītības vai profesijas jomu. Jautājumi jāpielāgo katram konkrētam gadījumam.

Metodes prezentācija

Standarta sociālās iztaujāšanas organizēšanai ir šādi posmi:

- iepriekšēja dokumentēšana;
- koncepciju definēšana;
- temata noteikšana un mērķu formulēšana;
- operacionalizācija un kvantifikācija;
- iztaujājamo iedzīvotāju daļas identifikācija;
- iztaujāšanas paņēmieni un procedūru noteikšana;
- darba instrumenta sagatavošana;
- eksperimentāla iztaujāšana;
- iztaujātāju/uz vietas strādājošu operatoru komandas izveidošana;
- iztaujāšanas kalendāra sastādīšana;
- datu vākšana;
- savākto datu pārbaude;
- noderīgu aptaujas lapu/veidlapu izvēlēšanās, ņemot vērā apstrādes nepieciešamību;
- informācijas kodēšana;
- datu apstrāde;
- informācijas analīze un interpretēšana;
- iztaujāšanas atskaites sagatavošana;
- stratēģijas/intervences/korektīvu pasākumu ieteikšana.

Ja psiholoģiskā un izglītības iztaujāšana tiek veikta karjeras konsultēšanas nolūkā, posmu skaits ir mazāks.

Pirmajā posmā tiek noteiktas problēmas robežas un formulētas hipotēzes. Sniedzot informāciju/ dokumentāciju par iztaujāšanas jomu, sākotnējās hipotēzes iespējams mainīt. Piemēram, attiecībā uz faktoriem, kas nosaka skolēna profesionālo interešu nepastāvību zināmā vecumā, pirmām kārtām obligāti jāzina, kādi informācijas līdzekļi viņiem ir pieejami, kā arī, cik nobriedušas viņi ir, lai pieņemtu lēmumus šajā vecumā.

Otrajā posmā tiek izstrādātas darba stratēģijas un izvēlētas izpētāmo iedzīvotāju izlasi. Izlases lielumu nosaka, pamatojoties uz to, cik lielā mērā secinājumus paredzēts vispārināt, vai pēc iegūto secinājumu precizitātes pakāpes. Izlasi komplektē saskaņā ar precīzām statistikas normām, tādām kā iedzīvotāju nozīmīgas raksturīgās pazīmes (dzimums, vecums, dzīvesvieta, izglītība, utt.), ko var izvēlēties, vai pamatojoties uz izvēlēto indivīdu pieejamību, pieejamiem finanšu un cilvēku resursiem, utt. Izlases veidošanas metožu izvēle lielā mērā ir atkarīga no konsultanta pieredzes un iedomāto saistību starp konkrēto mainīgo lielumu (*variable targeted*) un izlases raksturīgām pazīmēm.

Trešajā posmā izvēlas datu vākšanas instrumentus un vāc datus uz vietas. Bieži lietotie paņēmieni ir šādi: aptaujas lapas un intervijas vadlīnijas (*interview guide*), novērošana, mērķgrupa (*focus group*), diskusija, testi.

Ceturtajā posmā notiek informācijas apstrādāšana un interpretēšana. "Informācija/fakti nerunā paši par sevi. Pētnieks, kas ir gatavs izmantot iztaujāšanas metodi, noteiks, kādas informācijas apstrādes metodes tiks izmantotas." (*Wise, 1988*).

Konsultēšanā praktiķi, kas iztaujā cilvēkus, var izvēlēties starp divām pieejamām rezultātu apstrādes un interpretēšanas modalitātēm: loģisko faktu analīzi un statistisko analīzi.

Piektajā posmā informācija, ko ieguvuši speciālisti, tiek prezentēta akadēmiskām aprindām un cilvēkiem, kas iekļauti iztaujāšanas atskaitē (uzskatāma par attiecīgās lietas mikro-monogrāfiju).

Iztaujāšanas metodes

Mutisku vai tiešu iztaujāšanu biežāk izmanto plašsaziņas līdzekļi. Tai ir priekšroka salīdzinājumā ar rakstisku iztaujāšanu, tādēļ ka starp iesaistītajām personām tiek veicināta interaktīva komunikācija. Mutiskas iztaujāšanas divi varianti ir iztaujāšana, tiekoties ar cilvēku un iztaujāšana pa telefonu. Iztaujāšana, kad tiek izmantoti magnetofonā ierakstīti jautājumi, ir jaukta metode un mūsdienās to izmanto aizvien biežāk.

Netiešu iztaujāšanu (rakstisku vai ar aptaujas lapām) raksturo attālums starp iztaujātāju un iztaujāto, un aptaujas lapa ir instruments, kas pēdējam nosūtīts (tradicionāli) pa pastu vai e-pastu (aizvien biežāk); ir arī citi netiešās iztaujāšanas varianti, kas tiek izmantoti retāk: vienlaicīga administrēšana grupās vai presē. Izlases lielums ir atkarīgs no vēlamās precizitātes pakāpes un pieejamiem finanšu un profesionāliem resursiem. Vidēji liela izlase ir statistiski pietiekama. Piemēram, ja iztaujāšanas izlase aptver 800-1000 cilvēkus, rezultātu precizitāte ir +/-3.1 %.

Mērķauditorija

Šo metodi var izmantot visām klientu kategorijām: skolēniem, jauniem cilvēkiem, kas beidz dažādas izglītības un profesionālās mācību iestādes, pieaugušajiem (kuriem ir īpašs statuss un lomas).

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Iztaujāšanas veidi

Mini-iztaujāšana ir iztaujāšana, kas var aprobežoties ar dažiem jautājumiem. Piemēram, garāmgājējus lūdz izteikt savas domas par kādu problēmu vai paziņojumu. Viedokļi netiek komentēti un netiek uzdoti citi jautājumi. Šādu mini-iztaujāšanu var veikt seminārā, un tam nav vajadzīga pārāk liela sagatavošanās. Jautājumi visbiežāk ir noformulēti šādi: "Ko jūs domājat par ...", vai tiek nolasīts kāds paziņojums un cilvēku lūdz izteikt savu viedokli. Atbildes jāieraksta vai jāpieraksta saskaņā ar protokolu (*Gugel, 2002*).

Intervijas – kas vērstas uz konkrētiem mērķiem – ir strukturēti jautājumu komplekti par konkrētu tematu. Ir vairāki jautājumu veidi: jautājumi, uz kuriem var dot daudz atbilžu, *jā-nē* jautājumi, atklāti jautājumi.

Iespējamā jautājuma topoloģija:

- iesildīšanās jautājumi vai "ledus laušanas" jautājumi (kas veicina dialogu): iepazīstināšana ar sevi un/vai informācija par tikšanās nolūku;
- tematiskie: saistīti ar intervijas tematiku;
- idejas/opcijas/lēmumi: ja jūs varētu pieņemt lēmumu, kāds tas būtu;
- saistīti ar aktivitāti: nolūks iesaistīties aktivitātēs.

Iztaujāšana pa telefonu, pastu vai e-pastu ir tikpat derīga, kā citi veidi, un tās priekšrocība ir lielā operativitāte, bet sadarbības/atbildes līmenis ir zemāks.

Datu vākšana aptver viedokļus, intereses, attieksmi, datus (piemēram, par dzīves vietas sociālo struktūru), utt.. Ieteicams izmantot aptaujas lapu, kurā iekļauti tādi jautājumi, kas:

- ir saistīti ar iekļaušanos grupā (*group inclusion*) (vecums, nodarbošanās, postenis, utt.);
- palīdz noformulēt viedokļus, piezīmes, vēlmes, utt. saistībā ar iztaujāšanas tematu.

Aktivizējošā sabiedriskās domas aptaujā (*activation poll*) jautājumus uzdod cilvēkiem, kas iesaistīti konkrētā lietā. Šīs aptaujas nolūks nav obligāti savākt datus, bet gan novērtēt iesaistīšanās pakāpi pārmaiņu procesā un iniciatīvas stimulēšanā (*Gugel, 2002*).

Metodes pielietojums konsultēšanā. Konsultēšanas praksē sociālo iztaujāšanu bieži izmanto, lai noskaidrotu *status quo* ģimenēs ar bērniem; iztaujāšanas rezultāts palīdz realizēt diferencētu pieeju katrā konkrētā situācijā. "Iztaujāšanas vērtība atšķiras skolēniem no mazāk labvēlīgas vides, kuriem personības strukturēšanas procesā nepieciešama kompensācija un koriģēšana" (*Gugiuman, 1978*).

Sociālu iztaujāšanu praktiķis bieži papildina ar psiholoģiskās novērtēšanas testiem (kas sniedz informāciju par klienta personības iezīmēm) un aptaujas lapām, lai izpētītu centienus, intereses, motivāciju un spēju resursus. Šāda veida iztaujāšana var dot vajadzīgo informāciju par personīgo vērtību sistēmu, kā arī par klienta spējām pieņemt lēmumus attiecībā uz turpmāko karjeru.

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

Metodei ir noteikta vērtība, jo tā pārstāv "iztaujāšanas zinātniskus līdzekļus, bieži vienīgo pieejamo metodi, par sociālās dzīves subjektīvo pasauli – viedokļiem, attieksmi, apmierinātību, centieniem, pārliecību, zināšanām, interesēm, utt., individuālā un grupas līmenī" (*Vlăsceanu, 1993*). Iztaujāšana ir elastīga metode, kas dod iespēju to izmantot dažādās jomās un situācijās, tai ir raksturīga ātra informācijas vākšana, tā var aptvert lielu iedzīvotāju segmentu un to var izmantot, lai apskatītu dažādus tematus.

Iztaujāšana palīdz iegūt informāciju, kas ļauj attiecināt rezultātus, kas iegūti pētīt vienu iedzīvotāju daļu, uz visiem iedzīvotājiem (ar zināmu kļūdas iespējamību), tādējādi nosakot "profilu".

Trūkumi:

Iztaujāšanas laikā iespējamās kļūdas var rasties kļūdainu darba metožu, subjektu nesadarbošanās vai izpētāmās jomas dabas dēļ (subjektīvi jautājumi un spēlētāji), kas neatbilst skaidram lineāram modelim. Iztaujāšanā kļūdas var radīt arī izlases izvēle (nereprezentatīva, vai neatbilstoši stratificēta). Tieši tādēļ ieteicams saistīt kolektīvu iztaujāšanu ar personīgu. Cits ierobežojums ir saistīts ar aptaujas saturu un garumu. Nogurums var izraisīt interese kritumu un standarta, virspusējas, stereotipiskas, konformistiskas atbildes.

Bieži apgalvo, ka sociālā iztaujāšana tikai konstatē faktu – ka tā ir aprakstoša – izskaidrojoša kādā konkrētā iztaujātās personas attīstības fāzē. Psiholoģiska iztaujāšana pārsniedz šīs robežas, jo tā uzskata, ka persona ir noteiktas sociālās attīstības pakāpes un pieredzes nesējs. Atmiņu un eksperimentālu pētījumu izmantošana ļauj pētniekam paredzēt turpmākās attīstības līnijas. Tomēr, salīdzinājumā ar sociālu iztaujāšanu, ko veic kompleksa komanda, individuālam psihologam, kurš veic iztaujāšanu, jāapvieno sevī visas komandas īpašības.

Bibliogrāfija

- Cerghit, I. (1997). *Metode de învățământ*. (ed. a III-a). București, EDP.
- De Singly, Francois; Blanchet, Alain; Gotman, Anne; Kaufmann, Jean (1998). *Ancheta și metodele ei: Chestionarul, Interviu de producere a datelor, Interviuul comprehensiv*. București, Editura Polirom.
- Dicționar de sociologie* (1993). L. Vlăsceanu; C. Zamfir, C. (coord). București, Editura Babel.
- Gugel, G. (2002). *Metode de lucru în educația adulților*. Timișoara, Editura Waldpress.
- Gugiuman, A. (1978). *Ancheta*. În: Cunoașterea elevului – o sinteză a metodelor (I. Holban, coord.). București, EDP.
- Jigău, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
- Macavei, E. (2001). *Pedagogie. Teoria educației*. București, Aramis Print.
- Mucchielli, R. (1982). *Metode active în pedagogia adulților*. București, EDP.
- Nachmias, C.; Nachmias, D. (1996). *Research methods in the social sciences*. (5-th ed.). London, Edward Arnold.
- Oprescu, V. (1983). *Dimensiunea psihologică a pregătirii profesorului*. Craiova, Scrisul Românesc.
- Porlier, J. C. (2001). Metode și tehnici utilizate în orientarea școlară și profesională. În: *Orientarea școlară și profesională a tinerilor rezidenți în zone defavorizate socio-economic și cultural*. București, Editura AFIR. (<http://ospzd.ise.ro/>)
- Rotariu, T. (1999). *Metode și tehnici de cercetare în științele sociale*. Curs litografiat, TUB.
- Rotariu, Traian; Iluț, Petru (1997). *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. București, Editura Polirom, Colecția Collegium.
- Tomșa, Gh. (1996). *Dicționar de OSP*. București, Editura AFELIU.
- Tomșa, Gh. (1999). *Consilierea și dezvoltarea carierei la elevi*. București, Casa de Editură și Presă Românească.
- Watts, A. G.; Law, B.; Killeen, J.; Kidd, Jennifer; Hawthorn, Ruth (1996). *Rethinking Careers Education and Guidance*. London and NY: Routledge, Taylor and Francis Group.
- Wise, John Macgregor (1988). Living in a Deleuzean world. In: *Exploring technology and social space*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications (apud: An introduction to Educational Research, New York, Publishing Press).

www.infomass.ro/10_ancheta.htm

www.token.com.ro/services/quant_analysis/quant_analysis.htm

Situācijas analīze

Case Study

Speranta TIBU
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Situācijas analīzi izpēti jau 19. gadsimta beigās izmantoja dažādās jomās (tieslietās, likumdošanā, medicīnā, biznesā), īpaši kā pētīšanas metodi, bet 1950.-tajos gados bija novērojama plašāka metodes izplatīšanās un tika atzīta tās efektivitāte mācīšanās procesā. Konants (*Conant*)(1949) acīmredzami bija to pirmo skaitā, kas organizēja savu kursu, izmantojot rakstiskas situācijas, kuras tika nolasītas un tad apspriestas. Izmēģināta eksperimentāli *Harvardas Biznesa skolā* (*Harvard Business School*) kā pedagoģiska metode, situācijas analīze demonstrēja sevišķas veidojošas īpašības (*particular formative qualities*), "atbildību par mācīšanos pārnesot no skolotāja uz skolnieku, un pēdējā loma mainījās no pasīvas uzkrāšanas uz aktīvu iesaistīšanos" (*Boehrer*, 1990).

Mūsdienās metodi plaši izmanto gan vispārējā, gan profesionālā izglītībā. Karjeras konsultēšanā situācijas analīze iekļāvās citās mūsdienu konsultēšanas metodēs, kas tiek izmantotas vienlaicīgi un papildus tradicionālām metodēm.

Teorētiskais pamatojums

Mūsdienu sabiedrībā, kur nepieciešami profesionāli labi izglītoti cilvēki, lai tie ātri un tūlīt nonāktu darba tirgū, metodēm darbā ar skolniekiem, studentiem un pieaugušajiem, jānodrošina daudz ciešāka saikne ar reālo pasauli, jāpalīdz trenēt spējas, ko varētu viegli pārnest uz ikdienas darbībām darbavietā.

Kergits (*Cerghit*) (1997) apraksta mācīšanos kā kaut ko tādu, kas ir ārpus teorijas un nodrošina struktūru spēju un prasmju trenēšanai. Metodes (operatīvas un praktiskas) (*operational and practical*), kuru pamatā ir aktivitāte (*action-based methods*), mācīšanas procesā tagad tiek izmantotas šī paša iemesla dēļ. No izglītības zinātņu viedokļa situācijas analīze iekļauta tādu metožu kategorijā, kas pamatojas uz reālu darbību.

Zlate (*Zlate*) (1982) uzskata, ka ideja par situāciju analīzi mācīšanās procesā radusies gan no mācīšanas prakses (kas rekomendē intuitīvus un konkrētus modeļus, lai padarītu saturu pieejamāku), kā arī aktīvas pedagoģijas teorijām (kas saista mācīšanās efektivitāti ar skolnieka aktivitāti) vai sociālās psiholoģijas teorijām (grupu dinamikas teorijas). Tā autors uzskata, ka situācijas analīze ir "aktīva metode (jo tā stimulē katru dalībnieku), bet arī grupas metode (jo tā pamatojas uz grupas locekļu mijiedarbību, lai atrisinātu konkrēto lietu)."

Metodes prezentācija

Tradicionālā konsultēšanas praksē klients tiek uzskatīts par pasīvu informācijas saņēmēju, kas ievēro instrukcijas, kā rezultātā iesaistīšanās ir zemā līmenī. Galveno lomu spēlē konsultants, kas organizē informāciju, ko klientiem piedāvā kā pabeigtu pieejamu variantu. Moderna konsultēšana pārbīda uzsvāru no konsultanta uz klientu, kas aktīvi iesaistās un uzņemas atbildību par mācīšanos un konsultēšanas procesa rezultātiem. Klients ir atbildīgs par turpmākiem ieguvumiem un atklāj iemācītā tūlītējo labumu. Konsultants tiek uzskatīts par

procesa veicinātāju, kas nodrošina drošību un uzticēšanos, sagatavo aktivitātes, apmāca, palīdz sagatavot secinājumus. Klienti "atklāj" un "izdzīvo" informāciju, tās saturs ir centrēts uz reālās dzīves aspektiem, uzdevumi nostāda dalībniekus konkrētās darba situācijās, kad nepieciešamas pārrunas par aktivitātes variantiem, individuāla vai komandas analīzi, tādu risinājumu izvēlēšanās, kas pārstāv individuālas vai grupas atbildes. Pamatoties uz darba "inkubatoros" iegūto pieredzi, tiks izdarīti personīgi un vispārīgi secinājumi, un konsultanta loma ir uzdot jautājumus, virzīt, bet nevis dot gatavus risinājumus.

Mēs varam uzskaitīt vairākas modernas konsultēšanas pazīmes:

- uz dalībnieku orientēta, kuras mērķis ir apmierināt tūlītējas individuālās/grupas vajadzības;
- sadarbība;
- atsauksmju avots;
- vērsta uz cieņu pret dalībnieku;
- notiek drošā un ērtā gaisotnē.

Situācijas analīzes metode ir pārāka par tradicionālo metožu neērtībām, pateicoties šādām iezīmēm:

- atvieglo konfrontāciju *ar reālām dzīves situācijām*. Apspriežamais gadījums ir ņemts no autentiskām dzīves situācijām, konsultanta vai dalībnieka praktiskās pieredzes;
- ietver *praktisku mācīšanos, kritisku domāšanu* (uzdodot jautājumus, kas saistīti ar problemātisko lietu), *pozitīvu pieeju* (uz risinājumu vērsta), izpratni par ierobežojumiem un šķēršļiem konkrētā situācijā;
- maksimāli provocē grupu, *aktīvi iesaistot visus dalībniekus* debatēs par risinājuma alternatīvām. Bufalo universitātē veiktais pētījums (1994) parāda, ka apmeklētība tradicionālosursos, kuros tika izmantotas prezentācijas, lekcijas un liels informācijas apjoms, bija 50-60 %, salīdzinājumā ar aktīvākiem kursiem, kur izmantoja praktiskus gadījumus, iesaistīja grupu un attīstīja domāšanas spējas – un apmeklētība bija 95 %;
- veicina *mācīšanos ar līdzdarbošanās un sadarbības palīdzību*. Dalībnieki vispirms mācās cits no cita, debatējot, argumentējot, pamatojot savus argumentus un pārdomājot citu dalībnieku viedokļus un risinājumus. Merijs (*Merry*) (1954) uzskata, ka process drīzāk ir induktīvs, nevis deduktīvs: "fokuss ir uz mācīšanos sadarbojoties, un nevis uz savu viedokļu izklāstīšanu par skolotāju";
- prasa un attīsta *komandas darbu, lēmumu pieņemšanas un problēmas risināšanas, mutiskas komunikācijas, argumentēšanas un debatēšanas prasmes*;
- attīsta *spēju analizēt, paredzēt un novērtēt risinājuma praktisko vērtību*;
- palielina atbildību, *pašpaļāvību un uzticēšanos*. Erskine (*Erskine*) (1981) uzskata, ka situācijas analīze ļauj skolniekam attīstīt "virtni komunikācijas, debatēšanas un problēmu risināšanas prasmju, paaugstinot pašpaļāvību un uzticēšanos saviem klasesbiedriem".

Metodes nolūks nav sniegt plašu informāciju, bet veicināt tādu konkrētu spēju trenēšanu, ko pēc tam var izmantot ikdienas dzīvē. Ja mēs atsaucamies uz Blūma (*Bloom*) taksonomiju, situācijas analīze mazāk koncentrējas uz *zināšanām*, vairāk uz *saprašanu, lietošanu, analīzi, sintezēšanu, novērtēšanu*.

Analizējot un diskutējot dažādus gadījumus, dalībnieki mācās risināt problēmu, kad nav acīmredzama risinājuma. Viņi identificē konkrētās situācijas un saprot kontekstuālos faktoros, kas izraisījuši šo problēmu, viņi tiek stimulēti pašiem veikt analīzi un lietot savas zināšanas problēmas risināšanai. Turklāt situācijas analīze sagatavo dalībniekus reālās dzīves problēmām, krīzes situācijām, piedāvājot viņiem iespēju savlaicīgi attīstīt virtni efektīvu reaģēšanas un problēmu risināšanas prasmju. Tieši tādēļ situācijas analīze tiek uzskatīta par lielisku "dzīves mēģinājumu".

Gadījums (*Cerghit*, 1997) ir:

- induktīvu zināšanu atbalsts, kas ļauj pāriet no konkrētā (gadījums, situācija) uz vispārējo (secinājumi, kurus var attiecināt uz visu līdzīgu gadījumu vai situāciju kategoriju);

- deduktīvo zināšanu pamats (idejas, kas ņemtas no gadījuma izpētes, vēlāk tiks izmantotas ikdienas dzīvē).

Konsultēšanā *gadījumi* ir centrēti uz indivīdu, grupu, ģimeni kritiskās dzīves situācijās. Sociālo, kultūras, ekonomisko, vēsturisko detaļu kopums iezīmē problēmsituāciju, ar kuru sastapusies galvenā persona (personas). Gadījums izklāstīts īsa stāstījuma formā, kas bagātīgs ar detaļām, ar "dzīves fragmentiem" (nozīmīgi incidenti mājās vai skolā, ekstrēmas situācijas, krustceļi, izvēloties vai mainot darbu, utt.).

Tomēr ne katru situāciju var uzskatīt par "gadījumu", bet gan tikai tās, kas atbilst šādiem nosacījumiem (*Muccielli, apud Zlate, 1982*):

- tā ir *autentiska*, ņemta no reālās dzīves. Abstraktas situācijas, kas nav saistītas ar individuālām vai grupas vajadzībām, nedos autentisku analīzi un risinājumus, un tām nebūs mācīšanās efekta;
- ir *nepieciešama neatliekama iejaukšanās*, saspīlējuma vai drāmas dēļ. Parastās, ikdienas situācijās, kur nav nekāda saspīlējuma, nav nepieciešams iejaukšanās un analīzes plāns;
- tā ir *nozīmīga* attiecībā uz dalībnieku problēmām un cerībām;
- tajā ir *detaļas un informācija*, kas saistīta ar kontekstu un faktoriem, kuri izraisījuši problēmu. Neatkarīgi no tā, vai šīs detaļas ir pilnīgas vai daļējas, tās ļauj analizēt, diskutēt un debatēt, kā arī uzskicēt risinājumu alternatīvas.

Karjeras konsultēšanā situācijas analīzes metode jāpielieto kā darba instruments, lai atrisinātu kritisku situāciju (kas aprakstīta gadījumā). Savstarpēji mijiedarbojoties, grupas dalībnieki spēj definēt problēmu, identificēt alternatīvus risinājumus tās nokārtošanai, izvēlēties galīgo risinājumu un ierosināt īstenošanas plānu. Gadījuma izpēte sekmē no reālās dzīves ņemtas kritiskas situācijas risināšanas *modelēšanu*.

Labam *gadījumam* nav nepieciešams tikai viens risinājums (tas ir vingrinājums, kas atrisināts saskaņā ar algoritmu), bet tas pieļauj dažādas pieejas vai procedūras, kas noved pie risinājumu alternatīvām.

Pielietošanas varianti

Atkarībā no jomas, kurā tā tiek pielietota, metodei piemīt dažādi varianti vai pielietošanas stadijas. Neasku un Kergits (*Neacșu and Cerghit*) (2001) uzskata, ka, apstrādājot situāciju, nepieciešami šādi (vispārēji) soļi:

1. situācijas izprašana:
 - situācijas prezentēšana;
 - nepieciešamās informācijas iegūšana, uzdodot:
 - jautājumus skolotājam/konsultantam,
 - vācot informāciju uz vietas (*field work*),
 - pētot papildus zināšanu avotus;
 - sistematizēšana;
 - faktu analīze;
 - starp iemeslu un notikumu esošo attiecību noteikšana;
 - iespējamā risinājumu izstrādāšana;
2. risinājuma noteikšana
3. lēmuma pieņemšana:
 - variantu pretstatīšana;
 - to vērtības salīdzināšana;
 - variantu sakārtošana;
 - lēmuma pieņemšana.
4. lēmuma atbalstīšana.

Situācijas analīzes izpētes īpašais raksturs un posmi

Karjeras konsultēšanā situācijas analīze tiek izmantota galvenokārt kā *grupas metode*. Konsultants prezentē situāciju un nodod to komandas apspriešanai un risināšanai. Tā kā situācija interesē un ir aktuāla visiem grupas dalībniekiem, uzsvars ir uz līdzdarbošanos un sadarbību. Lēmums par optimāliem risinājuma variantiem tiks pieņemts *nodarbības/mācību* laikā. Svarīga ir katra grupas locekļa personīgā pieredze un *pārņemšanas spējas* (*transferable abilities*), kuras dalībnieki apzinās un attīsta gadījumu izskatīšanas procesā. Ir atsevišķas situācijas, kad metode tiek izmantota individuālā konsultēšanā vai izpētē. Bet tā kā šādas situācijas karjeras konsultēšanā ir retāk sastopamas, mēs tās šajā nodaļā sīkāk neaprunāsim.

a. Dalībnieku iepazīstināšana ar situāciju

Situācijas var nolasīt vai prezentēt, izmantojot informācijas un komunikācijas līdzekļus: audio, video aparāturu.

Pēc konsultanta izvēles situāciju var prezentēt šādi:

- nolasot/atskaņojot ierakstu visai grupai;
- ja grupa ir liela, to var sadalīt komandās un katra komanda saņems rakstisku situācijas prezentāciju, lai varētu ar to iepazīties;
- katrs grupas loceklis saņem lapu ar situācijas prezentāciju. Situācija tiek izprasta individuāli.

Šajā fāzē tiek noskaidrota sākotnējā informācija par situāciju: dati, notikumi un iesaistītās personas. Lai iegūtu vispārēju priekšstatu, ieteicams izlasīt visu aprakstu. Sākumā liekas, ka ir pārāk daudz informācijas, vai trūkst detaļu (pārāk maz datu). Ieteicams vēlreiz pārlasīt aprakstu, lai noteiktu sociālos, kultūras, ekonomiskos, vēsturiskos vai politiskos aspektus, kas ir situācijas pamatā, un piezīmēt atbilstošos. Ja ir jautājumi par situāciju, vislabāk tos NEIZTEIKT, bet uzmanīgi lasīt to vēlreiz.

Vienkārša iepazīšanās ar situāciju automātiski neļaus atrast optimālus risinājuma variantus. Vēl nepieciešamas citas procedūras, lai pabeigtu procesu un rastu efektīvu galīgo risinājumu.

b. Fundamentālu jautājumu identificēšana

Dažos metodes variantos jau ir doti jautājumi (sava veida norādes situācijas analīzei un lēmuma pieņemšanai). Tomēr parasti grupa nolemj, kādus jautājumus uzdot. Reālās dzīves situācijās neviens neformulēs jautājumus mūsu vietā, lai mūsu karjera būtu veiksmīga.

Ieteicams uzdot tādus jautājumus, kā: "Kādā veidā...?", "Kas ir...?", "Kādēļ...?". Atbilstošu jautājumu identificēšana virzīs analīzes procedūru. Piemēri jautājumiem, kas der gandrīz vienmēr.

- Kas ir *darbojošās personas*?
- Kādi ir to *mērķi* (skaidri izteiktie un netiešie)?
- Kādas ir *iespējas un riski*?
- Kādas ir *problēmas*?
- Uz kādiem *faktoriem mēs paļaujamies* (skaidri izteikti aspekti, slēdzieni), kad mēs pieņemam lēmumu par kādu konkrētu risinājumu? Vai šiem faktoriem var uzticēties/vai tie ir izšķiroši?
- Kādi *lēmumi un darbības* ir veicamas?
- Kādas ir *alternatīvas*?
- Kādi *kritēriji* izmantojami alternatīvu izsvēršanā/vērtēšanā?
- Kādi ir ietiecami *soļi/darbības*?
- Kā mēs varam *pārliecināt* citus, ka mūsu risinājumi ir vislabākie?
- Ko mēs esam *mācījušies* no šī gadījuma?
- Kādā veidā pētījuma rezultāti ietekmē manu personīgo dzīvi vai problemātisko situāciju, kurā es esmu?

Šo posmu var īstenot lielā grupā vai mazās komandās. Ja jautājumi nav noformulēti iepriekš, tagad ir īstais laiks pierakstīt interesantākos (kā prāta vētras laikā). Atklāsies, ka interesi izraisa dažādi aspekti (situāciju sarežģītības vai dalībnieku dzīves pieredzes dēļ).

c. Problēmas (problēmu) identifikācija

Ja iepriekšējo posmu var uzskatīt par visu sastāvdaļu un detaļu, kuras pirmajā saskaršanās reizē varētu izraisīt interesi (sava veida ‘iesildīšanās’ vai ‘dziļāka iepazīšanās’), vispārēju un nefokusētu analīzi, šajā posmā grupai jāuztver situācijas svarīgākā problēma vai problēmas. Šis posms ir veltīts svarīgu faktu noskaidrošanai, lai nošķirtu būtiskos no nebūtiskajiem. Šo posmu uzskata par ‘diagnozes noteikšanas’ posmu (Zlate, 1982).

Ir situācijas, kad problēma ir skaidri formulēta (dažreiz jautājuma veidā), pat situācijas beigās, un grupas uzdevums ir daudz vieglāks, kad uzsvars ir uz risinājuma alternatīvu atrašanu.

d. Risinājuma alternatīvu identifikācija

Pēc tam, kad problēma (problēmas) ir skaidri noformulētas, grupa raksta risinājuma alternatīvas, pamatojoties uz savu personīgo pieredzi, kā arī grupā notikušo debašu rezultātu. Jāņem vērā katra izvirzītā risinājuma priekšrocības, trūkumi un sekas. Mēs runājam par katras alternatīvas pozitīvo un negatīvo aspektu *novērtēšanu* un to īstenošanas seku *paredzēšanu*.

Visu alternatīvu sistematizēšana vienā tabulā atvieglo salīdzināšanu un hierarhijas noteikšanu:

| | Priekšrocības | Trūkumi | Sekas |
|-----------------------|----------------------|----------------|--------------|
| 1. variants: | | | |
| 2. variants: | | | |
| 3. variants: | | | |
| utt. | | | |

Svarīgi apsvērt šķēršļus (trūkumus, riskus), kas var kavēt rast risinājumu, kā arī stimulējošos faktorus (priekšrocības). Alternatīvas gatavība, efektivitāte un vērtība ir šādas analīzes rezultāts, nevis vienkārši iespējamā risinājuma konstatējums.

e. Lēmums par īstenojamo alternatīvu.

Kad katrs ierosinātais variants ir pierakstīts un izanalizēts, grupai jāpieņem lēmums par ‘uzvarējušo variantu’, citiem vārdiem, jānolemj par vēlamo problēmas risināšanas kārtību. Ja pietiek laika un gadījuma sarežģītais raksturs prasa, var izvēlēties divas dzīvotspējīgas alternatīvas.

Lai gan grupas locekļiem var būt atšķirīgi viedokļi par galīgo alternatīvu, nepieciešams, lai grupa/komanda pārrunu ceļā nonāktu pie viena lēmuma. Ja ir ievēroti iepriekšējie soļi, labiem risinājumiem vajadzētu rasties diezgan spontāni. Svarīgi neizlaist nevienu soli, lai ātrāk rastu risinājumu, jo var palaist garām svarīgas detaļas, kas ļautu uzskicēt optimālo risinājumu. Turklāt šajā fāzē jāizskaidro loģiskā kārtība, kas ievērota, izvēloties vienu alternatīvu.

f. Plāna izstrādāšana un īstenošana

Situācijas analīzes (*finalizing*) nozīmē ne vien risinājuma alternatīvas izvēlēšanos, bet arī efektīva īstenošanas plāna izstrādāšanu. Šis solis ir ļoti svarīgs, jo tas pierāda lēmuma efektivitāti.

g. Rezultāta novērtēšana un konceptualizēšana

Šajā posmā tiek izdarīti vispārīgi secinājumi, kurus varētu izmantot līdzīgās situācijās. Tādu aspektu uzskaitījums, kas attiecas uz komandas darbu, komunikāciju, lēmumu pieņemšanu un risinājuma pārņemšanu uz līdzīgām situācijām, dos atbildi uz jautājumu "Ko mēs esam iemācījušies no šīs situācijas?".

h. Gala ziņojuma sagatavošana

Konsultanti var pieprasīt *rakstisku* vai *mutisku* ziņojumu, kas prezentētu rastos risinājumus. Klausītājiem tos būs vieglāk pieņemt un saprast, ja izskaidrojums ir loģisks un sasaistīts, un īstenošanas plāns ir precīzi formulēts.

Rakstisks ziņojums

Īss ziņojums ir daudz efektīvāks, nekā garš un komplicēts. Tas nenozīmē, ka jāizlaiž būtiski elementi, bet gan, ka būtiskie momenti tiek prezentēti skaidri un kodolīgi.

Struktūra

- *Kopsavilkums*: svarīgāko aspektu un risinājumu izklāsts dažās rindiņās, kas ietver problēmas definīciju, piedāvātos risinājumus un katru risinājumu pamatojošos argumentus.
- *Problēma*: galvenā problēma (problēmas), ar kuru sastopas personas; nav sagaidāms, ka katrs, kas izlasīs gadījumu, spēs identificēt problēmu, tieši tādēļ nepieciešams to prezentēt kodolīgi.
- *Alternatīvas*: visu alternatīvu, argumentu un pretargumentu, katras alternatīvas ierobežojumu un šķēršļu uzskaitīšana.
- *Secinājumi*: konkrētā risinājuma izvēles pamatā esošā analīze un loģika, citu alternatīvu noraidīšanas iemesli.
- *Īstenošana*: lēmuma īstenošanas rīcības plāns, lai lasītājs spētu saprast ne vien, kādēļ izvēlēts konkrētais risinājums, bet arī, kādā veidā tas tiks īstenots, un šīs rīcības sekas.

Mutisks ziņojums

Ziņojuma prezentēšanai tiks izraudzīts grupas/komandas loceklis. Katram dalībniekam jābūt gatavam prezentēt savas grupas darba rezultāti un jāspēj komentēt un argumentēt izdarīto izvēli. Sagatavošanās mutiskai ziņošanai notiek šādi:

- *Situācijas apraksts*: īss ievads par situāciju.
- *Problēmas definēšana*: problēmas, ar kuru sastopies situācijas personāžs, prezentēšana.
- *Alternatīvu analīze*: iespējamo risinājumu alternatīvu kodolīga prezentācija.
- *Secinājumi*: iemesli, kādēļ izvēlēta minētā, nevis kāda cita alternatīva.
- *Īstenošana*: īstenošanas plāns.

Mutiskai prezentācijai atvēlētais laiks ir diezgan mazs, tas nozīmē, ka tiks minēti tikai vissvarīgākie aspekti. Iespējams, ka lūgs prezentēt tikai secinājumus un atbildēt uz jautājumiem.

Secinājumi

Situācijas analīze ir viena no visizaicinošākajām metodēm karjeras konsultēšanā, un pret to nevajadzētu izturēties nevērīgi. Pienācīgi izmantota situācijas analīze dod iespēju trenēt lēmumu pieņemšanas spējas, ko iespējams veiksmīgi pielietot konkrētām karjeras un personīgām problēmām.

Prezentējot citu situācijas analīzes risinājumus klientiem, kuriem ir personīgas problēmas, viņi jābrīdina par potenciālām problēmām, ar kurām viņi paši var sastapties. Mērķa noteikšanas, iespējamo alternatīvu analīzēšana, lēmumu pieņemšanas, rīcības plāna izstrādāšanas un citas prasmes noderēs reālās dzīves situācijās. Ziņojums palīdzēs arī pilnveidot spējas izteikties sintezēti (mutiski vai rakstiski), argumentēt un aizstāvēt savu

viedokli. Konsultanta loma ir organizēt un uzraudzīt procesu, *veicināt* diskusijas, nodrošināt, lai tiktu ievēroti komunikācijas noteikumi, un mazināt konfliktus.

Mērķauditorija

Karjeras konsultēšanā praktisku gadījumu metodi var izmantot, strādājot ar visām mērķgrupām: skolēniem, skolu beidzējiem, pieaugušajiem, bezdarbniekiem, cilvēkiem ar fiziskiem traucējumiem, utt. Vislabākās ir mazas grupas (5-6 vai 10-12 cilvēku), bet metode ir piemērota arī lielākām grupām, kas tiek sadalītas apakšgrupās/komandās, kurām tiek uzdoti atšķirīgi uzdevumi.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Mūsdienās internetā ir daudz vietņu, kas piedāvā situācijas analīzes piemērus dažādās jomās: medicīnā, tieslietās, lauksaimniecībā, biznesā, psiholoģijā.

Konsultantu rīcībā jābūt situāciju analīžu portfelim, kas raksturīgi viņu darbības laukam, ko varētu izmantot konsultēšanas seansos vai nodarbībās. Portfeli var būt gadījumi, ar kuriem viņi sastapušies savas darbības gaitā, reālās dzīves situācijās, vai arī kas ņemti no plašsaziņas līdzekļiem, ja ir pieejama pietiekami detalizēta informācija, lai uzskicētu autentisku gadījumu. Pat kāda grūta situācija konsultēšanas grupā var tikt uzskatīta par šādu situāciju un attiecīgi risināta.

Ir situācijas, kad dalībniekus lūdz radīt pašiem savas situācijas – no savas personīgās pieredzes, vai kādu nozīmīgu situāciju savās sociālās vai profesionālās aprindās. Viņi var brīvi izvēlēties neizklāstīt savu personīgo situāciju kā gadījumu (konsultantam jāpārlicinās, vai dalībnieki patiešām vēlas izklāstīt savu personīgo situāciju grupas izskatīšanai, un vai viņi apzinās iespējamās sekas).

1. piemērs:

M. ir 16 gadus vecs profesionālās skolas otrā kursa audzēknis, specializācija – celtniecības krāsotājs. Viņa ģimenes ienākumi ir pieticīgi. Pēc tam, kad 1990. gadā viņa vecāki zaudēja darbu, un pēc bezdarbnieku pabalsta un sociālās palīdzības zaudēšanas viņu materiālais stāvoklis ir pasliktinājies. Vecākais brālis un māsa aizgāja no mājām, kad viņi atrada darbu. Tēvs slimo ar tuberkulozi un ir alkoholiķis. Atmosfēra mājās kļūst aizvien nepatīkamāka. M. cenšas slēpt šo situāciju, īpaši no saviem kursa biedriem. Viņa sapnis ir turpināt mācības un iestāties celtniecības fakultātē. Bet vecāki uzstāj, ka viņam jāatrod darbs, lai palīdzētu ģimenei. Par to ir daudz strīdu. M. nezina, ko darīt, kur rast padomu vai finansiālu atbalstu, un tādēļ viņš meklē palīdzību pie konsultanta.

2. piemērs:

S. ir 22 gadi un viņa ir 1. kursa medicīnas studente. Viņa ir vienīgais bērns ģimenē un nekad saviem vecākiem nav radījusi problēmas. Viņas māte ir farmaceite, bet tēvs – pazīstams ārsts. Abi ieteica S. iestāties medicīnas skolā, lai gan viņa to nevēlējās. Viņa vairākas reizes kārtoja eksāmenu, līdz tika uzņemta. Vecāki atbalsta viņu finansiāli. Bet S. nenokārto 1. kurda eksāmenus un paziņo vecākiem, ka pamet mācības, jo nespēj tikt galā. Turklāt viņa satiekas ar cilvēkiem, kuri, pēc mātes domām, slikti ietekmē viņu. Viņas vecāki no savas dzīvesvietas nevar S. nekādi kontrolēt. Māte vēršas pie konsultanta palīdzības, jo S. nedomā par savu nākotni. Viņa apraksta S. kā kautrīgu un viegli ievainojamu būtni, kurai patīk māksla (S. apmeklējusi mūzikas koledžu un gribējusi iestāties konservatorijā, bet vecāki neuzskatīja to par veiksmīgu profesiju un nolēma, ka viņai jāiestājas medicīnas skolā, neskatoties uz meitas interesi par citu jomu.

3. piemērs:

Mani sauc Renāte. Man ir 24 gadi un 2 bērni. Meitai ir 4 gadi, bet dēlam tikai 4 mēneši. Es nestrādāju kopš pirmā bērna piedzimšanas. Sāku strādāt ātrās ēdināšanas restorānā jau vidusskolas laikā. Pēc skolas beigšanas strādāju par oficianti, bet pārtraucu darbu, kad paliku stāvoklī. Man patika mans darbs, patika būt neatkarīgai, bet man bija grūti strādāt grūtniecības dēļ. Manas meitas tēvs teica, ka palīdzēšot man, tādēļ es pametu darbu. Bet viņš nepalika ilgi pie manis, mēs visu laiku strīdējāmies. Kad meitai bija 3 gadi, es sameklēju kaimiņieni, kas viņu pieskatītu, un sāku strādāt par telefona operatori. Darbs man īsti nepatika. Pēc trim mēnešiem es atkal biju stāvoklī. Turpināju strādāt vēl dažus mēnešus un tad aizgāju. Tagad nezinu, ko darīt: par bērniem jā rūpējas, bet tas ir grūti, jo man nav naudas un nav neviena, kas man palīdzētu.

Metodes novērtējums

Priekšrocības: klienti

- iegūst problēmas risināšanas pieredzi;
- attīsta komandas darba spējas, vairo pašpaļāvību un samazina bažas. Kad cilvēks sastopas ar problēmu, bažas var nobloķēt risinājuma meklēšanas uzsākšanu. Komanda sniedz atbalstu, kā rezultātā mazinās stress, palielinās pašāvēģība un uzlabojas darbs;
- attīsta komunikācijas un domāšanas spējas, kas stimulē kritisku domāšanu un aktīvu līdzdarbošanos;
- metode veicina iepazīšanos ar autentiskām problēmām, kuru risināšanai nepieciešamas tādas pat spējas, kā reālajā dzīvē;
- pētījums ir parādījis, ka situācijas analīze noved pie savlaicīgas uzdevuma pabeigšanas. Interese, ko izraisījuši prezentētie gadījumi, ko papildina komandas/kolēģu atbalsts, palielina efektivitāti un uzlabo noskaņojumu;
- pēc tam, kad šī metode izmantota vairāku uzdevumu atrisināšanai, var izrādīties, ka šī procedūra ir interesanta un vērtīga metode. Veiksmīga personīgā karjera būs īstā balva par laiku, kas pavadīts situācijas izskatīšanā.

Trūkumi:

- viena situācijas analīze nevar kalpot par vispārīnāšanas pamatu;
- metode nav efektīva, lai informētu par informāciju/zinātnisko saturu;
- grūti novērtēt katra komandas locekļa devumu situācijas risināšanā, kā arī ietekmi uz iesaistītām personām.

Bibliogrāfija

Cerghit, I. (1997). *Metode de învățământ* (ed. a III-a). București, EDP.

Consiliere și Orientare. Ghid metodologic (2001). M. Jigău (coord.). București, CNC.

Consilierea carierei adulților (2003). M. Jigău (coord.). București, Editura Afir.

Gugel, G. (2002). *Metode de lucru în educația adulților*. Timișoara, Editura Waldpress.

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Michaelsen, Larry K. (1992). Team learning: A Comprehensive approach for harnessing the power of small groups in higher education. In: *To Improve the Academy*. 11, p. 107-122.

Mucchielli, R. (1982). *Metode active în pedagogia adulților*. București, Editura Didactică și Pedagogică.

Oprea, C. (2003). *Pedagogie. Alternative metodologice interactive*. București, Editura Universității.

Yin, Robert (2005). *Studiul de caz*. Iași, Editura Polirom.

Zlate, M.; Zlate, Camelia (1982). *Cunoașterea și activarea grupurilor sociale*. București, Editura politică.

http://sesd.sk.ca/psychology/Psych20/case_studies.htm (*Case Studies in Psychological Research*)

<http://writing.colostate.edu/references/research/casestudy/inde.g.cfm> (*Case Studies*)

www.nova.edu/ssss/QR/QR3-2/tellis1.html (*Introduction to Case Study – by Winston Tellis, 1997*)

www.nova.edu/ssss/QR/QR3-3/tellis2.html (*Application of a Case Study Methodology (by Winston Tellis, 1997)*)

Fokusgrupa

Focus Group

Irina KOZMA
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Šī metode ir saistīta ar divu sociologu vārdiem: Pauls Lazarsfelds un Roberts Mertons (*Paul Lazarsfeld and Robert Merton*) (1948). Fokusgrupa pirmo reizi minēta Mertona rakstā, ko 1946. gadā publicēja „*American Journal of Sociology*”, bet tikai 1970.-tajos gados fokusgrupas aptaujas sāka izmantot aizvien plašāk.

Šāda veida aptaujas sākumpunkts ir daudz senāks un ir saistīts, no vienas puses, ar nestrukturētas padziļinātas intervēšanas paņēmieni attīstību, īpaši antropoloģijā, un, no otras puses, ar grupu dinamikas pētīšanu.

Teorētiskais pamatojums

Fokusgrupa karjeras konsultēšanā ir *kvalitatīva metode*, sava veida *intervija*, lai iegūtu noteikta veida informāciju. Tā ir izpētes metode, kas sapulcina nelielu cilvēku skaitu, ko vada moderators, kura loma ir veicināt diskusiju. Moderators izmanto grupu intervijas vadlīnijas (*group interview guide*), lai diskusija noritētu vēlamajā virzienā un dalībnieki brīvi un spontāni runātu par viņus interesējošām tēmām, par kurām viņi iepriekš ir informēti.

Fokusgrupas metodei piemīt šādas īpašības: *fokalizācija (focalisation)* (piemēram, mārketingā pētījums ir vērsts uz cilvēku reakciju uz kādu konkrētu reklāmas kampaņu, sociālās zinātnēs tas var būt ar uzvedību saistīts scenārijs, notikums, koncepcija, utt.); vienlaicīga vairāku *respondentu* iesaistīšana, lai gūtu informāciju; fokuss uz ārēju *stimulu*; (moderators) to relatīvi *sadalījis pa fāzēm*; šīs iezīmes atšķir fokusgrupu no citām grupas intervijām.

Kādēļ un kad šī metode ir noderīga? Ir plašs situāciju loks, kad ieteicams pielietot šo metodi, piemēram:

- lai gūtu *padziļinātu izpratni* par konkrēto jautājumu un *plašāku perspektīvu*;
- *datu vākšana* (netiek izmantoti hipotēzes testēšanā), papildus citām metodēm; netiek lietota, lai atrisinātu konkrētas problēmas, bet ir vērsta uz datu vākšanu un grupas ietekmes analīzi;
- *ļauj personai apzināties savas perspektīvas* – sastopoties ar aktīvām nesaskaņām un izaicinājuma priekšā cilvēki analizē savus viedokļus intensīvāk, nekā individuālas intervijas laikā.

Fokusgrupas sniegto informāciju var iedalīt divās kategorijās, kas ir savstarpēji saistītas: *a. informācija par grupas procesiem* (kā cilvēki mijiedarbojas un komunicē gan intrapersonīgā līmenī: indivīda domas, jūtas, attieksme un vērtības, gan grupā), un *b. informācija par saturu*, ap kuru tiek organizēti grupas procesi (centrālais stimul/s koncepcija un saistītie aspekti).

Fokusgrupas metodi pielieto visdažādākajos kontekstos. Zemāk sniedzam dažas jomas, kur noderējusi fokusgrupas metode:

- mārketinga un reklāma;
- politika;
- sabiedrības novērtēšana;
- institucionāla novērtēšana;

- plašsaziņas līdzekļu analīze;
- grupas analīze;
- karjeras konsultēšana, utt.

Metodes prezentācija

Pirmais solis, lai izveidotu fokusgrupu, ir intervijas vadlīniju izstrādāšana, kas pielāgotas izvirzītajam tematam. Lai noformulētu vadlīnijas, nepieciešams definēt problēmas tematisko horizontu (temats, ap kuru visies sanāksme), noteikt izmantojamus jautājumus (jautājumus, ko uzdod nepieciešamās informācijas iegūšanai); galveno un papildlīdzekļu komplektu izstrādāšana (fundamentāli un sekundāri jautājumi, kas var rasties pirmā komplekta rezultātā).

Jautājumu noformulēšana ir vēl viens svarīgs metodes aspekts. Tiem jābūt: īsiem, skaidriem, jāpalīdz atšifrēt nozīmi, izteiktiem vienkāršiem vārdiem, bez emocijām vai novērtējošiem vārdiem vai frāzēm, kas varētu izraisīt atbildi, bez ētiska rakstura norādēm, bez sprieduma par dalībniekiem.

Jautājumus varētu uzdot šādā kārtībā:

- *piltuves metode (the funnel technique)*: no konkrētiem uz vispārīgiem jautājumiem un principiem;
- *apgrieztā piltuves metode (the reversed funnel technique)*: no vispārīgā uz konkrēto.

Attiecībā uz jautājumu veidiem, tos var klasificēt pēc vairākiem kritērijiem. Kāns un Kannels (*Kahn and Cannell*) (1968) iedala jautājumus divās kategorijās: primārie jautājumi (ievadoši, atklāta tipa, "ledus laušanas") un sekundāri (kas mērķēti uz tematu, speciāli un lai iegūtu padziļinātu informāciju). Vītlijs (*Wheatley*) (1989) identificē lielu skaitu jautājumu, kas izmantojami fokusgrupā:

- tieši izziņāšanas jautājumi (*direct research questions*): par tematu un kas izriet no pētījuma mērķiem;
- padziļināti jautājumi (par konkrēto tematu): mērķēti uz dziļākām zināšanām par attieksmi un izteiktiem viedokļiem: "Kādēļ...?";
- testa jautājumi: lai pārbaudītu izmantoto koncepciju apjomu;
- iesildīšanās vai norādoši (*warm-up or redirecting*) jautājumi: sagatavo noteiktu tematu vai atgriež dalībniekus pie centrāliem jautājumiem;
- depersonalizēti (*depersonalised*) jautājumi;
- jautājumi par faktiem (*factual*): skar tieši noteiktus realitātes aspektus un sagaida atbildes, kas attiecas uz faktiem;
- emocionālie (*affective*) jautājumi: domāti, lai izceltu respondentu emocionālo stāvokli, jūtas; stimulē informācijas ģenerēšanu, bet ir arī ļoti riskanti (var izraisīt neparedzamu reakciju);
- anonīmi jautājumi: katrs dalībnieks uzraksta viedokli par konkrēto tematu uz papīra;
- klusums: informācijas iegūšanas veids.

Visas fokusgrupas laikā moderatoram jādemonstrē ārkārtīga prasme jautājumu uzdošanā un jāizvairās no tādiem jautājumiem, kas nesniedz papildu zināšanas vai var izraisīt kādu zemāk minēto negatīvo efektu:

- netiek sasniegts tikšanās mērķis;
- dalībnieki koncentrējas uz atbildžu sniegšanu, nevis uz savām percepcijām, viedokļiem, pārliecību un attieksmi pret konkrēto tematu;
- dalībnieki sāk garlaikoties: viņi atbild uz jautājumiem, bet ir manāmi savrup no notiekošā;
- moderatora vilšanās pieaug, jo viņam neizdodas iegūt plānoto kvalitatīvo informāciju;

- klients jūt, ka viņa vajadzības netiks apmierinātas;
- kvalitatīvs pētījums liksies slikts gan dalībniekiem, gan klientam.

Mums ir vairākas rekrutēšanas metodes dalībnieku grupas izveidošanai: *institucionalizēta (institutionalised)* – rekrutēšanu veic ar institūciju vai organizāciju starpniecību; izmantojot *uz vietas strādājošos (field-agents)*, lai izvēlētos no tās vides, kurā viņi strādā; *pa pastu nosūtīti ielūgumi*. Jāatzīmē, ka atlīdzība (materiālā, psiholoģiskā) nav atkarīga no izmantotās rekrutēšanas metodes.

Diskusijas, kas fokusgrupas izveidošanas laikā, ir par to, vai rekrutēšanas procesā nepieciešams skrīnings. Ir argumenti par labu katram variantam, ideāli būtu pielāgot stratēģiju fokusgrupas mērķiem un mainīgajiem lielumiem procesa laikā. *Argumenti par labu skrīningam*): atšķirības dalībnieku kultūras un informētības līmenī un dzīves stilā var traucēt sarunas plūsmu; reaktivitātes princips (*principle of reactivity*): dalībnieku iepazīstināšana ar tematu, izmantojot kontroles procedūras, un apvienojot fokusgrupā dalībniekus, kuriem piemīt aizspriedumi un pārliecība, sniegs noderīgāku informāciju. *Argumenti pret skrīningu*): vienāds grupas dalībnieku stāvoklis padara diskusiju garlaicīgu un neproduktīvu (domu apmaiņu veicina tikai dažas kopīgas iezīmes, tādas kā sociālais un ekonomiskais līmenis, profesija).

Papildus labu fokusgrupas intervēšanas vadlīniju sagatavošanai vēl viens būtisks aspekts ir dalībnieku izvēle. Fokusgrupas modeļus var izveidot, ņemot vērā vairākas *topoloģijas*. Zemāk dota topoloģiju sērija (*Bulai, 2000*), kas visbiežāk sastopama praksē.

1. *3X3 sistēma*. Šī sistēma pamatojas uz maksimāli 3 mainīgo lielumu apvienošanu, katru ar maksimāli trim kategorijām. Visbiežāk izmantotie mainīgie lielumi ir: vecums, dzimums, izglītība, ģimenes stāvoklis, dzīvesvieta. Sistēma tiek pielietota profesionāliem modeļiem, lai secinājumi būtu konsekventāki, bet arī nevienmērīgi, tā, lai palīdzētu komunikācijas un informācijas meklēšanas procesā. Šāda topoloģija ir noderīga, kad uzmanības centrā ir konkrēta sociāla un profesionāla kategorija, un kad vēlēšanās ir uztvert šajā kategorijā pastāvošās "iekšējās atšķirības".
2. *Pilnīgi viendabīgi modeļi (Perfectly homogeneous samples)*. Šāda veida modeļus izmanto vienīgi tad, kad dalībniekiem jābūt saderīgiem, lai iegūtu maksimālu informāciju. To izmanto grupās un kategorijās, kur ir dažādas problēmas (sociālā integrācija, marginālas grupas, minoritāšu grupas), tādām kategorijām, kurām ir grūtības komunicēties publiski vai kurām ir tendence uz pašsegregāciju.
3. *Pēc dzimuma strukturēti modeļi (Gender structured samples)*. Bieži rodas jautājums par moderatora un grupas saderību. Lai nodrošinātu komunikācijas efektivitāti, moderatoram jābūt tāda paša dzimuma, kā grupas locekļi. Šāda modeļa veidošana novērojama pētījumos par ģimeni vai izglītības socioloģijā.
4. *Pretrunīgi modeļi (Conflicted samples)*. Šādos modeļos dalībnieki pārstāv ļoti atšķirīgas kategorijas (vismaz divi aktīvi dalībnieki no katras). Kategorijām jābūt polārām (vēlams tikai divām). Šāds modelis veicina argumentēšanu un izceļ komunikācijas barjeras un blokādi.
5. *Ekspertu modeļi (Expert samples)*. Īpaši izmantoti tādos pētījumos, kur izpētes nolūks ir augsti kvalificētu indivīdu informācija un zināšanas.
6. *Bērnu un jaunu cilvēku modeļi (Children and young people samples)*. Šajā gadījumā nepieciešama vecāku atļauja (bērniem). Ieteicams izmantot atraktīvus materiālus (tāfeles, zīmējumus, fotogrāfijas, lomu spēles, hipotētiskas situācijas), lai visi bērni vai jaunie cilvēki grupā justos mājīgi un brīvi. Moderatora jābūt ar ļoti labām verbālām un neverbālām prasmēm.
7. *Vecāku modeļi (Parent samples)*. Vienas vai vairāku ģimeņu locekļi, kuriem ir vienādas rūpes, veido grupu. Šādu grupu vadīšana ir sarežģīta, īpaši, ja ir ļoti tradicionālas ģimenes, kur vara koncentrēta vienas personas rokā. Lai izvairītos no šādām problēmām, grupa jāvada ar humora palīdzību (*fun moderation*), izvairoties pakavēties pie problēmām vai konfliktiem. Lomu spēles, kas pamatojas uz personas ģimenes stāvokļa izskatīšanu, var būt ļoti noderīgas un sniegt izpratni.

Modelim jāatspoguļo tie iedzīvotāju slāņi, kas var sniegt noderīgu informāciju par apspriežamo jautājumu; šī iemesla dēļ nebūs nepieciešama izlases veida modeļa izvēle, jo nav paredzēts izdarīt plašus vispārinājumus. Tomēr ir virkne jautājumu, kas rodas modeļa izveidošanas laikā, uz kuriem nav iespējams saņemt standarta atbildi un kuri ir atkarīgi no konteksta. Zemāk sniedzam šādu problēmu virkni (*Bulai, 2000*):

1. Viendabība pret daudzveidību (*Homogeneity versus heterogeneity*)

- Viendabīgi modeļi:
 - tiek izmantoti, kad vēlamies harmonizēt subjektu attiecības;
 - ļauj panākt dziļāku komunikāciju grupas locekļu starpā;
 - ļauj pētīt "minimālas atšķirības" – tādas viedokļu un attieksmes atšķirības, kas raksturo homogēnu grupu locekļus.
- Heterogēni modeļi:
 - nenodrošina tādu pašu savienojamību komunikācijas jomā;
 - veicina polarizēšanās efektu;
 - var izraisīt komunikācijas nobloķēšanos vai veidot barjeras dažādu sociālo kategoriju starpā, vērtību un viedokļu nesavienojamību;
 - ir svarīgi sociālo mehānismu izprašanai.

2. *Grupās amplitūda (Group amplitude)*. Heterogēnām grupām, kur statusa atšķirības iet pa vertikāli, amplitūda atspoguļo daudzveidību, kas ir distance starp augstāko un zemāko statusu. Diskusiju grupām ar lielu amplitūdu ir šādas iezīmes:

- vienmēr nepieciešams īpašs komunikācijas režīms, kur zemāka statusa locekļi ir ļoti bloķēti, un īpaša izturēšanās no augsta statusa locekļiem;
- devums ir slikts, jo var veidoties īpaši konflikti, un tos ir grūti vadīt.

3. *Iepriekš noteikta grupas struktūra (Pre-existence of group structure)*. Fokusgrupai ieteicams izmantot modeļus, kur dalībnieki viens otru nepazīst. Tomēr modeļi, kur visi dalībnieki viens otru pazīst, ir labāki par modeļiem, kur tikai daļa dalībnieku pazīst viens otru. Gadījumā, ja respondenti ir pazīstami, var rasties šādi negatīvi momenti:

- ātri izveidojas personīgie komunikācijas kanāli, paralēli grupas kanāliem, un grupa kļūst nesabalansēta, jo subjekti, kurus dalībnieki iepriekš nav pazīnuši, tiks izslēgti no diskusijām;
- grupa var sadalīties divās atšķirīgās struktūrās;
- ļoti iespējams, ka izvirzīsies līderis, un grupa izteiks līdera viedokļus un attieksmi.

4. *Konfliktējošas grupas un harmoniskas grupas (Conflictual groups and harmonious groups)*. Atšķirīgs ir klimats fokusgrupā. Protams, arī viendabīgās grupās var būt konflikti. Tomēr tiek uzskatīts, ka konfliktējošas grupas stimulē diskusijas, bet jautājums ir par kontroli un nobloķēšanas briesmām. Šāda tipa fokusgrupas dod divējādus rezultātus:

- respondenti kļūst kritiskāki un asāk izsaka savu nostāju, necenšoties padarīt savus viedokļus pievilcīgus un attieksmi ētisku;
- atklājas reaktīvie mehānismi.

Vēlamais paraugmodelis būtu fokusgrupa, kas sadalīta *homogēnās, bet kontrastējošās grupās*, kas definētas kā "bremzējoši personāži" ("*breaking characteristics*") (Krueger, 1994). Piemēram, modelī var iekļaut sievietes, kas sadalītas pēc to lomas (viens *personāžs*), un pēc sociāli-ekonomiskā stāvokļa (otrs *personāžs*). Tomēr ir jābūt ierobežotam "*bremzējošu personāžu*" skaitam, neliels skaits ir ideāls. Ieteicams veidot modeli, ņemot vērā visus mainīgos lielumus, kas piemīt katram gadījumam, kā arī pētījuma mērķi.

Atrašanās vieta ir ārkārtīgi svarīga informācijas validitātes un izpētes efektivitātes nodrošināšanai. Tas var būt: kādas konkrētas institūcijas atrašanās vieta, vieta, kur dalībnieki veic savas aktivitātes, vai neitrāla vieta. Nav optimālas fokusgrupas atrašanās vietas, kas derētu visiem gadījumiem.

Kas attiecas uz fokusgrupas funkcionēšanas *ilgumu*, ir divi atšķirīgi viedokļi. Stjuarts un Šamdasni (*Stewart and Shamdassni*) (1990) uzskata, ka viena stunda ir minimālais laiks, toties citi vērtē, ka minimālais laiks ir 30-45

minūtes, un pusotra stunda maksimāli. Parasti standarta laiks ir 1-2 stundas pieaugušajiem un maksimāli viena stunda bērniem. Dažreiz fokusgrupa var ilgt līdz pat vienai dienai, vai aizņemt pusi dienas. Praksē diskusija tiek apstādināta tad, kad atbilžu kvalitāte un respondentu aktivitāte nokrītas zem noteikta līmeņa.

Fokusgrupu var vadīt dažādos *stilos*, moderatori var izmantot vairākas *stratēģijas* (Bulai, 2000):

- jau pašā sākumā jāizvēlas, vai nu vadīt ar humoru, vai izturēties distancēti, jo kad izvēlēts viens stils, grūti pārslēgties uz citu;
- pirmo atbilžu paātrināšana;
- konfliktu un polarizēšanās provocēšana;
- debašu/strīdu apklusināšana;
- ētisku apsvērumu radītas ietekmes atvieglošana (*alleviating morality effect*) (situācijas depersonalizācija un defaktualizācija);
- noteiktu kategoriju cilvēku stimulēšana un apvaldīšana;
- empātija (delikātos, intīmos, ļoti personīgos gadījumos);
- "strīdnieks" ("*the devil's advocate*") un agresivitāte;
- neitrāla (distancēta problēmas izskatīšana, neitrāla valoda).

Tā kā moderatoram ir nozīmīga loma fokusgrupā, mēs minēsim dažas viņa raksturīgās iezīmes. Grīnbaums (Greenbaum) (1999) klasificē moderatora stilus pēc diviem kritērijiem: procesa kontroles līmenis un satura kontroles līmenis.

| | | | |
|-------------------------|------------------------|-------------|-----------------------|
| Augsta procesa kontrole | Augsta satura kontrole | | Zema procesa kontrole |
| | I segments | II segments | |
| | III segments | IV segments | |
| | Zema satura kontrole | | |

I segments. Standartizēta apmaiņa, īpaši piemīt ļoti strukturētām intervijām (individuālām).

II segments. Labvēlīga "ekspertu" attiecībām (piemēram: ārsts – pacients; skolotājs – skolnieks).

III segments. Moderators stimulē fokusgrupai vispiemērotāko procesu. Satura kontrole ir minimāla, bet jau iepriekš ir noteikts aspekts, uz kuru vērst diskusiju.

IV segments. Raksturīgs pašvadītai grupai. Trūkumi: iespējami strīdi, kas var apdraudēt dalībnieku attiecības, pilnīgs tematiskās standartizēšanas trūkums.

Ne katrs var būt labs fokusgrupas moderators. Pastāv *moderatora profils* (*moderator profile*), kam piemīt šādas galvenās iezīmes (Surdu, 2003).

I. Profesionālā kompetence: zina metodoloģiju un intervēšanas paņēmienus, prasmīgi strādā un vada nelielas grupas, pārzina jomu un iejūtīgi izturas pret apspriežamo tematu.

II. Komunikācijas prasmes:

- aktīva klausīšanās;
- neverbālas komunikācijas analīze;
- sarunu vadīšana;
- smalka un neuzbāzīga diskusijas vadīšana;

- pašatklāšme (*self-revealing*);
- atklātība (empātija, bet arī objektivitāte un distancēšanās);
- procesa veicināšana ("nepilnīgas saprašanas" imitēšana, bet nevis nezināšana);
- jūtu un emociju izteiksmība;
- komunikācijas vadīšana;
- konfliktu vadīšana;
- jautājumi, lai noskaidrotu respondentu psihisko vai emocionālo stāvokli;
- jautājumu izmantošana ("Kā tas lika jums justies?, Ko jūs domājat...?").

III. *Personības iezīmes*: ekstraverts, dinamisks, komunikabls, aktīvs, stiprs, humora izjūta, stāstnieka spējas, empātija, emocionāla ekspresivitāte, spontānums, savas uztveres kļūdu apzināšanās, utt.

Moderators spēlē arī ļoti svarīgu lomu, kad jāstrādā ar sarežģītiem cilvēkiem fokusgrupā. Šādos gadījumos ir iedarbīgi paņēmieni, kā apturēt dažu personu centienus uzdoties par ekspertiem un pasniegt savus viedokļus kā faktus. Var izvirzīt noteikumu, ka ikviens kategorisks viedoklis jāpaskaidro grupai, un tādējādi mēs izmantojam grupu, lai tiktu galā ar šādiem viedokļiem. Klusie grupas locekļi jāiedrošina runāt, bet runātīgie – jāpieklusina.

Ir vairāki fokusgrupas tipi (www.infomass.ro).

- a. *Divu virzienu fokusgrupu (Two Way Focus group)* veido divas grupas, kur interaktīvais analizē otru un apspriež novēroto mijiedarbību, un uz tā pamata tiks izdarīti secinājumi. Tas tiks precīzi analizēts ("Fokusgrupa – fokusgrupai").
- b. *Fokusgrupā ar diviem konverģentiem moderatoriem* ir viens moderators, kas nodrošina tikšanās efektīvu norisi (uztver neverbālas reakcijas, veicina nepiespiestu ideju plūsmu, utt.), kamēr otrs rūpējas par to, lai tiktu ievērots iepriekš noteiktais modelis.
- c. *Fokusgrupa ar diviem diverģentiem moderatoriem* ir kvalitatīvs pētījums, kad šie divi moderatori speciāli izsaka atšķirīgus viedokļus, lai iedrošinātu respondentus atbalstīt vienu vai otru viedokli. Viņi motivēs savu izvēli un tādā veidā ievērojami samazināsies to respondentu skaits, kas nedod atbildi. Turklāt grupā būs mazāks sasprindzinājums, ja respondenti vairāk domās par sava viedokļa izteikšanu un atbalstu vienai pusei, nevis par to, ko grupa domās par viņu viedokli. Viņi zinās, ka, lai kurā pusē viņi nostātos, būs vismaz viena persona, kas piekritīs viņiem, un tādēļ viņi nekavēsies izteikt savu viedokli, cik vien brīvi iespējams.
- d. *Fokusgrupa ar respondentiem moderatoriem* ir grupa, kur vienu vai vairākus respondentus lūdz kādu laiku spēlēt moderatora lomu. Trūkums ir tas, ka šo modeli var izmantot tikai tādā sabiedrībā, kas ir atvērta šāda veida vingrinājumam. Tikai ļoti komunikabli, pašpārliecināti un neatkarīgi cilvēki var piedalīties fokusgrupā, kas kļūst par patiesu spēli gan respondentiem, gan moderatoram (kurš klusējot novēro un iejaucas tikai nepieciešamības gadījumā).
- e. *Klientu fokusgrupu* raksturo vienas vai vairāku organizāciju pārstāvju klātbūtne. Šāda tipa pētījums ir raksturīgs sociologiem un psihologiem.
- f. *Mini fokusgrupā* ir tikai 4 vai 5 dalībnieki, nevis 8 vai 12, kā tradicionālā fokusgrupā. Būs mazāks atbilžu skaits, bet tās būs koncentrētākas un vienotākas. Trūkums ir tas, ka izmaksas būs tādas pašas, kā tradicionālās fokusgrupas gadījumā, un iegūtā informācija nabadzīgāka.
- g. *Telefonkonferences un tiešsaistes fokusgrupa* balstās uz moderniem komunikācijas līdzekļiem. Gan *telekonferences*, gan *tiešsaistes* ir kvalitatīvi pētījumi, ko izmanto, kad respondentus nevar aizstāt ar citiem sabiedrības locekļiem (jo viņu viedokļi ir ārkārtīgi svarīgi), vai kad iepriekš izvēlētie respondenti atrodas tālu cits no cita un nekādi nespēj satikties.

Lai fokusgrupas darbs noritētu pareizi, nepietiek ar labu moderatoru un noteiktu dalībnieku skaitu. Vajadzīgi arī palīg līdzekļi.

- h. *Novērotāji*. Viņu loma ir novērot dalībniekus un pierakstīt viņu izteikumus vai žestus visā grupas darbības laikā.
- i. *Audio un/vai video ierakstīšanas aparatūra*. Visas dalībnieku kustības un izteikumi tiek ierakstīti gan audio, gan video lentēs. Faktiskais darbs sākas tikai pēc fokusgrupas beigām; analīze ir sarežģīts un ilgstošs process. Lentēs tiek izskatītas vairākkārt un īpaši tiek analizēts dalībnieku vārdu saturs, tomēr neaizmirstot viņu sejas izteiksmi, žestus un mīmiku. Nepieciešamas pamatīgas psiholoģijas zināšanas, kā arī liela pieredze, lai uztvertu informāciju, kas iegūta šādā veida fokusgrupā.
- j. *Vienvirziena logs*. Lai nemulsinātu fokusgrupu, var izmantot vienvirziena loga metodi; tādējādi dalībnieki nejutīsies neērti un varēs darboties dabiski.

Fokusgrupas sniegtās *informācijas apstrādāšana, analizēšana un interpretēšana* ir ārkārtīgi svarīgs posms. Jo labāk strukturēta un saskaņota procedūra bijusi līdz šim, jo vieglāka būs analīze un interpretēšana. Viens aspekts, ko nevajadzētu ignorēt, ir *pāru fokusgrupas sistēmas (system of pair focus group)* izmantošana, kurai nepieciešamas vismaz divas fokusgrupas, kas balstās uz vienādu modeli un intervēšanas vadlīnijām. Tas ļaus iegūt skaidrāku un daiļrunīgāku informāciju par apskatāmo jautājumu.

Ir vairākas fokusgrupas datu analizēšanas un interpretēšanas perspektīvas. Viens variants ir *datu nošķiršana (Bulai, 2000)*:

- *Tematiska nošķiršana (Thematic cropping)*: identificē tādus apspriestos tematus, kas nav identiski tema-
tiem, ko pētnieks ieteicis vadlīnijās.
- *Hipotēzes nošķiršana (Hypothesis cropping)*: pārkārto datus atbilstoši izpētes hipotēzei.
- *Dalībnieka kategorijas nošķiršana (Participant category cropping)*: dati tiek sagrupēti saskaņā ar noteiktu reprezentatīvo subjektu kategoriju.

Vēl viens interpretēšanas paņēmiens ir *satura analīze (content analysis)* (Janis, 1953); analīze var būt:

- *pragmātiska*:
 - nepieciešams pārgrupēt iespējamo vai iegūto datu funkciju, ko izraisījusi zīmes (vārda, temata, apzīmētāja) īpaša izmantošana,
 - tiek izmantota tikai tad, kad tiek klasificētas tikai zīmes (īpaša nozīme tekstā);
- *semantiska*: nepieciešams zīmes klasificēt pēc satura/nozīmīguma; zīmēm var būt nepieciešama:
 - *biežuma analīze (frequency analysis)*: tiek saskaitīts koncepcijas/nosaukuma/institūcijas minēšanas skaits,
 - *apzīmētāja analīze (attribute analysis)*: tiek meklēts un analizēts apzīmētāju vai raksturojumu biežums,
 - *novērtējuma analīze (assessment analysis)*: apskata veidu, ka references subjekti (cilvēki, institūcijas, notikumi) pieņem konkrētus apzīmējumus;
- *ar pazīmi saistīta (sign-related)*: tiek aplūkota dažu vārdu lietošana, neatkarīgi no to svarīguma, un tiek pierakstīta tikai atsevišķu atslēgas vārdu lietošana, parasti tādu, kuriem ir emocionāla blakus nozīme, kas var dot ieskatu attiecībā uz respondentu iekšējo stāvokli.

No fokusgrupas iegūtās informācijas analīze jākoncentrē arī uz *dalībnieku novērošanu un novērtēšanu* saskaņā ar noteiktiem kritērijiem, tādiem kā: attieksme par vai pret konkrēto lietu; intereses pakāpe par jautājumu, kompetences līmenis attiecībā uz problēmu; koncentrēšanās uz emocionālo vai racionālo stilu; izpausmes un atbilžu slēptā satura analīze; mijiedarbība grupas locekļu starpā.

Mērķauditorija

Dalībnieki:

- *jauni cilvēki (meitenes un/vai zēni)* profesionālās karjeras izvēles/attīstības procesā. Veidojot tikai meiteņu, vai tikai zēnu grupas, vai jauktas grupas (dažādās proporcijās), var iegūt atšķirīgu grupu dinamiku, atšķirīgus viedokļus un tādējādi atšķirīgus rezultātus;
- *jauni cilvēki un vecāki*, kas publiski izklāsta savas rūpes un viedokļus attiecībā uz savu bērnu profesionālo nākotni;
- *konsultanti*, kuri vēlas apspriest kādu profesionālu jautājumu.

Optimālais grupas lielums ir 6-8 cilvēki, un izņēmuma gadījumā no 5 līdz 12. Lielākas vai mazākas grupas izvēle ir atkarīga no noteiktajiem mērķiem: lielākā grupā tiek ģenerēts vairāk ideju, bet to ir grūtāk kontrolēt un var sadalīt mazākās grupās, toties mazāku grupu ir vieglāk organizēt, informāciju vieglāk pierakstīt, bet ir risks, ka tā dos mazāk informācijas.

Fokusgrupā iekļautām personām jābūt pēc iespējas tuvākām sociālā un profesionālā ziņā, lai viņi spētu baudīt atklātu komunikāciju; arī vecums ir svarīgs faktors, jo lielas grupas locekļu vecuma atšķirības var negatīvi ietekmēt grupas komunikāciju.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Noderīgi jautājumi fokusgrupas intervijas vadīšanai, kuru nolūks ir atklāt personas stiprās un vājās puses.

1. Ko jūs mainītu sevī, ja varētu? Kādu iemeslu dēļ?
2. Ko jūs darītu, lai ļoti izceltos (iegūtu apbalvojumu)? Ja jums pienāktos apbalvojums, par ko jums tas būtu jāsaņem?
3. Ko jūs pastāstītu par sevi tuvam draugam vai ģimenes loceklim?
4. Kāda būtu jūsu raksturojuma ideāla hierarhija? (Jautājumu uzdod pēc tam, kad grupas locekļi sagatavojuši šīs personas rakstura īpašību hierarhiju).
5. Vai jūs varat minēt piecas savas pozitīvās īpašības/aspektus, lai cik nenozīmīgi tie būtu? (Jautājumu uzdod, ja novērots, ka dalībnieki izsakās par sevi negatīvi).
6. Ja jums būtu jāreklamē sevi, ko jūs uzsvērtu?
7. Ja jūs būtu moderators, ko jūs sev šobrīd jautātu?

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- var iegūt vairāk informācijas par konkrēto tematu;
- respondentiem tiek dota iespēja detalizēti izteikt savas izjūtas, viedokļus un attieksmi;
- tā parāda, ko zināmi cilvēki patiesībā domā par kādu konkrētu jautājumu;
- tā ir iespēja izteikt savu viedokli šeit un tagad;
- var uzdot tādus jautājumus, kā "Kas būtu, ja...?";
- var ģenerēt idejas un interese, kas sākotnēji tikušas ignorētas;
- relatīvi lēta metode.

Trūkumi:

- rezultāti nav reprezentatīvi visiem šīs kategorijas cilvēkiem, citiem vārdiem, tiek ģenerēti komentāri un viedokļi, kurus nevar attiecināt uz vairākumu;
- ierobežots jautājumu skaits;
- daži cilvēki var dominēt pār citiem, ietekmējot līdzsvaru;
- mijiedarbība grupas ietvaros var izraisīt konfliktus, dominēšanu, kaitīgu ietekmi;
- tematu sakārtojums var ietekmēt dalībnieku reakciju.

Bibliogrāfija

- Bulai, A. (2000). *Focus grupul în investigația socială*. București, Paidea.
- Cannell, C. F.; Kahn, R. L. (1968). *Experimentation in social psychology*. In: Handbook of Social Psychology. Vol. 2. G. Lindzey and E. Aronson (eds.). Reading, MA: Addison Wesley.
- Greenbaum, L. T. (1999). *Moderating Focus Groups. A Practical Guide for Group Facilitation*. Connecticut, Groups Plus Inc.
- Janis, I. L.; Feshbach, S. (1953). Effects of Fear Arousing Communications. In: *Journal of Abnormal Psychology*. 48, p.78-92.
- Krueger, R.; Cassey, M. A. (2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași, Editura Polirom.
- Lazarsfeld, P.; Merton, R. K. (1948). Mass Communication. Popular Taste and Organized Social Action. In: *Communication of ideas*. NY: Harper & Row.
- Merton, R. K. (1946). The focused interview. In: *American Journal of Sociology*. 51, p. 541-557.
- Stewart, D. W.; Shamdasani, P. N. (1990). *Focus groups: Theory and practice*. London, Sage Publications.
- Surdu, L. (2003). Methodological considerations about qualitative research – focus group and Delphi method. In: *Journalism and Communications Sciences Review*. no. 2. (www.iccv.ro/romana/articole).

www.infomass.ro/13_focusgroup.htm

www.mnav.com/bensurf.htm

www.monografias.com

www.programevaluation.org/focusgroups.htm

Grupās diskusijas

Group Discussion

Irina KOZMA
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Grupās diskusijas ir viena no klasiskām metodēm, ko izmanto karjeras konsultēšanā. Sākotnēji tā radās kā nekomplicēta metode, bet laika gaitā tā tika pilnveidota un tika izstrādāti dažādi varianti, tādi kā Phillips 6/6, ko izvirzīja Donalds Filips (*Donald Phillips*) 1948. gadā (*Zlate*, 1982).

Teorētiskais pamatojums

Grupās diskusijām nepieciešama grupas locekļu iesaistīšanās komunikācijā. Aktīva līdzdalība veicina uzticēšanās klimata veidošanos, tā palielina interesi strādāt ar komandu un palīdz dalīties zināšanās.

Diskusijas ir abpusēja un organizēta informācijas un ideju, iespaidu un viedokļu, kritikas un ieteikumu apmaiņa par tematu vai lietu šādā nolūkā:

- konkrētu ideju visaptveroša izpētīšana un noskaidrošana;
- tādu datu konsolidēšana un sistematizēšana, kurus dalībnieki pārziņa;
- kompleksu teorētisku un praktisku jautājumu risināšana, kas piedāvā vairākas alternatīvas;
- verbālās izteikšanās spēju attīstīšana, utt.

Diskusijas cenšas pēc iespējas vairāk izmantot dalībnieku zināšanas, pieredzi un intelektuālās spējas, lai panāktu mācīšanās un attīstības progresu. Grupās diskusijās tiek pielietotas psiholoģijas un komunikācijas teorijas; dalībnieki prezentē un izskaidro, analizē un interpretē, noraida vai pieņem idejas un risinājumus, pieņem lēmumus un iegūst attieksmi.

Turpmāk analizēsim virkni diskusiju tipu, kas definēti tā, lai veicinātu minimālu iekšējo saskaņotību (*minimum internal coherence*). Bet vispirms klasificēsim grupās diskusijas:

a) Saskaņā ar Kergitu (*Cerghit*) (1977), grupās diskusijas notiek šādos veidos:

- dialoga veida diskusija – konsultēšanas tipa (piemēram, kad ir kāda pretruna);
- semināra – pirms semināra veida diskusija;
- masu diskusija (liels dalībnieku skaits);
- apaļais galds;
- Phillips 6/6;
- prāta vētra;
- vadīta diskusija (par iepriekš paziņotiem pamattematiem);
- brīva diskusija.

b) Zlate (1982) min šādus veidus:

- progresējoša (progressive or evolving) diskusija;
- brīva diskusija;
- riska metode;
- Phillips 6/6;
- diskusiju panelis.

Veiksmīgas diskusijas galvenais priekšnoteikums ir *iepriekšēja dalībnieku informēšana par tematu. Palīgmateriāli (tāfeles, grafiki, plāni, fotogrāfijas, projicēti tēli (projected images), utt.) var ievērojami veicināt diskusijas progresu. Turklāt pati vide vairo metodes veiksmi.*

Grupas diskusijās tiek uzdoti jautājumi atbilstoši grupas kontekstuālām vajadzībām. Sniedzam dažus šādus jautājumus un virkni piemēru.

| Nr. | Jautājuma tips | Raksturīgs iezīmes | Piemēri |
|-----|---|---|---|
| 1 | Frontāls (<i>vispārīgs vai pārskata</i>) | Adresēts visai grupai | <i>Kāds ir iemesls? Kādēj...?</i> |
| 2 | Tiešs | Adresēts konkrētam dalībniekam | <i>Kas liek jums atbalstīt/noraidīt...?</i> |
| 3 | Pretējs (Inversed) (<i>pāradresēts</i>) | Dalībnieks adresē moderatoram un tiek adresēts atpakaļ | <i>X: Kas notiks, ja ...? Y: Ko jūs domājat ...?</i> |
| 4 | Kanāls un komunikācija | Atbildi pabeidz citi | <i>X: Vai jums tomēr nešķiet, ka...? Y: X izvirzījis interesantu jautājumu. Ko jūs domājat?</i> |
| 5 | Atgriešanās | Moderators ierosina izskatīt iepriekš nelaikā izteiktu piezīmi | <i>X iepriekš teica, kaKā pēc jūsu domām to var ietekmēt ...?</i> |
| 6 | Imperatīvs | Kategorisks un beznosacījumu lūgums. | <i>Lūdzu, sniedziet īsumā savu viedokli. Analizējiet šādu gadījumu ... Kādas ir atšķirības?</i> |
| 7 | Pretrunīgs | Iepriekš pieņem, ka būs pret-runīgas atbildes par galveno jautājumu | <i>Vai talants ir iedzimts vai ieaudzināts? Vai ģēniji piedzimst vai veidojas izglītības rezultātā?</i> |

Diskusijas trīs galvenās daļas ir acīmredzamas (Zlate, 1982):

- *debašu ievadīšana* – jautājuma noformulēšana, pasvītrojot teorētisko un praktisko nozīmi, tai skaitā grūtības;
- *pašas debates* – vienalga, ko dalībnieki saka;
- *rezultātu sintēze* – secinājumu un argumentu sistematizēšana; jaunā devuma uzsvēršana.

Zemāk sniedzam virkni grupas diskusiju veidu un to īpatnības.

Metodes prezentācija

a. Brīva diskusija

Brīva diskusija ir instruments viedokļu un sajūtu izteikšanai par citiem cilvēkiem, situācijām vai gadījumiem. Grupas locekļi tiek sapulcināti un viņus lūdz izteikt atklāti, godīgi un objektīvi, visu, ko viņi jūt un domā, kas tiem nepatīk vai liek viņiem grupā izturēties kādā noteiktā veidā (sadarbība vai konflikts, konformisms

vai nepakļaušanās, līdzdalība vai nepiedalīšanās, utt.). Brīvās diskusijas mērķis nav obligāti rast risinājumu negatīviem grupas noskaņojumiem vai ierosināt risinājumus. Vienkāršai sasprindzinājuma noņemšanai, ko panāk, izklāstot savas rūpes, ir svarīga ietekme. Šāda izlādēšanās ir vienlīdzīga grūtu situāciju tiešam risinājumam, vai vismaz rada priekšnoteikumus turpmākam risinājumam. Brīvai diskusijai ir divu veidu rezultāts:

- ceļ visu gaismā; dara sabiedrībai zināmus viedokļus un attieksmi; palīdz dalībniekiem labāk iepazīt citam citu un tad atbilstoši rīkoties;
- rada priekšnoteikumu spriedzes noņemšanai un konfliktu risināšanai grupā. Atšķirībā no progresējošas diskusijas, kuras mērķis ir panākt, lai domas metodiski pārietu no viena jautājuma uz otru, brīvā diskusija var novirzīties, lai dotu iespēju visiem dalībniekiem izteikties.

Brīvā diskusija ir centrēta uz grupu (*group centered*), šeit būtiska ir visu grupas locekļu mijiedarbība, kas ir maksimāla, turpretī grupas locekļu un moderatora mijiedarbība ir sekundāra – un minimāla. Vadītāja uzdevumi ir pilnīgi atšķirīgi no progresējošas diskusijas vadītāja uzdevumiem (kā mēs redzēsim tālāk):

- cenšas *veicināt komunikāciju*, diskrēti stimulē dalībnieku mijiedarbību ar verbāliem ("Ko jūs domājat par to, kas teikts?"), vai neverbāliem (galvas mājieni, skubinoši skatieni) līdzekļiem;
- *klausās uzmanīgi*, respektējot ikviena tiesības izteikt to, ko viņš vēlas;
- *iedrošina* grupas locekļus izteikties, izklāstīt savas domas, virza viņus uz jūtām, attieksmi un viedokļiem, mazāk uz personām, idejām, faktiem;
- *atkārtoti izsaka* noteiktus noskaņojumus, kas jau reiz pausti, lai tos uzsvērtu;
- *nomierina aizvainojumu*, dod iespēju mazākumam tikt uzklautam;
- *rezumē* diskusiju, virza lēmumus/pretrunas apspriesto jautājumu virzienā, nevis uz indivīdiem, kas iesaistīti debatēs.

Brīvās diskusijas izmantošana karjeras konsultēšanā ir ieteicama, jo tai piemīt virkne acīmredzamu pozitīvu efektu:

- iezīmē grupas locekļu konstruktīvo attieksmi, pat ja netiek gūts efektīvs rezultāts. Dažreiz šādi risinājumi nav pat vajadzīgi, jo diskusijas laikā attieksme var mainīties;
- ļauj apzināties grupā izveidojušās konfliktu pilnās un saspringtās situācijas iemeslus, tādējādi veicinot to risināšanu;
- veicina viedokļu un izturēšanās maiņu (vieglāk izdarīt grupā, nekā individuāli). Attieksmes maiņa grupā noris pakāpeniski, indivīds nezaudē pamatu;
- palielina grupas vienotību.

Brīvo diskusiju nevar izmantot jebkurā situācijā, to var izmantot vienīgi tad, ja:

- grupas locekļi ir lēmumu pieņemšanas procesā;
- daži baidās, ka kļūs par šķērslī darbības veikšanai;
- grupa ir sadalīta;
- pastāv slēpts saspīlējums, kam pamatā acīmredzot nav nekas akūts;
- tiek īstenotas mācību programmas (kad nav zināms, kā cilvēki jūtas kāda konkrēta jautājuma sakarā).

Pat ja brīvās diskusijas ne vienmēr dod pozitīvu rezultātu, tās rada labvēlīgu psiholoģisko stāvokli, lai rezultāts rastos, un to nedrīkst ignorēt.

b. Progresējoša diskusija (*Progressive/evolving discussion*)

Progresējošā diskusijā nepieciešams debates organizēt tādā veidā, lai tās attīstītos no viena notikuma uz nākošo, no viena momenta uz nākošo, tā, lai noslēgumā nonāktu pie risinājuma. Tādēļ dalībnieki jāvirza uz noteiktu iznākumu, jāuzdod uzdevumi, kas tiek formulēti pakāpeniski, un tikai pēc tam, kad citi elementi

atrisināti apmierinoši. Metodes pamatā ir ideju un informācijas apmaiņa grupā, ar vadītāja/moderatora palīdzību. Centrālā persona šādā diskusijā ir *diskusijas vadītājs*, kurš maksimāli mijiedarbojas ar visiem grupas locekļiem, turpretī mijiedarbība dalībnieku vidū ir minimāla. Vadītājs ir persona, kura:

- izklāsta problēmu, lai ievadītu diskusiju, kā arī no tās izrietošos konkrētos jautājumus, kas veido diskusijas tematu;
- saņem visas grupas locekļu atbildes un reakciju, un atbilstošā veidā atbild uz pieprasījumiem;
- uzaicina ikvienu ar vārdiem un rīcību piedalīties un iesaistīties problēmas risināšanā, un pārdomāt jautājumu;
- vada kolektīvās pārdomas (virza tās uz būtisko, laiku pa laiku rezumē būtiskus ierosinājumus, utt.).

Diskusiju vadītājam iepriekš jā sagatavo rakstisks jautājumu plāns, un iepriekš jā paziņo dalībniekiem diskusijas temats, lai viņi iepazītos ar jautājumu un pēc tam iesaistītos diskusijā. Progresējoša diskusija nav improvizēts dialogs, nedz arī sava veida zināšanu novērtēšana, bet gan mācīšanās metode, kura paredz aktīvu iesaistīšanos debatēs un dažādu ideju izstrādāšanu. Tematam jābūt "apspriežamam"; netiek prasītas paredzamas vai iepriekš iemācītas atbildes, bet gan interpretēšana un rūpīga atbilžu izstrādāšana, kā rezultātā nonāk pie slēdziena, kas pamatojas uz personas kritērijiem.

Jāizvairās no "jā – nē" atbildēm. Dalībnieku skaits nedrīkst pārsniegt 12-13 cilvēku. Lielākas grupas var sadalīt mazākās apakšgrupās, kuras vada kompetentas personas, un noslēgumā tiks prezentēts vispārējs rezumējums. Šādas diskusijas var dot labus rezultātus, ja tās praktizē 45-60 minūšu ilgos seansos. Dalībniekiem nav jāizdara pieraksti, īpaši tādēļ, ka tie var novērst viņu uzmanību.

Progresējošai diskusijai jānotiek šādi (Zlate, 1982):

1. Tiek uzskicētas dažas vispārīgas idejas, kurām grupas locekļi viegli piekritīs (noteikumi, kritēriji, utt.).
2. Dalībnieku domas tiek virzītas uz konkrētu jautājumu, pēc kura atrisināšanas, tiek izskatīts nākamais jautājums.
3. Risināmā problēma ir sadalīta apakšproblēmās, lai būtu vieglāk apskatīt tos pašus aspektus. Šādā veidā būs viegli lokalizēt pretrunu momentus, dabiski virzoties no viena aspekta uz citu.

Progresējošo diskusiju nevar izmantot ikvienā situācijā, metode ir vērtīga un efektīva, ja tiek ievēroti šādi *nosacījumi*:

- grupai ir pietiekami liela pieredze, lai piedalītos diskusijā;
- grupas locekļu pieredze atbilst apspriežamajiem aspektiem;
- problēma ir formulēta tā, ka iespējams pāriet no vienas pakāpes nākamajā;
- ir pretestība paredzamajam progresam. Lai debates būtu īstas, tematam jābūt "*neskaidram/debatējamam*", lai to varētu izanalizēt no dažādiem viedokļiem, nav nekādas jēgas diskutēt par vispārzināmu patiesību vai acīmredzamām lietām.

Progresējošas diskusijas lietderība ir ārkārtīgi daudzveidīga. To var ļoti veiksmīgi izmantot šādās *situācijās*:

- *pētījumu un ideju izpētes veikšana*, kurām sākumā nav optimālu īstenošanas apstākļu (dalībnieki nepiekrīt to īstenošanai, bet viņu atteikšanās balstās drīzāk uz emocionāliem, nevis racionāliem argumentiem);
- *lēmumu pieņemšana*, kad izvēlas vienu no vairākām alternatīvām;
- *mācību un kvalifikācijas celšanas programmas*.

Progresējoša diskusija, pateicoties savam strukturētajam raksturam, izrādījusies lietderīga gan, lai stimulētu diskusijas dalībniekus, gan, lai neizpētītās situācijās iegūtu kvalitatīvus rezultātus.

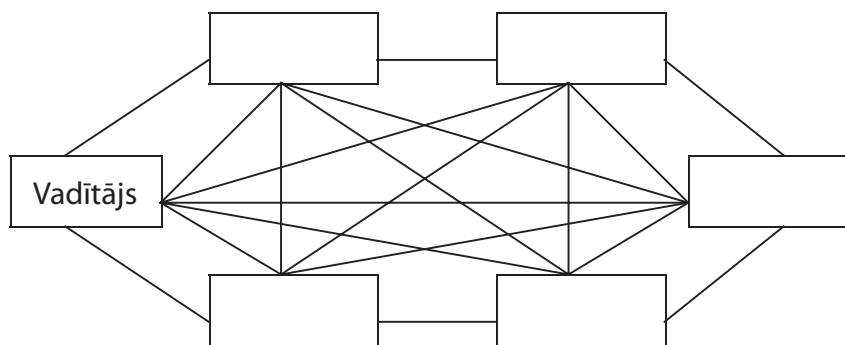
c. Phillips 6/6

Filips (Phillips) ieteica šo grupas diskusiju metodi 1948. gadā. Viņš ierosināja sadalīt lielu grupu mazākās vienībās, pa 6 cilvēkiem katrā, kuri 6 minūtes apspriedīs jautājumus, kas izraisa vispārēju interesi, vai kādu aktuā-

lu jautājumu. Metodē tiek izmantota gan asociācija, gan kombinācija, un tā pieder pie kreatīvām metodēm. *Phillips 6/6* ir īpaši noderīga, ja grupas dalībnieku skaits pārsniedz 20, jo tā dod iespēju aktīvi piedalīties lielam cilvēku skaitam, tādējādi ļoti īsā laikā noskaidrojot lielas cilvēku daļas viedokļus. Galvenais mērķis ir panākt demokrātisku piedalīšanos lielas grupas diskusijā. Turklāt *Phillips 6/6* ļauj katrai 6 personu grupai sintezēt uzskatus, kas pēc tam tiks izmantoti lielajā grupā.

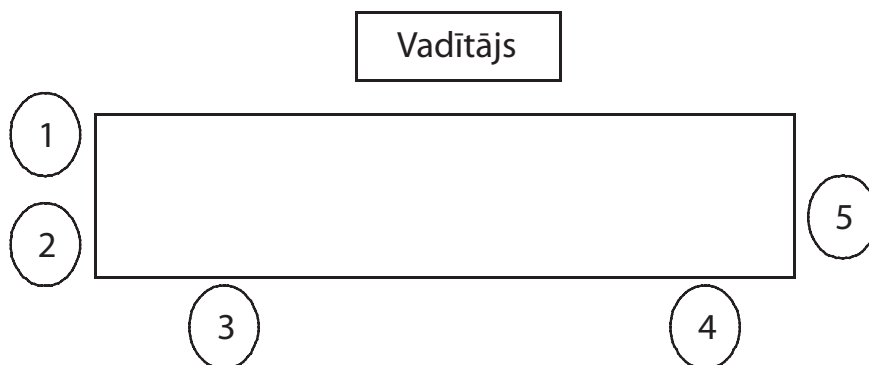
Dalībnieku izvietojums diskusiju laikā ir ļoti svarīgs. Sniedzam dažus ierosinājumus (Zlate, 1982):

- a. *izvietojums ap taisnstūra galdu, kad vadītājs atrodas galda galā*, ir visbiežāk novērotais. Kā redzams 1. attēlā, katrs dalībnieks veido mijiedarbību ar komandu, vienādā mērā ar visiem tās locekļiem, tai skaitā vadītāju;



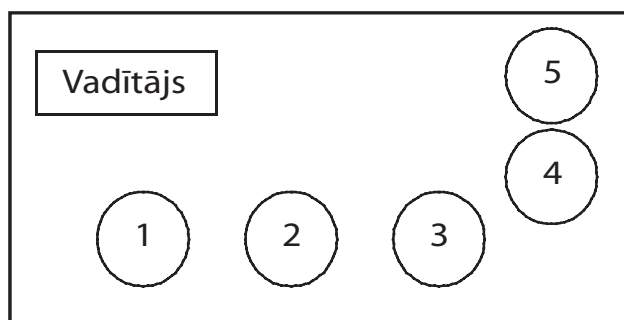
1. attēls

- b. *izvietojums ap taisnstūra galdu, kad vadītājs ir galda vienā pusē*. Šāds izvietojums atņem vadītājam iepriekšējā attēlā redzamo autoritatīvo stāvokli, bet novieto tuvāk grupas locekļus, samazinot sociālo distanci starp viņiem un vadītāju. Tas likvidē arī vizuālo autoritātes monopoli; jaunajā pozīcijā vadītājs nespēj visu laiku novērot visus dalībniekus (skatoties uz 1 un 2, viņš neredz 4 un 5);



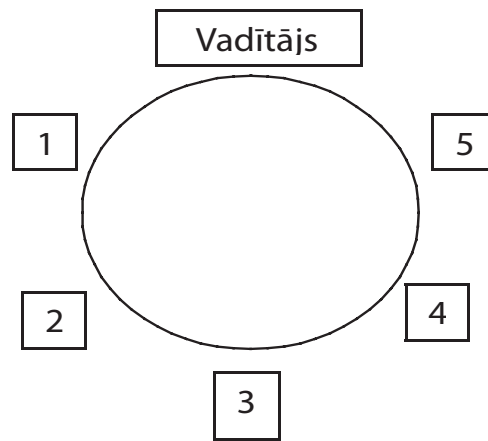
2. attēls

- c. *vadītājs novietots istabas stūrī*. Šāda pozīcija nodrošina vislabāko vadišanu un vislabāko mijiedarbību grupas locekļu starpā;



3. attēls

- d. visi dalībnieki novietoti aplī. Vadītājs ir vienlīdzīgs ar visiem grupas locekļiem. Autoritāte tādējādi ir mazināta un grupas mijiedarbība ir maksimāla.



4. attēls

Tā kā *Phillips 6/6* ir diezgan sīki izstrādāta grupas diskusiju metode, to raksturo virkne standarta procedūru, kas uzskaitītas zemāk (Zlate, 1982).

a. *Grupas vadītājs paziņo tematu*, nodrošinot, ka tas ir skaidri norobežots un noformulēts. Parasti diskusija koncentrējas uz problēmām, kurām nepieciešams:

- noteikt iemeslus vai rast risinājumus;
- noformulēt problēmas, uz kurām vērst cilvēku uzmanību;
- pieņemt lēmumu, nosakot rīcības līdzekļus.

b. *Lielākas grupas sadalīšana mazākās*, pa 6 cilvēkiem katrā. Šāda grupa izvēlas:

- *vadītāju*, kurš veicinās risinājumu rašanu;
- *sekretāru*, kura uzdevums ir pierakstīt rastos risinājumus, lai noslēgumā tos prezentētu diskusijas grupas galvenajam vadītājam; sekretārs nav obligāti nepieciešams; sekretāra uzdevumus var uzņemties vadītājs.

c. *Pati diskusija*. Svarīgi aktivizēt katru dalībnieku, kā arī nodrošināt, lai moderators izpildītu tam uzticēto lomu, neuzspiežot savu viedokli grupas dalībniekiem. Šis posms var noritēt divējādi:

- *brīva diskusija* – katrs grupas loceklis izsaka viedokli, bet tikai tie ierosinājumi, kam piekritusi visa grupa, tiek paturēti;
- *progresējoša diskusija* – viens grupas loceklis izsaka viedokli, kuru pēc tam visi analizē; ja grupa par to vienojas, grupas sekretārs to pieraksta, pretējā gadījumā to izslēdz; līdzīgā kārtībā pēc kārtas tiek izskatīti citu grupas locekļu viedokļi.

d. *Mazajās grupās pierakstītos risinājumus, kad pagājušas 6 minūtes, iesniedz galvenajam vadītājam*. Ir divas iespējas:

- sekretārs iesniedz vadītājam lapu ar grupas atbildē;
- sekretārs paziņo savas grupas atbildes.

e. *Grupas locekļi izsaka viedokļus un prezentē risinājumus*:

- kritiska analīze ir pieņemama;
- sākotnēji katra apakšgrupa patur savus risinājumus, bet dažus pakāpeniski atmet, un atlikušie risinājumi var gūt vairākuma atbalstu;

- risinājums, kurš apakšgrupā ieguvis vairākuma atbalstu, pēc konfrontēšanas ar citas apakšgrupas risinājumu, var zaudēt nozīmi;
- var parādīties jauni risinājumi, kurus neviena apakšgrupa nav pierakstījusi;
- tiks izceltas vērtīgas idejas.

f. Vadītāja sintēze:

- vadītājs rezumēs vai klasificēs dažādus priekšlikumus.

d. Paneļdiskusija

Šīs metodes princips ir nelielas indivīdu grupas iesaistīšana, lai izpētītu kādu problēmu, kamēr auditorija iesaistās, izmantojot rakstiskus paziņojumus.

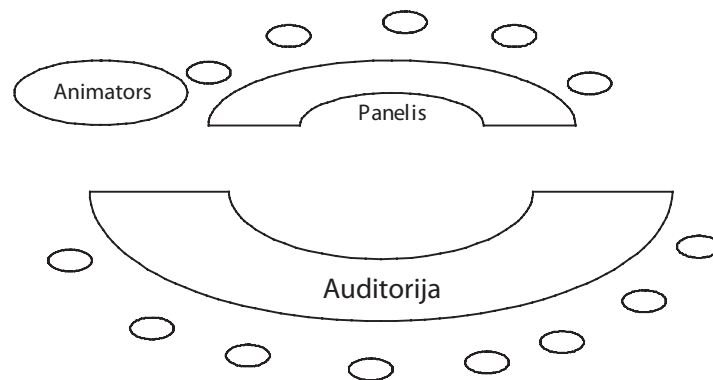
Metode tiek izmantota, lai nepieļautu negatīva psiholoģiskā stāvokļa iestāšanos, īpaši, ja grupa ir liela un rodas nepieciešamība informēt visus dalībniekus par dažiem grūtiem jautājumiem, kas jāatrisina, pieņemot kopīgu lēmumu.

Paneļdiskusijā grupas sastāvs ir šāds:

- *žūrija vai panelis*: ekspertu grupa – 5-7 kvalificēti un šajos tematos kompetenti cilvēki;
- *auditorija*;
- *animators* vai diskusiju vadītājs.

Panelis ilgst no 1,5 līdz 3 stundām.

Paneļa locekļi parasti sēž ap galdu pusaplī. Auditorija sēž viņiem priekšā lielā pusaplī, lai redzētu un dzirdētu visu notiekošo. Animators atrodas starp paneli un auditoriju, pa labi vai pa kreisi.



5. attēls

Paneļdiskusijas fāzes:

1. animators *paziņo* diskusijas tematu, uzsverot tā svarīgumu;
2. animators *iepazīstina ar paneļa dalībniekiem* (vārds, specialitāte, kompetence);
3. animators prezentē virkni *organizatorisku pasākumu*, kas attiecas uz paneļa un auditorijas uzdevumiem:
 - instrukcijas panelim: “jūs esat eksperti apspriežamajā problēmā un jūs analizēsiet auditorijas viedokļus un ierosinājumus, lai nonāktu pie lēmuma. Diskusija noritēs starp mums, bet auditorija drīkst iesaistīties,”
 - instrukcijas auditorijai: “varat jebkurā laikā izteikt savu viedokli, priekšlikumus šādā veidā: 1) uzrakstiet uz papīra, ko vēlaties, lai panelis apspriestu; 2) paceliet roku katru reizi, kad vēlaties iesaistīties; 3) uzrakstiet uz papīra, ko vēlaties jautāt, un nododiet zīmīti kādam no paneļa locekļiem diskusijas laikā; 4) mēs kādā brīdī pārtrauksim diskusiju uz 5-10 minūtēm, un tad jums tiks dots vārds. Mēs varam vienoties par vienu vai vairākiem šādiem veidiem.”;

4. animators vada *paneļdiskusiju* un cenšas iesaistīt diskusijā auditoriju. Labam animatoram:
 - jāspēj kompetenti noregulēt incidentus, kas rodas, lietojot grupas aktivēšanas metodes,
 - jābūt kompetentam apskatāmajā jautājumā (lai viņš varētu pārfrāzēt konkrētus aspektus, izmantojot tehniskus terminus, un spēj noteikt diskusijas posmus, utt.);
5. animators veidos *sintezētu pārskatu* par diskusiju, prezentējot secinājumus un uzsverot svarīgas idejas vai lēmumus.

Auditorija var iesaistīties, izmantojot zīmītes, kas nosūtītas žūrijai. Dažreiz zīmītes tiek rakstītas uz krāsaina papīra: zils – jautājumiem, balts – ierosinājumiem, sarkans – personīgam viedoklim. Vēlams neiekļaut diskusijā šos ziņojumus tūlīt pēc to saņemšanas, lai nepārtrauktu diskusijas plūdumu.

Mērķauditorija

Grupu dinamikas likumi nosaka, ka 7-10 dalībnieki ir ideālais grupas lielums (*Paretti*, 2001). Ja skaits ir mazāks, mijiedarbība ir nepietiekama un ir par maz ideju. Ja grupa ir pārāk liela, to var sadalīt apakšgrupās, bet nav iespējama kopīga diskusija.

| Dalībnieku skaits | Grupās diskusija |
|-------------------|------------------|
| < 4 | Neiespējama |
| 5 – 6 | Grūti |
| 7 – 9 | Ideāla |
| 10 – 12 | Grūti |
| > 12 | Neiespējami |

Dalībnieku raksturojums:

- komunikācijas prasmes;
- aktīvas klausīšanās spējas;
- spēja saprast dažādus viedokļus;
- elastīgums un spēja uztvert oponentu viedokli, un pielāgoties viņu rīcībai.

Diskusiju nopietni ietekmē sociālais un emocionālais klimats, kas izveidojas grupā, atmosfēra, kas var stimulēt vai nomākt. Simpatijas un antipatijas, sadarbība vai konkurence samazinās vai vairo izteikto viedokļu priekšrocības, paātrinās vai palēninās secinājumu pieņemšanu.

Principā grupu diskusijai ir divas iespējas: dalībnieki būs vai nu līdzīgi, homogēni, vai atšķirīgi, heterogēni. Katrai alternatīvai ir savi plusi un mīnusi.

Grupu diskusijā parasti tiek iesaistīti cilvēki ar līdzīgu pieredzi (piemēram, mātes, precēti pāri, jauni skolu beidzēji, utt.), lai izskatītu kādu konkrētu, viņus interesējošu tematu. Homogēnā grupā ir vieglāk radīt atbrīvotu atmosfēru un savstarpēju uzticēšanos, un tādējādi veicināt komunikāciju.

Heterogēna grupa var ģenerēt lielāku skaitu ideju, ir lielāks problēmas atrisināšanas potenciāls, jo ir plašāka kritizējošā bāze, var piedāvāt lielāku alternatīvu skaitu, bet vienlaicīgi pārāk liela nevienlīdzība var dot pretēju efektu: grūti izveidot personīgās attiecības, izšķirties par visērtākajām idejām, samazinās grupas vienotība un netieši pasliktinās sniegums.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Diskusijas fragments: sieviete, 25 gadus veca.

"Es nezinu, ko darīt... Es nevaru pateikt, vai man vajadzētu palikt pašreizējā darbā. Es ar pūlēm paciešu darbu, bet tas ir stabils, un alga ir laba. Vai arī man vajadzētu to vienkārši aizmirst un darīt kaut ko citu, kas mani patiesi interesē... Es varu beigt slikti, ar ļoti zemu algu ... un es pat nezinu, vai esmu tam gatava..."

Iespējamās atbildes:

1. Vai varat pastāstīt vairāk, ko jūs pašlaik patiešām gribat? Svarīgi ir pārdomāt šo momentu (izpēte par personu).
2. Mēs varam veikt dažus testus, kas ļaus jums novērtēt jūsu iespējas jaunajā jomā, par kuru interesējaties. Turklāt mēs varētu izpētīt dažus aspektus, ar kuriem jūs pašlaik esat neapmierināta (atbalstoša izturēšanās).
3. Jūsu šaubas ir saprotamas, jo tās izraisa nedrošība, kas saistīta ar jauna darba izvēli un vecā atstāšanu, kam pievienojas nevēlēšanās atteikties no drošības (atsaucīgas interpretēšanas izturēšanās).
4. Tā patiešām ir grūta izvēle, vai ne? (atkārtošana, līdzjūtība).

Diskusijas analīze būs noderīga vienīgi tad, ja tā ir sistemātiska un organizēta. Zemāk dots diskusijas analīzes modelis.

| Temats | Fakti, situācijas, notikumi | Vide, konteksts | Izturēšanās, spējas | Vajadzības, motivācija, intereses | Rezultāti |
|------------------------|---|---|---|--|--|
| | Kas? | Kur? Kad? | Kā? | Kādēļ? | |
| Profesionāla situācija | <ul style="list-style-type: none"> darba maiņa nepietiekami resursi | <ul style="list-style-type: none"> maza pilsēta Rumānijā sociālā izolācija maz darba iespēju | <ul style="list-style-type: none"> pretestība rutīnai vilcināšanās risinājuma izmantošanā | <ul style="list-style-type: none"> darba meklēšana interesantāka darbība nepieciešams nopelnīt vairāk | <ul style="list-style-type: none"> atbildības izjūta aktīva persona sabiedriska slēpts dinamiskums |

Metodes novērtējums

Phillips 6/6 priekšrocības:

- visi grupas locekļi var piedalīties diskusijā;
- tā ir visnotaļ aktivizējoša, jo palielina dalībnieku interesi un uzmanību, pamudina un iekustina viņus;
- noderīga, lai ātri iegūtu viedokļus, kas izstrādāti apakšgrupās, panāktās vienošanās, izteiktos ierosinājumus, utt.; ātri dod plašu risinājumu loku;
- iepazīstina grupas locekļus ar argumentēšanas, viedokļu atbalstīšanas vai noliegšanas paņēmieniem;
- atbalsta tādu lēmumu pieņemšanas veidu, kas reprezentē grupā esošās tendences;
- atbalsta individuālu percepciju salīdzināšanu un to papildināšanu ar grupas percepcijām;
- var izmantot stundās, lai noskaidrotu skolēnu vispārējās informētības līmeni par kādu konkrētu tematu;

- var novērtēt daudzas klasē veiktās aktivitātes;
- attīsta sintezēšanas spējas;
- palīdz samazināt bailes no uzstāšanās sabiedrības priekšā un stimulē atbildības izjūtu.

Phillips 6/6 trūkumi:

- darba grupas var traucēt viena otru, ja nav pietiekami telpas;
- papildu laiks tiek patērēts katras grupas rezultātu prezentēšanai;
- no dzīvotspējīgām alternatīvām izvēlētie aspekti var būt nesistemātiski.

Paneļa priekšrocības

- nodrošina liela skaita dažādu sociālo grupu locekļu līdzdalību lēmumu pieņemšanā, visiem interesantu problēmu risināšanā, un tādējādi ir lielisks veids, kā demokrātiski izstrādāt risinājumus;
- ļauj iegūt abpusēju informāciju no grupas locekļiem par publiskiem jautājumiem, kā arī nodrošina viņu tiešu iesaistīšanos to risināšanā;
- izraisa lielāku līdzdalību grupas dzīvē, nostiprinot pieķeršanos tai, un pieaugošu personīgu un kolektīvu atbildību par lēmumu īstenošanu praksē;
- iedarbina šīs lietas emocionālos aspektus;
- palīdz dalībniekiem argumentēt savus uzskatus salīdzinājumā ar citu dalībnieku viedokļiem.

Paneļa trūkumi:

- daži cilvēki var monopolizēt diskusiju;
- sava sarežģītā rakstura dēļ, to nav viegli lietot (nepieciešams pieredzējis moderators).

Grupās diskusiju priekšrocības:

- rada atvērtu, uztverīgu un draudzīgu atmosfēru, dodot vairāk cilvēkiem iespēju izteikt savu viedokli;
- veicina sadarbību problēmas atrisināšanas nolūkā;
- nodrošina zināšanu pārvešanu no vienas situācijas uz citām;
- stimulē iniciatīvu un atbildības pilnu līdzdalību daudzpusējā un izsmeļošā jautājuma noskaidrošanā;
- kultivē atbilstošu personīgā viedokļa izteikšanu;
- stimulē ideju spontānumu un kreativitāti;
- lēmumi, kas pieņemti diskusijas rezultātā, ir pamatotāki, un grupas locekļi pieņem tos vieglāk.

Grupās diskusiju trūkumi:

- nepieciešams laiks, lai sagatavotu tematu un jautājumus;
- veidojas aizsargāšanās attieksme, izvairās vai aizklīst no galvenā jautājuma;
- atstāj vietu viedokļu subjektivitātei;
- dažiem cilvēkiem ir tendence monopolizēt diskusiju un uzspiest savu viedokli.

Bibliogrāfija

Cerghit, I. (1997). *Metode de învățământ*. București, EDP.

Paretti, A.; Legrand, J.-A.; Boniface, L. (2001). *Tehnici de comunicare*. Iași, Editura Polirom.

Zlate, C.; Zlate, M. (1982). *Cunoașterea și activarea grupurilor sociale*. București, Editura Politică.

www.indiana.edu/~icy/encourage.html

www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/comadmva/t31.htm

www.lib.bke.hu

www.members.fortunecity.com/dinamico/articulos/art051.htm

www.monografias.com

Datorizēta informēšana un karjeras attīstības atbalsts

Computer-assisted Information and Guidance

Petre BOTNARIUČS
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Informācijas sniegšana ir bijusi viena no visizplatītākajām datora funkcijām kopš informācijas un komunikācijas tehnoloģijas pirmssākumiem. Bet pirmo reizi to pilnībā izmantoja pēc tehnoloģijas un datortīklu infrastruktūras attīstīšanās (Amerikas Savienotās Valstis, 1968). Tas ļāva veikt tūlītēju informācijas pārraidīšanu ar minimālām izmaksām starp jebkuriem diviem punktiem uz zemeslodes, kas savienoti ar interneta palīdzību. 1995. gadā bija 40 miljonu interneta lietotāju, un katru sekundi šis skaits palielinājās par vienu lietotāju (*Com-pagnon*, 2000). Aprēķināts, ka šobrīd ir vairāki simti miljonu uzticīgu interneta lietotāju, un regulāro datora lietotāju procents nepārtraukti pieaug, bet IKT kompetence ir kļuvusi par būtisku vispārējās kompetences indikatoru.

Teorētiskais pamatojums

Informācijas tehnoloģija var padarīt informācijas pārraidīšanas un prezentēšanas procesu daudz efektīvāku vairāku iemeslu dēļ: automātisks dizains, ātra pavairošana un pārraidīšana pie minimālām izmaksām, kā arī uzlabota drošība; interaktīvi draudzīgi, personalizēti interfeisi, kas palielinās informēšanas procesa efektivitāti.

Informāciju karjeras jomā var sniegt, izmantojot *asinhronas tehnoloģijas (asynchronic technologies)*, tādas kā tīmekļa lapas, tīmekļa forumi, e-pasts, un *sinhronas tehnoloģijas (synchronic technologies)*, tādas kā čats, videokonference vai telefonsaruna. Tīmekļa lapas saturs ir pieejams vai nu tiešsaistes režīmā tik bieži, cik nepieciešams, vai to var lejupielādēt un izmantot bezsaistes režīmā, vai pavairot un izplatīt ar elektroniskiem palīglicenzētiem (lokanais disks, CD-ROM, ārējā atmiņa). Atbilstošo tehnoloģiju izvēlas, pamatojoties uz mērķiem un mērķgrupu.

Datoru izmantošana karjeras konsultēšanā dod divus būtiskus ieguvumus: mācīšanās iespēju maksimāla palielināšanās un atvieglota piekļuve konsultēšanas resursiem (*Sampson*, 2000).

Mācīšanās iespēju maksimāla palielināšana. To nodrošina virtuālās vides palielinātā interaktivitāte un elastīgums, iespēja izvēlēties mediju resursus, kas atbilst lietotāja personīgām mācīšanās stilam, tādu kavēkļu (*blockages*) novēršana, ko izraisa lēnais pārraidīšanas ātrums, kas ievērojami samazinātu motivāciju.

Atvieglota piekļuve konsultēšanas resursiem. Informācijai ir būtiska loma karjeras konsultēšanā un tas ir viens no visizplatītākajiem interneta izmantošanas veidiem pēc Sampsona (2000) domām, "*jo pēta nodarbinātības iespējas, karjeras alternatīvas un testa novērtēšanu*". No ētikas viedokļa problēmu rada piekļuves došana šiem resursiem, ņemot vērā *digitālā dalījuma (digital division)* realitāti un nesaskaņu padziļināšanās briesmas (*danger of deepening discrepancies*). Dažiem cilvēkiem darbs ar datoru vai navigācija internetā sagādā grūtības, tādēļ viņi labāk izvēlas konsultācijas.

Tradicionālā karjeras attīstības atbalsta centrā tīmekļa lapas informēšanas pakalpojumu uzsākšana izraisa piemērotības problēmu attiecībā uz mērķauditoriju. Kad pakalpojums ir uzsākts, konsultantam vairs nav

pienākuma atkārtoti informēt dažādus klientus par vienu un to pašu jautājumu, jo elektroniskā informācija ir viegli pieejama un neierobežota jebkurā laikā un no jebkuras vietas lielam klientu skaitam.

Saskaņā ar mērķgrupas definīciju, kurai tīmekļa lapas ir adresētas, var piedāvāt *specifiskus vai vispārējus informācijas un konsultēšanas pakalpojumus* (Sampson, 2000). Vispārīgie pakalpojumi adresēti plašai mērķgrupai, kuras locekļi pilnībā apzinās savas vajadzības un neprasa tematiskas konsultācijas, tikai atbildes uz vispārīgiem jautājumiem. Turpretī speciālie pakalpojumi domāti individuāliem klientiem vai precīzāk definētām grupām, un tiem nepieciešama individualizēta iejaukšanās un atbildes uz individuāliem jautājumiem. Tīmekļa lapas loma ir papildināt citus karjeras attīstības atbalsta resursus, un tiem, pēc Sampsona (2001) domām, jābūt saskaņā ar konsultēšanas centra stratēģiskiem mērķiem.

Nepieciešams priekšnoteikums labvēlīgai ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanai ir būtiska informācija par sevi un izglītības un profesijas iespējām. Šajā nolūkā nepieciešams apstrādāt lielu informācijas apjomu. Šobrīd dators ir visatbilstošākais instruments šāda veida informācijas uzglabāšanai un izmantošanai.

Atsevišķa informācija, kas klientiem nepieciešama ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšanai, ir saistīta ar vietējiem vai reģionāliem apstākļiem un tādēļ nacionālās institūcijas nevar atbildēt par to. Tādēļ nepieciešams izveidot meklēšanas sistēmas, lai atrastu izglītības un profesionālo informāciju, kas ir nozīmīga reģionālā vai vietējā līmenī un ko varētu izmantot šīs teritorijas skolās. Šāda izmantošana dotu klientiem noderīgu informāciju, kad viņi pieņem ar profesiju saistītus lēmumus, kā arī iestādēm un skolotājiem, kad viņi izstrādā vietējam darba tirgum piemērotas mācību programmas.

Tekstu, kas piesātināti ar detaļām, un tekstu, kuros iekļautas tikai galvenās idejas (izslēdzot 40 % satura), salīdzinošs empīrisks pētījums parāda, ka informācijas saglabāšana ir tāda pati, bet navigācijas ilgums ir daudz mazāks gadījumā ar kodolīgiem tekstiem (Istrate, 2003). Šis aspekts skaidri parāda labi strukturētu lapu efektivitāti. Pētījums par to, kādā veidā tiek lasīta informācija lapā, parāda, ka Eiropas un Amerikas kultūrā acis virzās pa Z-formas trajektoriju. Tādēļ ieteikums ir izvietot vissvarīgāko informāciju lapas sākumā un beigās.

Metodes prezentācija

Karjeras informēšanā var izmantot vairākas informācijas tehnoloģiju funkcijas, atkarībā no konteksta un nolūka. Vispār interesējošas informācijas komplektiem visatbilstošākā modalitāte ir tīmekļa lapa. Priekšrocība ir tā, ka pēc informācijas sagatavošanas un ievietošanas lapā, tai var piekļūt jebkurā laikā no jebkuras vietas, bez konsultanta iesaistīšanas. Turpretī speciālu informāciju klients var pieprasīt ar e-pasta vai sinhrono komunikācijas kanālu (čata, telefona vai video konferences) palīdzību.

Informēšana un karjeras attīstības atbalsts ar tīmekļa lapu palīdzību

1. *Konsultēšanas tīmekļa vietņu dizaina izstrādāšana.* Atbilstošs tīmekļa vietnes dizains noteiks tā efektivitāti gan pašinformēšanas nolūkā, gan, kad informācija tiek saņemta ar konsultanta palīdzību. Atbilstoši dizainera nolūkiem, tīmekļa vietnes var pildīt trīs atšķirīgas funkcijas:

- tradicionālo konsultēšanas pakalpojumu veicināšana;
- piedāvā informēšanas iespējas, lejupielādējot vienkāršu tekstu failus;
- sniedz resursus un pakalpojumus, kas tieši atbilst pieprasījumam, pēc tam, kad precīzi noteikta mērķauditorija un tās potenciālās vajadzības.

Ja konsultanti vēlas iekļaut informācijas un karjeras attīstības atbalsta tīmekļa vietnes savā pakalpojumu piedāvājumā, ieteicams to veikt šādā secībā: konsultāciju pakalpojuma analīze, tīmekļa vietnes izstrādāšana, tīmekļa vietnes integrēšana esošajos pakalpojumos, personāla apmācīšana, izmantošana un novērtēšana (Sampson, 2001).

Praktiski informācijas un karjeras attīstības tīmekļa vietnes izstrādāšana notiek šādā veidā: mērķu noteikšana, mērķgrupas noteikšana, vajadzību analīze, dizains, realizācija, novērtēšana, tīmekļa adreses iegūšana, palaišana un aktualizēšana.

Mērķu noteikšana. Vietne var specializēties tādos jautājumos kā nodarbinātības iespējas, izglītības vai mācību institūcijas vai dažādi citi informācijas veidi, vai integrēt visus šos informācijas tipus, klasificējot tos kā tādus.

Mērķgrupu identificēšana. Ja tīmekļa lapa ir domāta skaidri noteiktai mērķgrupai (skolēni, vecāki, skolotāji, riskam pakļauti cilvēki, utt.), viegli ir nokomplektēt konkrētam dzimumam, konkrētam vecumam domātu informāciju vai pielāgot to sociālam vai ekonomiskam kontekstam. Lai gan lielākajai daļai mērķgrupas locekļu neradīs grūtības to izmantošana, tomēr ir nespējīgi klienti, kuriem trūkst kompetences, laika vai aparātūras. Jo sīkākas atšķirības ir mērķgrupā (piemēram, vietne, kas domāta tikai cilvēkiem ar fiziskiem trūkumiem), jo grūtāk būs pielāgoties viņu vajadzībām.

Tiešsaistes vajadzību identificēšana. Piemērota izvēlnes struktūra, kā arī *Bieži uzdoto jautājumu* (BUJ) saraksts ļauj atrast vēlamu informāciju vai virza lietotājus uz nepieciešamo informāciju, vai tā būtu attiecīgajā tīmekļa vietnē, saite ar citu specializētu vietni, vai nosūtot uz fiziskas konsultēšanas centru.

Lai iegūtu noderīgu informāciju turpmākai tīmekļa vietnes uzlabošanai, būs *meklēšanas celiņš* (*search track*), kas palīdzēs noteikt navigācijas stilus.

Tīmekļa vietnes dizaina veidošana. No tīmekļu dizaina izstrādāšanā pieņemtās stratēģijas viedokļa, mēs atšķiram *uz resursiem balstītu* un *uz vajadzībām balstītu* vietni. Konsultēšanas efektivitātes princips ir piedāvāt klientiem tieši pieprasīto informāciju vai pakalpojumus, un optimālā apjomā. Tādēļ uzdevums ir nepārslogot tīmekļa vietni ar informāciju, kā arī nesniegt pārāk maz informācijas, un tīmekļa vietne var kalpot par filtru klientiem, kuriem vairāk vajadzīga individuāla palīdzība, kas virza viņus uz seansu vaigu vaigā ar konsultantu, kā arī tiem klientiem, kas spēj paši savākt informāciju, lai vadītu viņus uz vispiemērotākajiem tiešsaistes resursiem.

Atšķirības uz vajadzībām balstītas stratēģijas un uz resursiem balstītas stratēģijas *principos* rezumējis Sampsons (2000) šādā tabulā:

| Uz vajadzībām balstīts dizains | Uz resursiem balstīts dizains |
|--|---|
| Pamatojas uz hipotēzi, ka: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ lietotāji neapzinās savas informācijas vajadzības ■ klientiem trūkst nepieciešamo spēju pašiem atrast vietnes struktūrā attiecīgo informāciju | <ul style="list-style-type: none"> ■ lietotāji jau zina, ko viņi vēlas uzzināt, vai viņi spēj pateikt bez grūtībām, ja viņiem parāda, kas ir pieejams |
| Veic šādus soļus: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ identificē mērķgrupas ■ nosaka mērķgrupas lietotāju vajadzības ■ saturam piešķir noteiktu dizainu, lai adekvāti reaģētu un lietotāju vajadzībām ■ saista vajadzības ar attiecīgiem resursiem un pakalpojumiem | <ul style="list-style-type: none"> ■ identificē vispārējas mērķgrupas ■ izvēlas resursus, kas atbilst mērķgrupai ■ strukturē vietni saskaņā ar vienkāršu loģiku par pieejamiem resursiem |
| Navigācija: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ interaktīvs process, kad nepieciešams dažreiz uzklikšķināt, lai atrastu piemēroto resursu | <ul style="list-style-type: none"> ■ vēlamu informāciju var atrast, izmantojot tiešu piekļuvi vai meklēšanas instrumentu, indeksus vai bieži uzdoto jautājumu sarakstus |
| Vietnes struktūra: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ noslāņota, ar daudziem meklēšanas līmeņiem un kompleksu informāciju | <ul style="list-style-type: none"> ■ vienkārša, tieša piekļuve visiem pieejamiem resursiem |

Dizains jāizvēlas, pēc Sampsona uzskatiem, atbilstoši funkcijai, mērķiem un konsultāciju pakalpojumu īpašajam raksturam. Veidojot informācijas un konsultāciju tīmekļa vietni, visbiežāk ņem vērā abas stratēģijas, no-

drošinot vieglu resursu atrašanu atbilstoši katra klienta vajadzībām, kā arī iekļaujot norādes vai *BUJ sarakstus*, kartes/vietnes struktūru un meklēšanas instrumentus. indikatorus.

Dizaina izstrādāšanas procesā jāņem vērā arī lietotāja perspektīva. Lietotājam vienmēr jāsniedz atbalsts, izmantojot palīgtekstus un norādes, sūtot paziņojumus par kļūdām, un sniegtajai informācijai jāatbilst šādām prasībām: *precizitāte, konsekvence, pilnīgums, saprotamība un strukturēšana* (Hagglund, 1989, apud. Istrate, 2003). Ziņojums par kļūdām jāformulē pozitīvā veidā.

Izvietojums ietver fona krāsu, fontu lielumu, attēlus, tabulas, sarakstus, kā arī veidu, kā informācija ir sagrupēta uz ekrāna. Tīmekļa lapas vizuālo kvalitāti novērtē pēc informācijas *salasāmības (legibility), skaidrības (clarity) un strukturējuma (structuring)*. Jāizvairās no neatbilstoša vai kļūdaina formulējuma, kā arī pareizrakstības kļūdām.

Lai nodrošinātu augstu izmantošanas līmeni, ikvienai tīmekļa lapai nepieciešama palīdzības (Help) funkcija, kas instruē klientu par to, kā izmantot dažādās sistēmas iespējas, kas vada viņus uz vēlamajiem resursiem un piedāvā palīdzību, izmantojot informācijas avotu no citām vietnēm.

Lai varētu viegli piekļūt pieejamajiem resursiem, ikvienā tīmekļa vietnē iekļauta cilvēka-datora dialoga iespēja, kas pazīstama kā lietotāja interfeiss.

Lietotāja interfeisa dizaina izstrādāšana. Par interaktīvo sistēmu kvalitāti spriež pēc lietošanas vienkāršības (Berndtsson and Ottersten, 2002, apud Mjornheden, 2004). Lai novērtētu, cik lietotājam draudzīga datorsistēma ir, Hagglunds un Vainio-Larsons (Hagglund and Vainio-Larsson) (1989, apud Mjornheden, 2004) ierosināja šādus izpētes virzienus: lietotājs, uzdevums, sistēma un vide. Faktori, kas nosaka lietošanas līmeni, ir šādi: pielāgošanās spēja, elastīgums, draudzīgums, lietotāja kompetence un sistēmas noturīgums:

- *pielāgošanās spēja* paredz izveidot tādus sistēmas instrumentus, kas ļautu realizēt optimālu lietotāja-datora mijiedarbību;
- *sistēmas elastīgums* vērsts uz pastāvīgu iespēju mainīt indivīda vajadzību un īpatnību izpētes funkcijas kursu, saglabājot satura zinātnisko raksturu;
- *draudzīgums lietotājam* ietver, pēc Alvuda (Alwood) (apud Mjornheden, 2004), vairākus būtiskus aspektus, tādus kā: sistēmas pieejamība, lietotāja – datora saderība, individuālas navigācijas iespēja, palīdzības kvalitāte;
- *apmierinātībai* ar sistēmas lietošanu un tās *pieņemamībai* ir būtiska nozīme, lai lietošana būtu efektīva; bez pienācīgas motivācijas lietotājs nekad neiemācīsies, kā sistēma darbojas, un rezultātā efektivitāte būs apdraudēta;
- *lietotāja kompetence* vērsta uz lietotāja spēju mijiedarboties ar datoru; veidojot dizainu, jāņem vērā apmeklētāju mācīšanās spēju. Navigācijas rezultātiem jābūt paredzamiem, saprotamiem pat iesācējiem, tam jāatvieglo mācīšanās un jāļauj pārnest jaunapgūtās zināšanas uz citām situācijām;
- *noturīgums* nozīmē, ka sistēmu netiek nobloķēta nepareizas lietošanas gadījumā, bet signalizē un labo kļūdas.

Daudzas potenciālas informācijas sistēmas kļūdas var identificēt, testējot nelielu lietotāju skaitu. Nīlsens (Nielsen) (apud Mjornheden, 2004) uzskata, ka 85 % bojājumu var atklāt, piemērojot lietotāja testu tikai pieciem cilvēkiem.

Datorsistēmu lietošanas pieaugums ir *HCI – Computer-Human Interaction (Datora-cilvēka mijiedarbība)* mērķis. Pētījuma mērķis ir pielāgot tehnoloģiju lietotāja vajadzībām, izprotot cilvēku ierobežojumus un apstākļus. Tādēļ, izstrādājot interfeisa dizainu, neiztikt bez zināšanām par to, kā darbojas cilvēka redze, atmiņa un domāšana (Berndtsson and Ottersten, 2002, apud Mjornheden, 2004).

| Likumi | Saistība ar dizainu |
|---|---|
| Vizuālā | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ redzi un uztveri daļēji kontrolē pieredze un interese | <ul style="list-style-type: none"> ■ jāizslēdz visi nebūtiskie elementi |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ uz ekrāna parādītu informāciju ir vieglāk lasīt un identificēt, ja acis var sekot rindiņai ■ parasti tekstu uz ekrāna lasa 20-30 % lēnāk, nekā uz papīra | <ul style="list-style-type: none"> ■ jārada teksti un saites, kas palīdzētu klientam ātri lasīt un atpazīt vajadzīgo kontekstu ■ skaidrs saišu apraksts ■ jāizmanto lieli fonti un jāizvairās no slīpraksta lietošanas saitēs ■ loģiska un sistemātiska informācijas pasniegšana |
| Atmiņa | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ īstermiņa atmiņa ir ļoti ierobežota un operē ar nelielu informācijas vienību skaitu ■ ir daudz vieglāk atpazīt informāciju, nekā to atcerēties ■ ilgtermiņa atmiņa izmanto asociācijas, lai atmodinātu lietas, kas sniedz lietotājam pieņemamu opciju sarakstu | <ul style="list-style-type: none"> ■ īsa prezentēšana bez nevajadzīgām detaļām ■ vārdnīcas pielāgošana konkrētām klientu vajadzībām ■ noenkuro idejas, atvieglojot jaunas informācijas saprašanu |
| Domāšana | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ domāšana ir atkarīga no citām mentālām funkcijām (emocijas, interese, utt.) ■ informācijas apstrāde notiek secīgi un doma nevar operēt ar pārāk lielu informācijas daudzumu vienlaikus ■ cilvēki izceļas ar informācijas novērtēšanu un problēmas sistematizēšanu kategorijās | <ul style="list-style-type: none"> ■ pilnībā jāizmanto lietotāju zināšanas ■ jāizveido viendabīgs interfeiss: vienai koncepcijai visur jāizskatās vienādi ■ lietotājiem jāpalīdz noskaidrot, kādā veidā sistēma darbojas, un tās struktūra ■ izpētes spējas stimulēšana atvieglo mācīšanos ■ atbilstoša atgriezeniskā saite, lai saprastu interfeisu |

Lietotāja profils ir svarīgs informācijas un konsultēšanas tīmekļa lapu izveidošanas faktors. Interneta konsultāciju pakalpojumu saņēmējs ir abstrakts konstrukts un pastāv briesmas, ka konsultēšanas pakalpojumi nespēs apmierināt konkrētas vajadzības.

Interneta lietotāja izturēšanās. Pointera institūta (*Poynter Institute*) pētījums par to, kā lietotāji lasa informāciju internetā, atklāj virkni svarīgu īpašību (*Istrate*, 2003):

- lielā informācijas apjoma dēļ lielākā daļa lietotāju (apmēram 3/4), galvenokārt *lasa pa diagonāli* (*skim-read diagonally*) (tikai satura rādītāju vai anotāciju), un kad viņi atrod atbilstošu informāciju, veic selektīvu zondēšanu. Rezultātā tīmekļa vietnes dizaineriem jāstrukturē informācija tādā veidā, kas ļauj ātri identificēt un atrast konkrētu jautājumu detaļas;
- ļoti bieži lietotāji *medī informāciju un ignorē detaļas*;
- pirmo reizi ieejot lapā, *lietotāja acis fokusējas uz tekstu*, identificē virsrakstus, apakšvirsrakstus un anotācijas, un ignorē attēlus un detaļas;
- bieži lietotāji lasa *vairākas lapas uzreiz*, atverot vairākus logus un alternatīvi pārmeklē tos, atverot dažādas jaunas lapas, meklējot tīmekļa vai e-pasta adreses.

Tīmekļa dizaina principi. Lai tīmekļa lapas saturs tiktu efektīvi izmantots, dizaineriem jāņem vērā virkne principu (*Istrate*, 2003):

- *Skaidrība un elegance* (*Clarity and elegance*): Saturs jāprezentē pieejamā formā, ar patīkamu novietojumu un loģisku struktūru.

- *Pareģojamība un sistemātiskums (Predictability and regularity)*. Efektīva navigācija ar resursiem, kas attiecas uz vietni, paredz saglabāt nemainīgu prezentēšanas struktūru. Sekojot šiem principiem, nedrīkst radīt vienmuļību resursu izmantošanā, tādēļ ir attaisnojami daži funkcionāli grozījumi.
- *Standartizācija un stila konsekvence (Standardization and consistency in style)*. Izvietojumam jāļauj ātri, bez kavēšanās koncentrēties uz svarīgām detaļām, un formatēšanas stilam jābūt vienotam.
- *Viegla orientēšanās saturā*. Izvēlnei un vietas noteikšanas svītrai (*location bar*) jābūt nepārtraukti redzamai un jābūda pašreizējā sekcija vai nodaļa, kā arī jānodrošina ātra piekļuve citām vietnes daļām. Attiecīgā informācija parādīsies kopsavilkuma veidā, kam nevajadzētu būt garākam par ekrānu, ļaujot lietotājam turpināt meklēt papildus detaļas citās lapās.
- *Vienotība un vienkāršība (Unity and simplicity)*. Jāizvairās no detaļu pārpilnības un, ja detaļas ir nepieciešamas, tām jāveido piekļuve ar saišu palīdzību atsevišķās lapās, lai netraucētu lietotāju, kuram tās nav vajadzīgas.
- *Līdzsvars un simetrija (Balance and symmetry)*. Lapas būtiski elementi (teksts vai saraksts, tabulas, grafiki, attēli, izvēlnes) jāizvieto līdzsvarotā veidā.
- *Sakārtošana pēc svarīguma*. Informācija jāprezentē tās svarīguma un saistības kārtībā, no kreisā puses uz labo un uz leju Eiropas un Amerikas kultūrā.
- *Elementu sagrupēšana pēc to svarīguma*. Dažādas idejas jāizkārt, jāieliek rāmītī, jāiekrāso atšķirīgi, utt. Jo konsekventāk šīs sagrupēšanas un marķēšanas modalitātes tiek izmantotas, jo vieglāk atšķirt un saprast dažādas idejas.
- *Satura strukturēšana sarakstos un tabulās*. Diskursīvā prezentācijā nepieciešams laiks informācijas apstrādei, bet shematiska prezentācija sarakstu vai tabulu veidā veicina ātru saprašanu. Sanumurētie vai apzīmētie saraksti tiks izvietoti kreisā pusē un vertikāli; ieteicams, lai teksts aizņemtu no 25 līdz 50 % lapas.
- *Teksta daļu izcelšana ar apzīmētājiem*. Treknraksts, pasvītrojums, slīpraksts vai dažādas krāsas izceļ atslēgas vārdus. Rindiņu atstatumam jāatbilst teksta fonta lielumam.
- *Vizuālu organizētāju ieviešana (visual organizers)*. Lai vadītu lietotāju pa saturu, tiek izmantoti šādi līdzekļi: *lapas nosaukums* nosaukumu līnijā (*title bar*); *lapas nosaukumi* vai *apakšnosaukumi*; *izvēlnes* *apakšnodaļu secība*, kam jāparāda pašreizējais stāvoklis vietnes hierarhijā un jāpiedāvā ātra piekļuve citām vietnes nodaļām; *standarta saites krāsa*; standarta terminoloģija; simbolu sarakstu apzīmēšanas katrai pozīcijai; vienā paragrāfā tiek prezentēta viena ideja.
- *Atbilstošas krāsa izmantošana*. Krāsas norobežo tekstu, kā arī grafikus un attēlus; tās ietekmē vietnes racionālo sniegumu un prestižu. Piemērotai krāsu kombinācijai ir liela pozitīvas ietekmes uz lietotāju: tā veicina saprašanu, uztveršanu un asimilēšanu; rada garīgu komfortu, sniedz uzmundrinājumu un labu garastāvokli, samazina intelektuālo nogurumu; stimulē vizuālo uztveri; stimulē koncentrēšanos un atmiņu; attīsta iztēli un kreatīvu domāšanu.

Ieteicams izvairīties no vienkāršas melnās un baltās krāsas kontrastēšanas, tā vietā izmantojiet adekvātas krāsu kombinācijas, kas palielina informācijas uztveršanas un atcerēšanās precizitāti un ātruma par 40-50 %. Spēcīgāki kontrasti jāizmanto būtiskai informācijai, bet vājāki – satura elementiem. Grafiki un attēli ir daudz daiļrunīgāki un salasāmi, ja tie ir krāsaini. Atsevišķos gadījumos attēlos, kuros parādīta darbība un portreti, melnbaltā kontrastēšana izgaismo personīgo izteiksmi un ir daudz ierosinošāki.

Tīmekļa vietnes ir tradicionālo konsultēšanas resursu papildinājums, nevis alternatīva. Tīmekļa vietne nevar piedāvāt visus tradicionālos pakalpojumus tādā pašā kvalitātē, jo vaigu vaigā mijiedarbībai piemīt tāds sarežģītības līmenis, ko nav iespējams imitēt virtuālā pasaulē.

Vispārīgi informācijas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumi tīmeklī aptver virkni informācijas pasniegšanas modalitāšu:

- vienkārša vai strukturēta hiperteksta informatīvās lapas;
- lejupielādējami dokumenti (*Word, pdf*);
- datu bāzes, ko var izjautāt;
- multimediju resursi.

Individualizēti pakalpojumi ietver virkni tīmekļa paņēmieni:

- standartizētas veidlapas: lai palīdzētu klientiem skaidri noformulēt informācijas vai konsultācijas pieprasījumu, būs jāaizpilda tiešsaistes veidlapa; ir noteiktas prasības: skaidri jānoformulē konsultanta, kurš atbildēs uz pieprasījumu, kvalifikācija, maksimālais laika intervāls atbildes sniegšanai, datu drošība un konfidencialitātes politika;
- elektroniskie diskusiju saraksti: ļauj pa e-pastu regulāri sūtīt noderīgus jaunumus un informāciju lietotāju sarakstam, kuri parakstās uz to un izvēlas to, kas tos interesē;
- individualizētas atskaites: ar paroli aizsargāta piekļuve ļauj izveidot personalizētus tīmekļa laukumus (*web spaces*), kuros ievietota informācija, kas atbilst speciālām klienta vajadzībām;
- rezervēti tīmekļa laukumi: pretēji individualizētām atskaitēm tie dod pieeju speciālai informācijai ierobežotam lietotāju skaitam, kuriem ir lietotājvārds un parole. Tādējādi ir atļauts pielāgot informēšanas funkciju ģeogrāfiskam, sociālam, ekonomiskam kontekstam un lietotāju grupas prasībām;
- čats: ļoti individualizēta konsultēšana, izmantojot rakstisku komunikāciju reālā laikā;
- videokonference: distancēta komunikācija reālā laikā, izmantojot tehnoloģijas, īsteno ar vienlaicīgu audio-vizuālo pārraidīšanu, kas ir vistuvāk komunikācijai vaigu-vaigā.

2. *Izdarīt (Making it happen)*. Lai gan dizainā ir paredzēta virkne iepriekšēju mēģinājumu, funkcionāli tas pārklājas ar paša veikto tīmekļa lapas izveidošanu. Parasti galīgais rezultāts ļoti atšķiras no sākotnējās idejas, un tas vienmēr ir atvērts turpmākām izmaiņām. Tīmekļa lapas izveidošanai nepieciešams HTML (*HyperText Mark-up Language*) lapas redaktors, tāds kā *Macromedia – Dreamweaver, Front Page*, utt. Lai gan pašreizējais karjeras konsultanta profils ietver arī ITK kompetenci, ieskaitot arī tīmekļa vietnes izveidošanu, iesācējam ieteicams meklēt profesionāļa palīdzību. Kad tīmekļa vietne ir izveidota personālā datorā, tā tiks lejupielādēta ar internetu savienotā serverī ar speciālu adresi, lai tā būtu pieejama tiešsaistes režīmā.

3. *Novērtēšana un uzraudzība*. Interneta informācijas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu lietotājam jāapzinās, ka esošo resursi atšķiras gan informācijas kvalitātes, gan precizitātes ziņā. Vissvarīgākie analīzes kritēriji un kvalitātes rādītāji ir šādi: (*Mjornheden, 2002*):

- *ilgmūžība (longevity)* – norādes uz precizitāti;
- *avotu minēšana* – abpusējas saites uz attiecīgo institūciju vietnēm, lai pārbaudītu informācijas precizitāti un kvalitāti;
- *autentiskums* – informācija par organizāciju vai personu, kas izveidojusi tīmekļa vietni, konsultanta kompetenci un kvalifikāciju, kontaktinformācija, kas ļauj to verificēt, izmantojot citus avotus.
- *objektivitāte* – minēts dažādu pakalpojumu nolūks un izmaksas, kas ļauj reāli novērtēt to lietderību, un esošās alternatīvas, kas labāk atbilst lietotāja nolūkam;
- *globālā perspektīva* – skaidrība par mērķgrupu, nosūtot neinformētus apmeklētājus uz citām vietnēm, kas vairāk atbilst viņu vajadzībām, nodrošinot caurskatāmību attiecībā uz sociāliem un kultūras aspektiem, lai izvairītos no aizvainojumu un vilšanos atsevišķās grupās;
- *ticamība (credibility)* – argumentu piemērotība, pamatojot un līdzsvarojot saturu, skaidri redzama prezentētai informācijai pievienotā patiesā vērtība (atšķir faktus no viedokļiem).

Ņemot vērā nepārtraukti mainīgo sociālo un ekonomisko kontekstu, lai garantētu informācijas pakalpojumu kvalitāti, paredzēta nepārtraukta efektivitātes uzraudzība, novērtēšana un uzlabošana. Lai iegūtu informāciju par lietošanas pakāpi un pakalpojumu raksturu, tiek izmantota virkne modalitāšu:

- tiešas un precīzi formulētas atsauksmes no klientiem, izmantojot tiešsaistes aptaujas lapu;
- lietotāju skaita reģistrēšana ar žurnālu (*log*)s vai skaitītājiem (*counters*);
- iegūstot lietotāja reģistrēšanas vietu (URL) (lai noteiktu valsti un reģionu vai pilsētu, e-pasta nodrošinātājs, utt.);

- savienojuma ilgums;
- visvairāk un vismazāk apmeklētās lapas;
- savienojuma ilgums (procents uz katru ieeju);
- visvairāk meklētie atslēgvārdi (ja vietnei ir iekšējās meklēšanas instruments (*internal search engine*));
- piekļuves vieta (*access origin*) (no vietnes, meklēšanas instrumenta) un navigācijas programmatūra (*pār-lūkprogramma*).

Daudzus šos datus var ierakstīt automātiski, attiecīgi uzstādot (*setting*) konsultēšanas centra serveri, un tad izmantojot tos, lai savāktu statistiku un veiktu lietderīgu salīdzinājumu informācijas un karjeras attīstības atbalsta tīmekļa pakalpojumu efektivitātes un lietderīguma uzlabošanai.

E-pasta informācija un karjeras attīstības atbalsts

Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumi bieži kombinē tīmekļa lapas, kurās prezentēta vispārīga informācija, ar personalizētiem pakalpojumiem, tādiem kā e-pasts (telefons vai čats). Salīdzinājumā ar informāciju, ko iegūst no tīmekļa lapām, e-pasta priekšrocība ir tā, ka sniegtās atbildes precīzāk atbilst klienta vajadzībām, kas liek no jauna pārdomāt konsultēšanas koncepciju un iespējamās pārmaiņas konsultantu darba stilā, *aizvietojot* vai *pilnveidojot* pārējos konsultēšanas pakalpojumus. Kas attiecas uz klienta-konsultanta mijiedarbību, tā var būt **asinhrona** – ar islaicīgu intervālu (e-pasts, forumi, pasts, internets), vai **sinhrona** – nekādu islaicīgu intervālu (telefons, telekonference vai videokonference).

Britu pētnieks Markuss Ofers (*Marcus Offer*) uzskata, ka e-pasta konsultēšanas process izvirza konsultantam šādas prasības:

Pirms e-pasta atvēršanas:

- skaidri jānosaka e-pasta lietošanas mērķi un jāinformē klienti par tiem (informācijas pieprasījums, konsultēšana, kontaktu veicināšana, utt.);
- jānoskaidro situācija un personas, kam iespējams sniegt e-pasta atbildes;
- jāinformē klienti par konfidencialitātes robežām;
- jāapzinās nepieciešamais laika budžets karjeras attīstības atbalstam pa e-pastu, kam vajadzīgs tikpat daudz laika, cik seansiem vaigu vaigā vai telefonsarunām;
- jāizmanto organizācijas e-pasta adrese, lai izvairītos no surogātpasta, vīrusu plūdiem un neprofesionāliem aspektiem;
- jānodrošina karjeras attīstības atbalsta procesa efektivitāte un lietderīgums, iepriekš lūdzot klientus aizpildīt vienkāršas aptaujas lapas, lai noskaidrotu problēmu un sniegtu minimālu informāciju;
- jā saglabā un jāšķiro e-pasta korespondence atsaucēm.

Atverot e-pastu:

- jāpiešķir pietiekams laiks atbildei (e-pasts dod nepieciešamo laiku, lai atbildētu uz pieprasījumu, konsultētos ar citiem praktiķiem un noformētu pilnīgu atbildi);
- jāpiešķir pamatots laiks, lai pareizi un pilnīgi noteiktu klienta vajadzības, analizētu esošo situāciju, intereses, noskaidrotu, kā apmierināt šīs intereses, kā arī riskus, barjeras, alternatīvas, utt..

Atbildes sagatavošana:

- vispirms jāpraktizē neformāla rakstiska komunikācija ar konsultāciju centra kolēģiem, kodolīgi un skaidri, bet vienlaicīgi silti un draudzīgi;
- jā sagatavo un jā saglabā atbildes uz Bieži uzdotiem jautājumiem (*Frequently Asked Questions – FAQ*); izvēloties un nokopējot tās, lai taupītu laiku;

- pastāvīgi jāpārbauda personīgās percepcijas, konsultējoties ar citiem kolēģiem;
- jāpiedāvā atbilstoša informācija, jāizvairās no liekvārdības vai neprasītas informācijas;
- jāveido iejūtīgas attiecības ar klientu, paredzot viņa reakciju, kad viņš lasīs atbildi;
- jāveicina noteikts mijiedarbības līmenis, nepārspilēti atsaucoties uz oriģinālo sūtījumu, kam seko personīgā atbilde;
- jārespektē tīmekļa dizaina principi, lai nodrošinātu, ka būtiskie aspekti tiek uztverti pirmie;
- jālieto parasta valoda, nekādu akronīmu, tehnisku terminu, izlaidumu vai pareizrakstības kļūdu, utt..

Pēc e-pasta informēšanas un konsultēšanas

- jāglabā e-pasta korespondence, jo e-pasta vēstules ir vērtīgs komunikācijas līdzeklis no profesionālo attiecību un attīstības viedokļa.

Mērķauditorija

Elektroniskie informācijas līdzekļi pirmām kārtām domāti funkcionāli izglītotiem cilvēkiem, bet uzskatāmie un intuitīvie līdzekļi saprotami arī cilvēkiem ar diezgan intuitīvu mācīšanās stilu, vai pat pirmsskolas vecuma bērniem un cilvēkiem ar speciālām vajadzībām.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

PLOTEUS – *Eiropas izglītības iespēju portāls (European Educational Opportunities Portal)* (<http://europa.eu.int/ploteus>) ir centralizēts (*unitary*) instruments mācīšanās iespēju meklēšanai Eiropas Savienībā, kurš sāka darboties 2003. gadā. To izstrādāja un aktualizēja *Euroguidance* tīkls ar Eiropas Komisijas atbalstu. Tā mērķis ir ar atbilstošas un precīzas informācijas palīdzību apmierināt pieaugošās vajadzības pēc informācijas par izglītības iespējām Eiropas telpā. Pretstatā dažādiem meklēšanas instrumentiem, PLOTEUS ļauj lietotājiem viegli un ātri izpētīt mācību tirgus piedāvājumus ikvienam līmenim un ilgumam, un vietējos informācijas centrus pēc šādiem kritērijiem: tīmekļa prezentācijas valoda, mācību valoda, ģeogrāfiskā atrašanās vieta, izglītības joma. Turklāt iespējams izdarīt iegūtā rezultāta salīdzinošu analīzi, tādējādi ļaujot identificēt personīgi vēlamo izglītības iestādes funkciju. Tam ir draudzīgs interfeiss 24 Eiropas valodās. PLOTEUS ir strukturēts piecās nodaļās.

Izglītības piedāvājumi. Tie pārstāv galveno nodaļu ar aptuveni 6000 izglītības piedāvājumiem visiem līmeņiem, ar dažādu ilgumu un formu Eiropā. Otrajā posmā tas kļūst par nacionālo datubāzu kopīgu interfeisu.

Piemēram, ja klients vēlas iegūt informāciju par izglītības iespējām Bukarestē, lai iegūtu bakalaura grādu celtniecībā, meklēšana notiks pēc šādas shēmas (*Izglītības iespējas > Studijas universitātē > Rumāņu valoda > Rumānija > Bukarestē > Arhitektūra un celtniecība > Celtniecība un civilā celtniecība*).

Izglītības sistēmas. Vispārējs un salīdzinošs ES valstu izglītības sistēmu apraksts.

Apmāiņa un stipendijas. Informācija par mobilitātes programmām dažādās valstīs un Eiropas Komisijas finansētās programmas.

Kontaktinformācija. Nacionālo vai reģionālo informācijas centru adreses, kas piedāvā papildu informāciju, kura nav pieejama portālā.

Dodies uz valsti. Noderīga informācija par nepieciešamiem dokumentiem, lai dotos uz citu valsti, par dažādu reģionu raksturīgām īpašībām, mājvietām, utt.

EUROGUIDANCE veido *Nacionālie resursu centri profesionālai orientācijai (National Resource Centres for Vocational Guidance)*, pašlaik tas aptver 62 nacionālos/reģionālos centrus 32 Eiropas valstīs un tā mērķis ir

nodrošināt stabilu komunikācijas un informācijas struktūru. Tīkls piedāvā informāciju par izglītības un nodarbinātības iespējām, kā arī nosūta uz specializētiem centriem attiecībā uz dažādiem citiem pieprasījumiem.

EUROGUIDANCE starptautiskā vietne (<http://www.euroguidance.net>) piedāvā vispārēju informāciju par tīklu, pakalpojumiem, centru vai saistītu tīklu kontaktinformāciju, konkrētas darbības un vietējo informāciju ar saiknēm uz katras valsts tīmekļa vietnēm.

Rumānijas vietne (<http://www.euroguidance.ise.ro>) papildus piedāvā informācijas un resursu bāzi, kas var noderēt klientiem un konsultantiem attiecībā uz Rumānija izglītības un karjeras attīstības atbalsta sistēmu, likumdošanu, kas attiecas uz konsultēšanu, projektiem, instrumentiem un publikācijām, tiešsaistes norādes ārzemju studentiem, vietējo kontaktinformāciju, utt.

Vingrinājumi

Tīmekļa lapas uzlabošana. Izpētiet sava konsultāciju centra tīmekļa lapu no krāsas, vizuālo organizētāju, utt, viedokļa. Pamēģiniet lielāku kontrastu galvenajām idejām un izsmeļošāku satura organizēšanu.

Viedokļu konfrontēšana. Atrodiet ar saviem kolēģiem e-pasta pieprasījumus no klientiem (izšķiroša epizode), kas neapdraud konfidencialitāti, un, neizlasot jau sniegto atbildi, mēģiniet piedāvāt atbildi. Pēc tam kopīgi apspriediet savu kolēģu atbildi, izpētiet atšķirības un centieties vienoties par secību, aspektu svarīgumu atbildē, par labāko veidu, kā rast risinājumu klienta pieprasījumam.

Rakstīšanas stils. Lai trenētu siltu un draudzīgu rakstīšanas stilu, ierakstiet lentē dažas atbildes, kas nosūtītas klientiem par dažādiem tematiem, tad izpētiet, vai tās varētu pārfrāzēt dabiskākā veidā. Ņemiet vērā šos novērojumus, sagatavojot turpmākās atbildes.

Profesionālā izvēle. Ņemot par pamatu Vruma cerību modeli (*Vroom's expectations model*), kas aprakstīts zemāk, izveidojiet *Microsoft-Excel* dokumentu *Profesionālai izvēlei* un izmantojiet to saviem klientiem.

Vruma Cerību modelis, kas tika izveidots 1964. gadā, sākas no idejas, ka indivīdi pieņem tādus lēmumus, kas ļautu gūt vēlamus rezultātus un izvairīties no nevēlamiem. Nolūks ir maksimāli palielināt lēmuma radīto labumu, identificējot iespējamus un būtiskus rezultātus, kas novērtēti pēc to vēlamības. Pēc tam rezultātus novērtē pēc tā, cik iespējamās alternatīvas ir. Reizinot vēlamību ar alternatīvas izraisītām cerībām, tiek iegūts punktu skaits, kas parāda alternatīvas izvēles spēku vai racionalitāti, un labākā izvēle ir tā, kurai ir lielākais punktu skaits.

Vruma lēmumu pieņemšanas modelis, kas tika izveidots, pamatojoties uz klientu cerībām, paredz šādus soļus:

- jānosaka iespējamie varianti;
- jādefinē visi svarīgie rezultāti;
- jānosaka katra rezultāta svarīguma pakāpe klientam (5 punktu skalā, kur +2 ir ļoti svarīgs, bet -2 pilnīgi nesvarīgs);
- jāaprēķina lietderība (*instrumentality*) (iespēja, ka nodarbošanās apmierinās personas cerības) katram rezultātam;
- jāaprēķina vēlamības pakāpe, summējot rezultātu lietderību katrai iespējamai profesijai;
- jānosaka piekļuves iespējamība katram variantam (mūsu piemērā 0,8 – cilvēkresursu inspektoram un 0,5 – projekta asistentam);
- jānosaka varianta spēks, reizinot vēlamību ar piepildīšanās cerībām (*hope of fulfilment*).

Šajā piemērā variants *cilvēkresursu inspektoram* pārstāv labāko izvēli (ar punktu skaitu 21,6 pretstatā 6 *projekta asistentam*).

| | A | B | C | D | E | F |
|----|--|--------------------------|--|------------------|---|-----------------|
| 1 | Rezultāts | Rezultāta valence | Lietderība cilvēkresursu inspektoram: I-HRI | | Lietderība projekta asistentam: I-PA | |
| 2 | | V | I | V x I-HRI | I | V x I-PA |
| 3 | Intereses pakāpe | +2 | 4 | +8 | 2 | +4 |
| 4 | Vilšanās pakāpe | -1 | 3 | -3 | 4 | -4 |
| 5 | Brīvības pakāpe | +1 | 4 | +4 | 1 | +1 |
| 6 | Paaugstināšanas perspektīva | +1 | 2 | +2 | 3 | +3 |
| 7 | Darba stabilitāte | +1 | 4 | +4 | 0 | 0 |
| 8 | Ceļojumi | 0 | 2 | 0 | 3 | 0 |
| 9 | Alga | +2 | 4 | +8 | 3 | +6 |
| 10 | Patīkams birojs | +1 | 4 | +4 | 2 | +2 |
| 11 | Kopējā vēlamība | | +27 (algebriskā summa) | | +12 (algebriskā summa) | |
| 12 | Cerības (piepildīšanās iespēja) | | 0,8 | | 0,5 | |
| 13 | Kopējais punktu skaits | | 21,6 | | 6 | |

PIEZĪME:

- $V \times I$ (HRI) ailē būs jāizmanto “=PRODUCT(B3:C3)”, lai atrastu intereses pakāpes lietderību cilvēkresursu inspektoram, tas ir “=PRODUCT(B4:C4)” vilšanās pakāpei, utt. (lai automātiski ievadītu formulu visā ailē, noklikšķiniet uz lauciņa (cell) ar pareizo formulu (mūsu gadījumā D3), nostādiēt kursoru lauciņa apakšējā labā stūrī un, kad kursors iegūst krusta formu, noklikšķiniet un novelciet formulas lejup uz pēdējo lauciņu (mūsu gadījumā D10).
- $V \times I$ (PA) ailē būs jāizmanto “=PRODUCT(B3:E3)”, lai atrastu intereses pakāpes lietderību projekta asistentam, tas ir “=PRODUCT(B4:E4)” vilšanās pakāpei, utt.
- Lai noteiktu kopīgo vēlamību D11, mēs ievadām summas formulu “=SUM(D3:D10)”, kurai lauciņā F11 mēs uzklikšķinām uz D11, pārvietojam kursoru uz apakšējo labo stūrī, kamēr tas iegūst krusta formu, un tad novelkam formulas uz lauciņu F11.
- Lai pareizinātu kopīgo vēlamību ar cerībām, lauciņā C13 mēs ievadām formulu “=PRODUCT(C11;C12)” automātiski (saskaņā ar instrukcijām, kas dotas zem pirmās lodītes (*bullet*), ievelkot to lauciņā E13.
- Cerības vai īstenošanas iespējas iegūst, dalot aprēķināto cerību procentu ar 100 (*Expectations or possibility of fulfilment is obtained by dividing the hope estimate percentage to 100*) (piemēram, 80 % cilvēkresursu inspektoram un 50 % projekta asistentam).

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- piesaista svārstīgus klientus konsultācijas pakalpojumiem;
- pastāvīgi pieejama no jebkuras Internetam pieslēgtas vietas un ar nepieciešamo aparatūru;

- pieejama cilvēkiem ar fiziskiem trūkumiem;
- viegla un lēta piekļuve un informācijas izdrukāšana;
- demokrātisks raksturs, jo piekļuve iespējama ikvienam, kuram ir datora pamatzināšanas;
- pieejama plašāka informācija, nekā ar tradicionālām metodēm, dod plašākas izpētes iespējas un lielāku salīdzināšanu.

Trūkumi:

- nav pārlicības par tādu tīmekļa vietņu kvalitāti, kas netiek rekomendētas (dažas tīmekļa vietnes ir pilnīgi anonīmas, vai piedāvā maz informācijas par autoriem);
- liels tīmekļa vietņu skaits: tā kā ir iespējams tīmekļa vietni izveidot ar ierobežotiem resursiem, to skaits ir ārkārtīgi pieaudzis un vairākas tīmekļa vietnes dublējas;
- sarežģītām tīmekļa vietnēm ir ievērojamas izmaksas.

Bibliogrāfija

- Bingham, C. William (1993). The Impact of Technology on Career Guidance. In: *Bulletin IAEVG/Educational and vocational guidance*. 54, Berlin.
- Campbell, R. E; Walz, G. R; Miller, J. V; Kriger, S. F. (1978). *Career Guidance – A Handbook of Methods*. Ohio, Charles Merrill Publishing Company.
- Compagnon, B.; Thevenin, A. (2000). *O cronologie a secolului XX*. București, All.
- Conger, Stuart (1993). New Technologies Applied to Vocational Guidance: a Canadian Perspective. In: *Bulletin IAEVG/Educational and vocational guidance*. 54, Berlin.
- Istrate, O. (2003). *Design web – Academia Online*. București. Online: www.academiaonline.ro.
- Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Sigma.
- Mjornheden, Tomas; Cogoi, Cristina; Valandro, Paola; Ghinea, Diana; Pop, Viorica; Carey, Mick; Mulvey, Rachel; La Gro, Nelica; Lasite, Claudia (2004). *ARIADNE – Guidelines for web-based guidance*. Bucharest, AFIR Publishing. Online: <http://www.ariadneproject.org>
- Offer, M. (2003). *Report on the CSU/NICEC Careers Service Web Site design project*. NICEC (National Institute for Careers Education and Counselling). Online: www.prospects.ac.uk
- Offer, M. (2004). *Giving Guidance by Email – Adviser's Checklist*. Manchester, Graduate Prospects/HECSU.
- Offer, M.; Sampson, J.; Watts, A. G. (2001). *Careers Services: Technology and the future*. NICEC in Higher Education Careers Unit. Tallahassee, Sage Publications.
- Sampson, J. (2000). Assessment and Diagnosis, Using the Internet to Enhance Testing. In: *Counselling in Journal of Counseling/Development*. Vol. 78, Tallahassee, Sage Publications.
- Sampson, J. (2002). Quality and Ethics in Internet based Guidance. In: *International Journal for Educational and Vocational Guidance*. Vol. 2, Nr 3.
- Sampson, J.; Bloom, J. W. (2001). *The Handbook of Counseling, The potential for Success and Failure of Computer Applications in Counseling and Guidance*. Londra, Sage Publications.
- Suler, J. *E-mail Communications and Relationships*. Online: <http://truecenterpoint.com/ce/emailrel.html>.
- Tehnologiile informatice și de comunicare în consilierea carierei. (2003). Jigău, M. (coord.), București, Afir.

Prāta vētra konsultēšanā

Brainstorming in Counselling

Speranca TIBU
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Par prāta vētras dzimšanu tiek uzskatīts 1941. gads, kad amerikāņu psihologs Osborns (*Osborn*), kādas kompānijas reklāmas direktors, saprata, ka tradicionālās darba sapulces kavē kreatīvu ideju rašanos. Tādēļ viņš mēģināja izstrādāt virkni noteikumu, kas stimulētu kreativitāti. Viņa piedāvātie noteikumi deva cilvēkiem intelektuālu un rīcības brīvību ideju radīšanai. "Izdomāt" bija oriģinālais termins, lai apzīmētu procesu, kas vēlāk kļuva pazīstams kā "prāta vētra". Pēc ierosinātāja koncepcijas to varētu definēt, kā "paņēmienu, ar kura palīdzību grupa cenšas rast risinājumu kādai konkrētai problēmai, savācot visu grupas locekļu spontānās idejas".

Sintezētā veidā prāta vētras noteikumus var aprakstīt šādi:

- idejas netiks kritizētas;
- svarīga ir ideju kvantitāte, nevis kvalitāte;
- iespējams attīstīt citu cilvēku idejas;
- neparastas un pārspīlētas idejas ir laipni gaidītas.

Osborns novēroja, ka, ja tika ievēroti šie noteikumi, varēja ģenerēt vairāk jaunu ideju un rezultātā lielāks skaits oriģinālu ideju ļāva rast vēl vairāk noderīgu ideju. Kvantitāte deva kvalitāti. Piemērojot šos jaunus noteikumus, tiek atmesti dabiski aizspriedumi, kas lika cilvēkiem uzskatīt daudzas idejas par "kļūdainām" vai "smieklīgām". Osborns ievēroja arī, ka "bērnišķīgas" vai "muļķīgas" idejas varēja atklāt patiesi vērtīgas idejas, jo tās mainīja cilvēku domu perspektīvu un skatījumu uz lietām.

Paņēmienu attīstīšana revolucionizēja un daudz ko mainīja problēmu risināšanā. Detalizēta informācija par Osborna oriģinālo pieeju atrodama viņa grāmatā *Applied imagination (Praktiskā iztēle)* (1971).

Prāta vētra ir izplatījusies visā pasaulē un pārceļojusi no ekonomikas uz citām jomām, tādām kā izglītība, plaukstošo jaunievedumu joma. Šis paņēmiens ir kļuvis ļoti populārs, bet ne visi lietotāji zina, kā to pielietot pareizi.

Kurās jomās prāta vētru plaši izmanto mūsdienās?

- Reklāma
- Mārketings
- Pētniecība
- Pakalpojumu sfēra
- Tehnoloģijas
- Valdības politika
- Organizāciju vadīšana
- Investīcijas

- Apdrošināšana
- Izglītība

Pēc Zlates (*Zlate*) (1982) domām no sociālās psiholoģijas perspektīvas grupas kreativitātes stimulēšanas metodes ir:

- Prāta vētra
- Domu rakstīšana vai 6/3/5
- Sinektika
- Personīgās piezīmes, rakstīšana miegā un grupas piezīmes

Savā pētījumā par interaktīvām grupu metodēm un paņēmieniem, kas izmantoti mācīšanās procesā, Oprea (2003) sagrupē tos, kas noved pie problēmu risināšanas, stimulējot kreativitāti:

- prāta vētra;
- zvaigžņu uzliesmojums;
- domāšanas cepures;
- viesulis;
- vairākkārtīga balsošana;
- apaļais galds;
- grupas intervija;
- gadījuma izpēte;
- izšķiroša epizode;
- Phillips 6/6;
- domu rakstīšana (6/3/5);
- kreatīvā pretruna;
- zivju šķīvis;
- fokusgrupa;
- četri stūri;
- sanfrancisko metode;
- sinektika;
- dūcošās grupas;
- delfu metode.

Teorētiskais pamatojums

No izglītības zinātņu perspektīvas Kergits (*Cerghit*)(1997) iekļauj prāta vētru mutiskās komunikācijas metožu kategorijā, diskusiju un debašu apakšgrupā, bet Panisoaru (*Pănișoară*) (2001) uzskata prāta vētru par modernu izglītojošas mijiedarbības metodi.

Karjeras konsultēšana ir pārņēmusi šo metodi un procesa raksturīgās iezīmes, un prāta vētra galvenokārt tiek izmantota:

- kā ledus lauzējs grupu seansos;
- konkrētu koncepciju noskaidrošanai (piemēram, karjera, veiksmē, personīgais mārketing, dzīves stils, utt.);

- lai stimulētu dalībnieku kreativitāti problēmas risināšanā;
- perspektīvas paplašināšanai, lai noteiktu labākas karjeras plānošanas un iekļaušanās sociālā un profesionālā dzīvē alternatīvas.

Jēdzienu *prāta vētra* var pārfrāzēt kā: *ideju uzbrukumu, kaskādi, mutuļošanu, intelekta uzbrukumu*.

Prāta vētra ir *laterālas domāšanas* process. Konceptiju radīja un popularizēja Edvards de Bono (*Edward de Bono*), kurš uzskatīja, ka laterāla domāšana pieņem "pārlicību par problēmas risināšanu, izmantojot neparastas un šķietami neloģiskas metodes", "virkni paņēmieni, kas izmantoti, lai mainītu koncepcijas un perspektīvas un ģenerētu citas", "vairāku iespēju un alternatīvu izmantošana tā vietā, lai izmantotu tikai vienu pieeju".

Laterālās domāšanas paņēmieni balstās uz domāšanas spēju funkcionēt ārpus iepriekš noteikta, rutīnas veida modeļa, kas raksturīgs *loģiskām/ieprogrammētām domāšanas operācijām*. Ar šī paņēmiena palīdzību var rast jaunus un oriģinālus risinājumus situācijām un problēmām, ar kurām mēs sastopamies, bet svarīgi uzsvērt, ka abiem domāšanas veidiem ir priekšrocības un trūkumi. Programmētā domāšana balstās uz loģiku, disciplīnu, algoritmu, un ir ārkārtīgi efektīva, lai uzlabotu izstrādājumus un pakalpojumus. Laterālā domāšana var ģenerēt jaunas idejas un koncepcijas, palīdzēt uzlabot esošās sistēmas, bet reizēm atrastie risinājumi var izrādīties sterili vai neefektīvi.

Daudzi domātāji izmantojuši laterālās domāšanas paņēmienus, lai rastu jaunus un oriģinālus risinājumus. Piemēram, Alberts Einšteins izmantoja "izaicinājuma" paņēmieni, lai ģenerētu fundamentālas idejas, formulējot relativitātes teoriju.

Saskaņā ar Edvarda de Bono koncepciju kreatīvs indivīds ir cilvēks, kurš var pakāpties atpakaļ, pirms rīkoties, lai padomātu, vai nevarētu būt kāds labāks risinājums. Šo procesu nosauca par "kreatīvo pauzi" (*creative pause*). Bono ierosina ieturēt 30-40 sekunžu pauzi, pirms rīkoties, kas galu galā kļūs par cilvēka ierastu reakciju. Tomēr disciplīna un mēģinājums ir nepieciešami personības izglītībā, lai izmantotu šo paņēmieni.

Prāta vētra – definīcijas un raksturojums:

- problēmas risināšana ar spontānas diskusijas palīdzību, lai rastu jaunas idejas un risinājumus (*Oxford Talking Dictionary*);
- "mākslīga kreatīvās domāšanas nodalīšana no kritiskās domāšanas problēmas risināšanas sākotnējā fāzē", "to cilvēku atbrīvošanās no ideju nomākšanas, kuru uzdevums ir rast jaunus risinājumus, kritizējot pašu vai citu cilvēku idejas, atbrīvošana no bailēm izdarīt kļūdas un nostādīt sevi nelabvēlīgā gaismā grupas priekšā" (*Roşca, 1972*);
- process, kas dod maksimālu ideju skaitu par tematu vai interesējošo jomu;
- paņēmieni, kas attīsta spēju ģenerēt jaunas idejas, atmetot kavējumus un sociālās normas;
- daļa no problēmu risināšanas procesa, kad nepieciešams ģenerēt lielu skaitu jaunu ideju bez sākotnējas atsaukšanās uz to lietderību, un bez analizēšanas un kritiska izvērtējuma;
- brīva ideju vai koncepciju asociācija, lai radītu jaunas idejas vai koncepcijas.

Metodes prezentācija

Saskaņā ar Zlate (1982), ir daudz faktoru, kas nepieļauj kreativitātes izpausmi:

- *izglītība*: īpaši tradicionālā izglītībā tiek uzskatīts, ka skolēni ir pasīvi uztvērēji, bet dominējošo, aktīvo, mācīšanas/informācijas nodošanas lomu spēlē skolotājs. Skolēni netiek mācīti aktīvi piedalīties mācīšanās procesā, formulēt jautājumus un rast jaunus risinājumus. Tiek veicināta reproduktīvā atmiņa, nevis kreatīvā domāšana.

- *individuāli-psiholoģiskie*: prāts, zema motivācija, izvairīšanās no saistībām, izolēšanās tendences un individuālisms, aizspriedumi, utt.
- *psihosociālie*: attiecas uz attiecībām starp individu un citiem grupas locekļiem (bailes no izsmiekla, tendence pakļauties līderim, nešķirojoša tādu ideju apstiprināšana, ko izteikusi autoritāte, utt.);
- *organizatoriskie*: stingri organizatoriski noteikumi un normas, kuru nolūks ir padarīt darbu efektīvāku, utt.

Prāta vētru sauc arī par *atliktu lēmumu*), jo tas "norobežo idejas radīšanas laiku (1. fāze – idejas radīšana) no novērtēšanas laika (2. fāze – idejas kritiska izskatīšana)" (Cergit, 1997). Tādējādi prāta vētrai piemīt divas galvenās stadijas:

1. stadija

- *Grupas izveidošana un tās personas nozīmēšana, kura sekos idejām*. Persona, kas izvēlēta, lai pierakstītu idejas, var būt moderators vai grupas loceklis (kurš darbojas tādā vietā, lai katrs dalībnieks varētu redzēt, kas ir pierakstīts, piemēram, uz lielām papīra lapām).
- *Iepazīstināšana ar tematu*. Tas var būt vispārīgs temats, koncepcija, jautājums, uz kuru jāatrod atbilde, vai vienkārša aktivitāte.
- *Noteikumu definēšana*. Ir daži noteikumi, kas jāņem vērā šajā prāta vētras stadijā (noteikumi ir izstrādāti un detalizēti izklāstīti www.brainstorming.co.uk (1999-2003) *Internet and computer resources for creativity and brainstorming* (interneta un datorizēti kreativitātes un prāta vētras resursi)).
- *Darbības laika noteikšana*.
- *Galīgo ierosinājumu saraksta sagatavošana*.

1. noteikums: Atlikt lēmumu

Radīto ideju analizēšana un novērtēšana tiks veikta pēc ideju ģenerēšanas seansa pilnīgas pabeigšanas. Nav atļauts izteikt nekādus šāda veida paziņojumus: "Šī ideja nav laba, tā dod negatīvu efektu, tā ir pilnīgi nesaprotama". Visas idejas ir potenciāli labas un tiks pierakstītas pirmās fāzes laikā. Jāizvairās no ideju apspriešanas, jo tā ir saistīta ar kritiskām vai pozitīvām piezīmēm par to lietojamību, reālumu, noderību, utt., ko drīkst darīt tikai vēlāk.

Visas idejas sākotnēji jāuzlūko kā potenciāli risinājumi/pamats/sākumpunkts jaunu risinājumu meklēšanai. Pat šķietami bērnišķīgas, smieklīgas vai nereālas idejas var būt vērtīgas idejas. Šī iemesla dēļ ir ārkārtīgi svarīgi nespriest/nenovērtēt idejas pirmās fāzes laikā, uzsvāru liekot uz kvantitāti, pēc iespējas lielāka skaita ideju ģenerēšanu. Sākotnēji nav nedz labu, nedz sliktu ideju.

Šim noteikumam ir svarīga nozīme, lai samazinātu kavējošu faktoru (kautrība, bailes kļūdīties) ietekmi. Prāta vētras seansa ietekme ir jo spēcīgāka, jo vairāk ideju tiek ģenerēts sākotnēji.

2. noteikums: Pārspīlētas un neparastas idejas tiek iedrošinātas

Ir daudz vieglāk pārvērst divainas idejas pozitīvās un reālās, nekā atrast optimālas vai noderīgas idejas pirmajā piegājienā. Tādēļ, jo neparastāka ideja ir, jo tā labāka. Ir svarīgi izteikt pat jocīgas idejas, kas acīmredzami nestrādās, lai vēlāk varētu redzēt, pie kādiem dzīvotspējīgiem rezultātiem tās novedīs. Neviena ideja nav jocīga vai pārāk divaina. Jāpieraksta pat divainas, nekonformistiskas, nekonvencionālas idejas, lai tās būtu oriģinālas vai nē, muļķīgas, nereālas, ar kurām neviens nekad nav sastapies, un kas ir ārpus domāšanas modeļiem.

3. noteikums: Kvantitāte pirmajā fāzē pārspēj kvalitāti

Ļoti svarīgi sākumā rast cik vien iespējams daudz ideju, atstājot to novērtēšanu uz vēlāku laiku. Diskusijas jāorientē uz ideju radīšanu noteiktajā laikā. Jo vairāk ideju būs šī perioda beigās, jo lielāks būs šīs darbības efekts. Ja prāta vētras seansa laikā pierakstīto ideju skaits ir ļoti liels, ir lielāka iespējamība, ka to starpā tiks atrasta patiešām laba ideja. Svarīgi, lai ideja tiktu prezentēta īsi, bez detaļām, tikai tās sintēze. Var prasīt dot īsu paskaidrojumu. Šajā fāzē svarīgi domāt ātri, bet analītiski pārdomāt vēlāk.

4. noteikums: *Ņemiet par pamatu citu idejas*

Citu grupas locekļu izteikto ideju turpināšana un citu ideju attīstīšana uz to bāzes ir atbalstāma. Ierosināts izmantot citu grupas locekļu idejas kā iedvesmas avotu, lai radītu jaunas idejas, kā arī kombinēt vecās idejas, lai izpētītu jaunas iespējas. Spēja uzlabot citu idejas ir tikpat vērtīga, kā spēja ģenerēt oriģinālas idejas, kas viņiem pašiem paver jaunas perspektīvas.

5. notikums: *Katrs dalībnieks ir svarīgs un katra ideja vērtīga*

Katrai personai ir vērtīgs izejas punkts un unikāls skatījums uz iespējamām situācijām un risinājumiem. Svarīgi ir zināt ikviena dalībnieka idejas. Prāta vētras seansa laikā var rasties idejas, kas pārsteigs citus, un nav nebūt obligāti rast galīgo risinājumu. Patiesi svarīgi ir, lai katrs piedalītos, pat ja kāds izvēlēties pierakstīt savas idejas uz atsevišķas papīra lapas. Jāuzsver, ka ikviena ideja pieder grupai, nevis personai, kas to izteikusi. Grupas pienākums ir piedalīties prāta vētrā un tās spēju indikators ir, ja visi tās locekļi jūtas brīvi un labprāt piedāvā savas idejas.

Šis posms var ilgt no 5 minūtēm līdz 2 stundām, atkarībā no dalībnieku pieredzes un risināmās problēmas rakstura. Garāks seanss jāsadala 5-15 minūšu garās epizodēs ar īsiem aktivizēšanas, atpūtas un iedvesmošanas pārtraukumiem. Pārtraukumus nevajag noteikt iepriekš, bet gan piešķirt tad, kad grupa prasa. Ļoti svarīga ir brīva iespēja sākt vai beigt epizodi, jo tas izklidē spiedienu, ka jāpanāk rezultāts, ko grupu var just.

Brīdinājums:

- var būt ļoti kreatīvi dalībnieki, kas monopolizēs ideju radīšanu;
- var parādīties tendence slēgt epizodi no to dalībnieku puses, kuri ir mazāk iesaistījušies vai kuri ar grūtībām pielāgojas nestrukturētiem uzdevumiem.

2. posms:

Tajā paredzēta izteikto un pierakstīto ideju analizēšana un apspriešana. Šis posma var notikt tūlīt pēc iepriekšējā, vai pēc zināma pārtraukuma. Tomēr obligāti jā saglabā sākotnējās idejas (vienalga kā tās ir pierakstītas: uz papīra, audio, video lentē) nemainītas. "Inkubācijas" periodā, starp idejas radīšanu un analīzi, dalībniekus lūdz padomāt par diskutējamo tematu.

Mērķauditorija

Praktiskā pieredze parādījusi šīs metodes efektivitāti 20-30 cilvēku lielās grupās. Citi speciālisti (atkarībā no temata un moderatora spējām) uzskata, ka optimālais prāta vētras grupas lielums ir no 4-30 dalībniekiem. Priekšroka dodama heterogēnām grupām, runājot par vecumu, profesionālo kvalifikāciju, izglītību, utt., lai palielinātu ideju daudzveidību un grupas kreativitāti.

Karjeras konsultēšanā ieteicams izveidot 10-20 dalībnieku lielu grupu. Jauktas grupas (zēni-meitenes, jauni cilvēki-pieaugušie) dod labus rezultātus, ja moderators nodrošina, ka tiek ievēroti noteikumi, pretējā gadījumā pastāv kavēšanas vai bloķēšanas risks, ko izraisa dzimuma vai vecuma atšķirības.

Jāizvairās no grupām, kur dalībnieku skaits ir virs 30. Liels dalībnieku skaits nozīmē lielu ideju daudzveidību, bet tas var izraisīt nervozitāti un vilšanos, jo indivīdiem nepietiek laika izteikties.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Tradicionāls "prāta vētras" seanss

1. Veiksmīgas prāta vētras sagatavošana

Šis posms aptver sagatavošanos pirms prāta vētras seansa.

- Kādēļ jūs vēlaties novadīt prāta vētras seansu?

Ļoti svarīgi ir izvēlēties jomu/problēmu, kurai jūs gribat rast jaunus risinājumus, un formulēt *mērķi* (Ko jūs vēlaties iegūt?). Mērķa konstatējumā nav jāietver problēmas risinājums, jo tas var aizkavēt jaunu ideju rašanos.

Kad mērķis ir noteikts, jūs izlemsiet, vai ir nepieciešams noturēt prāta vētras seansu. Dažreiz lietderīgāk laiku, kas paredzēts prāta vētras seansam, veltīt jau esošā risinājuma pārbaudīšanai/īstenošanai.

Neplānojiet prāta vētras seansu, ja jau ir vairāki risinājumi, un jūs vēlaties tikai izlemt, kurš ir labāks (to veic ar analīzes palīdzību). Nevajag ignorēt to, kas jau ir pateikts, jo tā būtu laika zaudēšana.

- Nolemiet, kā jūs vēlaties organizēt savu prāta vētras seansu.

Kad mērķis ir noteikts un jūs esat nolēmis, ka prāta vētra tiks veikta, ir laiks padomāt par tās *ilgumu un pierakstīšanu* (lielās papīra lapas, tāfele, audio, video aparātūra).

Svarīgi pielāgot seansa vadīšanu izvirzītajam tematam un dalībniekiem.

Veicinātāja (facilitator)/moderators izvēle ir vēl viens jautājums, kas jums jāapskata pirms seansa sākuma. Moderators sekos, lai tiktu ievērots prāta vētras grafiks, nodrošinās, lai tiktu ievēroti noteikumi un pierakstīs visas idejas. Veicinātājs vadīs seansu (1. un 2. posms), pārliecināsies, vai visi dalībnieki jūtas ērti un ir aktīvi. Veicinātājs atbild par seansa pārtraukšanu un pārtraukumiem.

Visbiežāk veicinātājs būsiet jūs pats. Svarīgi nenostādīt sevi šajā postenī automātiski un nenovērtēt sevi iepriekš. Piemērotāk būtu izvēlēties vienu no grupas locekļiem, vai uzaicināt kādu citu šai lomai.

- Telpas un materiālu sagatavošana.

Novietojiet sēdekļus puslokā, lai visi dalībnieki justos vienlīdzīgi. Mērķis tiks izlikts tā, lai ikviens varētu to redzēt. Pārliecinieties, vai ir pierakstīšanas materiāli un vai tie strādā. Turklāt katram dalībniekam būs krāsainu lapu komplekts, uz kuram rakstīt, lai nepalaistu garām nevienu ideju.

Vēl viens variants paredz lielu papīra lapu katriem diviem dalībniekiem, kas atrodas tiem blakus. Katrs pierakstīs savas idejas, bet vispirms viņi izteiks tās skaļi. Veicinātājs tikai stimulēs kreatīvo procesu (un vairs nepierakstīs idejas).

2. Veiksmīga seansa norise

Ja iespējams, izlieciet redzamā vietā seansa noteikumus. Dalībniekiem ierodoties, mēģiniet panākt, lai viņi jūtas brīvi un ērti, iesaistot viņus jaukā sarunā. Atklājiet seansu, sveiciet dalībniekus un izklāstiet mērķi: iegūt pēc iespējas vairāk ideju par konkrēto jautājumu, jomu vai tematu.

Atbildiet uz jautājumiem un noskaidrojiet pārpratumus, bet pirmajā posmā neierosiniet risinājumus un centieties neveidot barjeras. Skaidri pasakiet, ka pirmajā posmā viss ir iespējams un atļauts.

- Iepazīstiniet ar prāta vētras noteikumiem. Uzsveriet, cik svarīgi ir tos ievērot. Turklāt, paskaidrojiet, ka idejas var būt iespējamie risinājumi, kā arī stimuli citu ideju radīšanai. Iedrošiniet dīvainus, netradicionālus, šķietami neiespējamus priekšlikumus. Ja nepieciešams, jūs varat uzsākt ledus laušanas vingrinājumu pirms prāta vētras, lai palīdzētu dalībniekiem atbrīvoties un izvairīties no kavējošiem faktoriem. Pēc iesildīšanās vēlreiz prezentējiet prāta vētras mērķi un tematu.
- Pierakstiet visas idejas. Lieciet dalībniekiem pierakstīt individuālās idejas uz krāsainā papīra. Tos izstādīs, tiklīdz lapa būs pilna.
- Prasiet izteikt savādas, spontānas idejas, kas ir šķietami neloģiskas. Atgādiniet dalībniekiem, ka viņi var balstīties uz citu idejām, tās mainot, pārspilējot, kombinējot. Kāds ir visneparastākais veids, kā atrisināt apspriežamo problēmu? Laiku pa laikam atgādiniet viņiem, ka jūs gaidāt arī parastas, ikdienas idejas. Iedrošiniet viņus izteikt visas idejas, ne tikai oriģinālās. Apsveiciet dalībniekus par viņu idejām, īpaši par neparastām. Turpiniet prasīt viņu idejas. Nepieļaujiet kritiku vai tāda veida piezīmes, kā: "Mani šokē šī ideja". Skatieties dalībniekiem acīs un iedrošinoši smaidiet. Centieties padarīt procesu dinamiskāku, lai nepaliktu laika kritikai vai novērtēšanai. Neuzrunājiet cilvēkus vārdā. Izmantojiet vietniekvārdu "mēs", lai saliedētu grupu. Atgādiniet, ka kreatīvas atmosfēras radīšana ir grupas pienākums un sasniegums.
- Neizbēgami būs pauzes. Atgriezieties pie uzrakstītajām idejām, izvēlieties vienu (interesantu) un lieciet grupai to modificēt/pārveidot.

Pēc kāda laika grupai izsīks idejas un tādēļ būs nepieciešams pārtraukums, vai seanss būs jābeidz, atkarībā no tā, cik ilgs laiks ir pagājis. Ja nepieciešams tikai pārtraukums, cilvēki izkustēsies, parunāsies cits ar citu un atpūtiesies. Ļaujiet dalībniekiem runāt par visu, ko viņi vēlas. Pēc pārtraukuma ierosiniet viņiem apsēties citā vietā, nevis iepriekšējā. Atgādiniet viņiem noteikumus un uzsāciet jaunu epizodi, izmantojot citus pierakstīšanas variantus, atkarībā no situācijas.

3. Seansa beigšana

Kad jūs vēlaties beigt seansu, pievērsiet sev dalībnieku uzmanību un paziņojiet, ka seanss ir beidzies. Pateicieties ikvienam par piedalīšanos un par "garo" ierosināto ideju sarakstu. Lūdziet viņus pierakstīt ikvienu ideju, kas viņiem varētu rasties dienas laikā, un prezentēt tās nākošajā seansā.

4. Ideju novērtēšana

Tehniski prāta vētra (ideju ģenerēšana) ir beigusies. Tomēr praktiski idejām nav nekādas vērtības, ja netiek analizēta to izmantošanas iespēja. Analīzi var veikt tā pati grupa vai cita grupa.

- Ieteicams pierakstīt visas idejas vienā sarakstā

Ir vairākas analizēšanas procedūras, bet visbiežāk ņem katru ideju pēc kārtas. Ja ideja dod dzīvotspējīgu risinājumu, to apvelk ar aplīti. Ja apspriešanās konstatēts, ka ideja nedod noderīgu rezultātu (izmaksas – laiks – resursi – īstenošanas iespējas), to neapvilks ar aplīti. Svarīgi, lai ideja netiktu izsvītota, un tādējādi grupai vai dalībniekam, kas to izteicis, nerastos neveiksmes sajūta.

Vēl viens ideju analizēšanas veids ir to sašķirošana trīs kategorijās:

- lieliskas idejas (pamatotas atbildes un risinājums, ātra īstenošana);
- interesantas idejas (atbildēm un risinājumam nepieciešama turpmāka analīze);
- nederīgas idejas (nav atbilžu, kas palīdzēs noskaidrot nolūku, un nav iespējams realizēt).

Metodes novērtējums

Priekšrocības

- attīsta grupas kreativitāti;
- samazina kavējošos faktoros dalībniekos;
- palielina grupas locekļu atbildību;
- rada pozitīvu atmosfēru organizācijā/grupā un harmoniskas dalībnieku attiecības;
- izveido draudzīgu vidi problēmu risināšanai un labāku attiecību nodibināšanai starp priekšniekiem un darbiniekiem, skolotājiem un skolēniem, vecākiem un bērniem;
- mazina personīgo un profesionālo attiecību konfliktus grupā.

Trūkumi:

- samazina personīgo nopelnu atzīšanu;
- nevar pielietot individuāli;
- metodes veiksmē ir atkarīga no laika, resursiem un grupas kreativitātes;
- daži cilvēki neiesaistās, neko nedod, un tas liek viņiem justies neērti;

- pastāv risks, ka dalībnieki nevar atbrīvoties no kavējošiem faktoriem, kas izraisa pauzes, diskomfortu un nedod atbilstošus rezultātus;
- ir risks, ka spēcīgas personības vēlēšies izcelties un pārņemt diskusiju.

Iespējamie **īemesli**, kādēļ prāta vētras seansi ir neveiksmīgi:

- daži dalībnieki neuzskata sevi par radošiem;
- seansu vada persona, kuras dēļ rodas bailes un dalībnieki jūtas nomākti;
- nav noteikti seansa mērķi;
- dalībnieki nav pieraduši pie kreatīvas domāšanas vai pie šīs metodes;
- grupa nav pietiekami neviendabīga;
- dažāda tipa personībām ir nepieciešamas dažāda veida prāta vētras;
- dalībnieki nav pietiekami iedrošināti vai vadīti;
- nav bijusi iesildīšanās;
- nedraudzīga vide;
- citu dalībnieku idejas netiek izmantotas, lai stimulētu kreatīvo procesu.

Dažreiz domā, ka prāta vētra dos iespaidīgus rezultātus, bet metodes galvenie noteikumi nav zināmi. Tas ir tā, kā spēlēt šahu, nezinot, kā pārvietot figūras. Vēl vairāk, var pat nolemt, ka prāta vētra neko nedod un ka to nekad vairs nevar izmantot! Slikti vadīta prāta vētra var radīt neticību metodei vai savām spējām vadīt seansu. Tieši tādēļ ir svarīgi, lai ikviens karjeras konsultants, pirms darboties par prāta vētras moderātoru, iegūtu dalībnieka pieredzi šādā grupā. Ja noteikumi ir ievēroti, prāta vētras seanss dos rezultātus, neatkarīgi no dalībnieku personības un personīgā stila, jo metode ir pietiekami elastīga, lai ļautu iesaistīt katru un ikvienu dalībnieku.

“Uzlabota” prāta vētra var novērst dažas “tradicionālās” prāta vētras trūkumus. Tā ir pilnveidota metode, kas nodrošina augstāku veiksmes līmeni un kurā tiek izmantots vairāk radošu paņēmienu, kā arī informācijas un komunikācijas tehnoloģijas, lai stimulētu ideju daudzveidību un palielinātu to skaitu.

Bibliogrāfija

- Cerghit, I. (1997). *Metode de învățământ* (ed. a III-a). București, Editura Didactică și Pedagogică.
- Morar, I. (1998). *Psihologia creativității*. București, Editura Victor.
- Oprea, C. (2003). *Pedagogie. Alternative metodologice interactive*. București, Editura Universității.
- Roco, M. (2000). *Inteligența emoțională și creativitatea*. București, Editura Polirom.
- Roșca, Al. (1972). *Creativitatea*. București, Editura enciclopedică română.
- Zlate, M.; Zlate C. (1982). *Cunoașterea și activarea grupurilor sociale*. București, Editura politică.

www.brainstorming.co.uk

Konsultēšana pa telefonu

Telephone counselling

Mihaela CHIRU

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Telefons un telefonija radās 1876. gadā, kad Aleksandrs Greiems Bels (*Alexander Graham Bell*) ieguva patentu skaņas elektroniskai pārraidei tālumā. Viņš izgudroja telefonu, plaši pazīstamu un uzticamu ierīci un starpnieku. Šis jaunums mūsdienās iet roku rokā ar tādām papildiespējām kā: telekonference, iezvaninternets, zvanītāja ID, tirgus konkurence attiecībā uz zvanu tarifiem utt.

Konsultēšanai pa telefonu ir saglabājusies tradīcija, kas saistās ar zvaniem ātrajai medicīniskai palīdzībai. Šāda profesionāla komunikācija tika izmantota gadījumos, kad:

- nevar piedāvāt nekādu tiešo ātro medicīnisko palīdzību;
- ārstam ir jāmaina ārstēšanas kurss pacientam no attāluma;
- ir jākonsultē eksperti par steidzamām lietām ārpus reģiona vai valsts.

Tā kā konkurence un mēģinājums lauzt valsts monopoli infrastruktūrai un pakalpojumiem izraisa nepārtrauktu telefona iekārtu cenu kritumu aizvien vairāk valstīs visā pasaulē, medicīniskā konsultēšana pa telefonu aplicina savu efektivitāti vēl šodien.

Vēl viens faktors, kas iezīmēja šī sektora attīstību, ir neatliekamā psihiatriskā palīdzība, kuru uzsāka 1960. gadā, izveidojot uzticības telefonu pašnāvību novēršanai. Toreiz un arī vēl šodien tas ir ļoti efektīvs. Drīzumā uzticības telefons bija pieejams izvarošanas upuriem. Ja ārkārtas situācijās tika izveidoti specifiski sociālās intervences līdzekļi, arī karjeras konsultēšanā tika paplašināts darbības lauks, izmantojot klientu labā alternatīvus līdzekļus un prakses, lai palīdzētu viņiem atrast savu ceļu dzīvē, pārvarēt psiholoģiskas grūtības, emocionālu strupceļu, atrast informāciju par izglītības, apmācības un darba pasauli.

Kad 1980. gadā Amerikas Savienotajās Valstīs izplatījās AIDS, Kalifornijā nodibināja AIDS uzticības telefonu (*AIDS Hotline*), kurā strādāja brīvprātīgie aģenti, kas sniedza informāciju un palīdzēja slimības upuriem. Kopš tā laika Valsts veselības departaments (*the Public Health Department*) Sanfrancisko parakstīja līgumu ar šo jauno organizāciju, lai tā piedāvātu arī speciālus izglītības pakalpojumus. Tā radās telekomunikāciju līdzeklis nedzirdīgajiem (*Telecommunications Device for the Deaf/TDD*) ar atsevišķām telefona līnijām Amerikas spāņu un haitiešu (*Hispanic and Haitian*) klientiem. 2005.-2006. gadā saņemto zvanu skaits bija ne mazāks kā 70 000.

Apvienotajā Karalistē atrodas *Learndirect* (www.learndirect.co.uk/) – dienests, kas izmanto zvanu centru un tikla tehnoloģijas komunikācijā par apmācību, karjeras un biznesa iespējām jauniešiem vecākiem par 16 gadiem.

Apvienotajā Karalistē telekonference ir diezgan plaši izplatīta rehabilitācijas programmās jauniešiem, kuri ir izdarījuši noziegumu un sēž cietumā. Pirms atbrīvošanas viņi tiek ar personīgo konsultantu, kurš viņus ievada atpakaļ civilajā dzīvē (CNROP, 2005). Pilnīga kontrole varas orgānu vārdā tiek aizstāta ar konsultanta klātbūtni jau aizturēšanas iestādē, kur konsultants palīdz jauniešiem atgriezties sociālajā un darba dzīvē.

Vācijā "*The Hessen Land*" ir nesen atvēris pirmo reģionālo telefonu centru klientiem *KuZ – Kundenzentrum* (in *Bundesagentur für Arbeit – The Federal Employment Agency – www.arbeitsagentur.de/*). *KuZ* apstrādā vairāk nekā 80 % no prasībām, kuras citādi būtu jāveic konsultantiem aģentūrā (informācijas sniegšana par iespējām

bezdarbniekiem, individuālu konsultāciju norunāšana utt.). Tādējādi konsultanti tiek atbrīvoti no administratīviem un rutīnas uzdevumiem un var nodoties individuāliem gadījumiem, kas tiek izskatīti centrā.

Teorētiskais pamatojums

Kā ģimenes daļa, kuru distancētai komunikācijai veido masu informācijas līdzekļi un tehnoloģijas, konsultēšana pa telefonu izceļas ar raksturīgu iezīmju virkni, kas to attēlo kā pieejamu, relatīvi nedārgu metodi, kas no lietotāju puses prasa noteiktu protokolu/valodu, un kuru var pielietot visdažādākos laika posmos: pirms, to laikā vai pēc tiešajām tikšanās konsultantam ar klientu.

Telefons ir ieguvis savu maksimālo praktisko efektivitāti arī citās jomās, ne tikai psiholoģiskajā vai profesionālajā konsultēšanā. Visus sektorus televīzijas un radio industrijā, tirdzniecībā un reklāmas biznesā ir pārņēmuši operatori, kas ir apmācīti strādāt ar pakalpojuma saņēmējiem pa telefonu. Tāpēc mēs skatāmies vai klausāmies interaktīvas izrādes (informācijas, tele/radio intervijas ar ievērojamiem cilvēkiem, izklaides), kurās tikai tāpēc, ka zvanītājs maksā par zvanu, ļauj viņam/viņai izteikt savu viedokli un saņemt gandarijumu. Patiesībā tikai ar numura uzgriešanu vien zvanītājs piekrit piedāvātās mijiedarbības nozīmei, veidam un noteikumiem.

Mūsdienu cilvēku dzīves telpā ienāk daudz rūpju, starp kurām būtiskajām un pastāvīgajām (karjera, personīgā dzīve, sociālā sfēra) rūpēm ir nepieciešama fiziska klātbūtne; pēdējo desmitgažu laikā ir panākts progress – palaikam pat grūti iedomāties – līdzdalības no attāluma veicināšanā, radot iespēju aptvert vairākas pasākumu vietas bez tiešas piedalīšanās ļaužu sanāksšanās. Šādi piemēri ir: e-tirdzniecība, teleiepirkšanās, pašnodarbinātība. Karjeras attīstības atbalsta konsultanti atjauno savus komunikācijas kanālus ar klientiem, paturot prātā tiešās saskarsmes svarīgumu. Gadījumā, kad klienta mājas ir tālu no sabiedriskajām iestādēm, kas var palīdzēt atrisināt viņa/viņas vajadzības, vai varbūt ierašanās personīgi vienu vienīgu reizi varētu radīt nepārvaramas grūtības, vai ir personīga nepatika uzticēt satraucošas lietas pilnīgam svešiniekam, konsultācija pa telefonu ir risinājums. Mēs neuzstājam, ka konsultēšana pa telefonu ir pārāka par tradicionālajām metodēm; tā ir tikai **alternatīva** ar pārbaudītu pragmatisku efektu vairākās situācijās.

Brodventa (*Broadbent/1958*) kognitīvais pētījums parāda, ka informācijas apstrādē smadzeņu garoza darbojas kā vienaspusēja komunikācijas sistēma, kad ievades līmenis vai intensitāte noteiktam receptoram pārsniedz uz citiem receptoriem raidītos impulsus. Tas, kas notiek, ir: smadzenes īslaicīgi saglabā informāciju uz visiem stimuliem, kuri ātri izzūd iedarbībā ar apziņas līmeni un var tikt uzkrāti turpmākai atjaunošanai tikai ar īstermiņa atmiņu. Lesters (*Lester/1995*) pierādīja, ka tendence samazināt vizuālo apmaiņu starp konsultantu un klientu nav nekas jauns. Tradicionālajā psihoanalīzē palīgi cenšas būt ārpus klientu redzesloka, kas nozīmē arī to, ka personas "uz dīvāna" ("*on the couch*") neredz viņus. Tāpat Romas Katoļu baznīcas ticība pieprasa priesteru fizisku šķirtību no personas, kas ir atnākusi uz grēksūdzi. Līdzība ir tā, ka divu sarunu biedru tiešas fiziskas klātbūtnes trūkums labāk sargā personas intimitāti, un vienīgi pati problēma tiek pakļauta vispārējai uzmanībai.

Metodes prezentācija

Konsultēšana pa telefonu dod rezultātus šādu kontekstu virknēs:

depresija, stress, bēdas, nemiers, zema pašcieņa, seksuālas disfunkcijas, alkohols, smēķēšana un narkotiku pārmērīga lietošana, apsēstība, pēctraumas traucējumi, pārejas perioda grūtības, attiecību diskomforts darba vietā, dusmu savaldīšana, vecāku pieeja bērna disciplīnai, dzīves stila konsultēšana.

Dažreiz iepriekš ir nepieciešams zāļu ārstēšanas novērtējums (piem., antidepresanti), pirms seko nosūtīšana pie speciālista. Ir pat noteikta procedūra konsultēšanai pa telefonu, kas ir svara zaudēšanas programmas sastāvdaļa; klienti, kas nopērk dažādus tievēšanas produktus (ārkārtīgi dārgus), saņem no personīgā trenera "bezmaksas padomu". Samērā liels tīmekļu vietņu skaits, kas sekmē/"garantē" veiksmīgas intervences šajās situācijās, runā par psihologu un ārstu sabiedrisko ietekmi, kuri ir mainījuši ārstēšanas veidu, iekļaujot tajā konsultēšanu pa telefonu (ar tādiem tehnoloģiskiem palīgīdzekļiem kā e-pasts, balss pasts, kā arī sava Interneta mājas lapa vizišu norunāšanai).

Pirmo kontaktu pa telefonu nosaka veiktā iemaksa piegādātājam, maksājot ar kredītkarti vai *PayPal* (www.paypal.com/), veicot bankas maksājumu vai *Moneybookers* (www.moneybookers.com/app/). Lai aizsargātu indivīda privātumu un arī nodrošinātu nodokļu samazināšanu konsultēšanai pa telefonu, daži konsultanti iesaka klientiem neuzrādīt "garīgo slimību pakalpojumus" ikgada ienākumu deklarācijā, bet gan tikai praktizējošā ārsta vārdu un kontaktinformāciju. Reklāma pārdod dažas bezmaksas konsultēšanas minūtes telefonu pakalpojuma paketē, kuras cena svārstās no 40 līdz 100 ASV dolāriem stundā.

Klients, kurš vēlas konsultēties pa telefonu, var būt persona, kura jau ir tikusies ar konsultantu un jūtas droša, izmantojot šo pakalpojumu vēlreiz. Ja pirmais kontakts ir noritējis uzticēšanās un atklātuma atmosfērā, tad klients droši atnāks vēlreiz un dos priekšroku noteiktam konsultantam vai pieejai.

Principā, konsultanti mēģinās strukturēt ikvienu telefona sesiju šādos etapos⁶:

- sasveicināšanās – apmēram pēc 3 zvaniem (dodot klientam laiku pierast pie domas, ka zvans ir spēkā, un tajā pašā laikā dodot konsultantam pārliecību par to, ka klients tiešām nodomājis piezvanīt) konsultants paceļ klausuli un stādās priekšā. Konsultanta balsij vajadzētu būt dabiskai, mierīgai un noteiktai, ar labu un skaidru izrunu, pielāgotai zvanītāja runas ritmam un paustajai problēmai. Tādējādi konsultants pavēsta zvanītājam, kurš nezina, kas runā otrā galā, ka viņš ir piezvanījis uz īsto vietu un īstajam sarunu biedram;
- informācija – klienta tipa un viņa vajadzību identificēšana, nosakot prioritātes un definējot problēmu;
- diskusijas – atklājās pēc protokola, kurš ir paredzēts, lai rosinātu skaidru un koncentrētu izteikšanos, izsekojot tam, kā problēma radās un kā ir attīstījusies līdz pašreizējam momentam, viedokļu novērtējumu, noformulējot argumentus par un pret attiecībā uz izvēlēm, kuras ir derīgas, identificējot personas un iestādes, kuras varētu izmantot kā resursu paredzētajai procedūrai. Treneru stimulētos atslēgmomentus, kurus izmanto mārketingā *apmācībai pa telefonu* (*telephone coaching*), var pielāgot arī konsultēšanai pa telefonu šajā etapā: sākt ar klienta izklāstu par **situāciju**, izvirzīt ideālus un saprātīgus **mērķus**, ieskicēt nepieciešamo **procesu**, un tad **izvērtēt** panākumus;
- pagaidu vienošanās – tiek noformulēts ietvars tālākai komunikācijai, nākošā kontakta detaļas, klienta rīcība, par kuru vienojās sarunas laikā, un iespējamā nākotnes darbība;
- sarunas noslēgums – tieši tāpat, kā pirmajā etapā, labi būt mēreni emocionālam, liekot klientam sajūst komforta, uzticamības un pašpaļāvības gaisotni.

Iepriekš minētās saturu, ilguma un metodoloģiskās prasības katram posmam ir atkarīgas no situācijas un ir ļoti elastīgas, tās nosaka apstākļi, kādos zvans notiek, klienta personība, praktiķa stils, problēmas raksturs, risinājuma neatliekamība un sarežģītība vai citi faktori. Informāciju, kuru klients atklāj, vajadzētu pierakstīt tā, kā tā tiek pasniegta tieši zvana laikā; tomēr sarežģītā gadījumā konsultants var pierakstīt sarunu pēc zvana, pamatojoties uz ierakstu. Neviens nezvana konsultantam, lai izdzirdētu vēstījumu, kāds tiek izmantots klientu apkalpošanā: *"Lai uzlabotu jums sniegto pakalpojumu, šī saruna tiks ierakstīta. Tas, ka jūs nenoliekat klausuli, liecina par jūsu piekrišanu šai procedūrai."* Klienti meklē neordināru, individuālu apiešanos, alternatīvas, idejas, reversas perspektīvas, atsakoties no aizdomām vai divreizēju pārbaudi par pieņemumu. Telefonsarunas privātais un acīmredzot anonīmais raksturs ir šīs metodes visiezīmīgākais aspekts.

Konsultēšanas pa telefonu pārraudzīšana ir absolūti nepieciešama, lai prasīgajā un ierobežotajā profesionālajā vidē nodrošinātu kvalitāti. Audio un/vai video ieraksts, ko praktiķis ieraksta darbā, veido uzziņas materiālus (ar īpašu statusu) komandas darbam, koleģiālai palīdzībai, eksperta konsultēšanai. Citi instrumenti, kas apliecina klienta apmierinātību ar saņemto pakalpojumu (piem., jautājumi jaunas sarunas sākumā vai beigās, pa e-pastu nosūtītas aptaujas, atgriezeniskā saite no citām svarīgām personām) pilnveido priekšstatu par praktiķa telefona kompetencēm. Konsultēšanas organizācijās, kuras piedāvā speciālus pakalpojumus pa telefonu vai integrētu klātienē konsultēšanu, ir periodiski jāveic iekšējs novērtējums (vēlams ik nedēļu), lai neuzkrātos darba apjoms, kuru neiespējams pabeigt.

⁶ Treneru komandas izstrādāti ToT seminārā "Distances konsultēšana pa telefonu", 2003. gada 1.-5. septembris, Oberurselā. Seminārs notika Leonardo da Vinci projekta Nr. D/01/B/F/PP-112 405 ietvaros.

Zvani konsultēšanai pa telefonu ilgst vidēji 9,6 minūtes⁷. Visbiežāk uzdotie jautājumi (22,7 %) attiecas uz vispārīgu informāciju par noteiktiem darba sektoriem, un tad aizvien mazāk par nodarbinātību, jau pieņemtu lēmumu atbalstu, izvēļu vērtējumu, jautājumiem par citām valstīm, lēmumu īstenošanu. Otrā zvanu procentuālā attiecība ir 38 %. Augšminētie dati jālasa ar iebildumu, ka praktiķi, kas sastāda šo statistiku, sākotnēji nav konsultanti, kas konsultē pa telefonu.

Starppersoniskajā komunikācijā nākas saskarties ar vairākiem apstākļiem (Dinu, 2004). Mēs tos esam adaptējuši telefona konsultantu lietošanai.

- *Atklātība* – konsultantam ir jārikojas godīgi, nav jāslēpj fakts, ka varētu būt sniegts tikai daļējs vai nekāds atbalsts, jābūt konsekventam attiecībā uz darba devēja politiku, lai nerastos pārpratumi.
- *Izpalīdzīgums* – konsultantiem vajadzētu izrādīt gatavību sniegt atbalstu ar tādu enerģiju, kas pārsniedz formālu pieklājību un aktīvi darbojas klienta labā.
- *Empātija* – Būt vienam ar klientu, izprotot viņa psihi (domas, jūtas, gribu). Tas konsultantiem ļauj ātrāk un labāk saprast savu sarunu biedru, nevis tiesāt un rast argumentus, kas, iespējams, rezonē ar katru atsevišķo klientu.
- *Pozitīva attieksme* – tādā izpratnē kā profesionāla atbalsta beznosacījuma piedāvājums, pašapziņas, pozitīvas atgriezeniskas saites veicināšana, vērtējums par to, kā klients ir reaģējis uz līdz šim laikam pasacīto.
- *Vienlīdzība* – diviem sarunu biedriem ir jākomunicē saderīgi, kā arī vienādi jāiegulda dialoga veidošanā.

Faktiski neverbālie elementi tiek pilnīgi izslēgti konsultēšanā pa telefonu, būtiska ir valoda un veids, kādu praktiķi izmanto, lai palielinātu konsultēšanas efektu. Šajā gadījumā konsultācijas sarunas personificētie elementi ir:

- atslēgvārdi, akcenti, klusēšana, pārtraukšana, nopūtas;
- parafrāze, kopsavilkums, noderīgas frāzes;
- jautājumi – kurus jāuzdod saskaņā ar klienta personību: ja klients ir kautrīgs, apjucis, agresīvs, mazdūšīgs, neizlēmīgs vai vēl kāds, konsultantam ir jāuzdod uzvedinoši, noskaidrojoši, motivējoši, refleksiīvi, mērķtiecīgi, aprakstoši, alternatīvi, kontroles jautājumi, tikai ne pārāk daudz uzreiz un ne pārāk uzstājīgi, lai klientiem nerastos iespaids, ka uz viņiem tiek izdarīts spiediens.

Tā kā interneta pakalpojuma kompānijas (piem., *Yahoo*, *MSN*, *Google*) nesen ir ieviesušas tūlītēju balss pārraidītāju, ir iespējams novadīt individuālas un grupas konsultāciju sesijas pa Internetu. Priekšnoteikumi: abiem/visiem partneriem ir čata lietotāja konts, viņi vienlaikus atrodas pie datora, viņiem ir austiņas un mikrofons, prot rakstīt ar klaviatūru un izmantot programmu, kā arī ir ieinteresēti abstraktā, virtuālā mijiedarbībā.

Skype ir alternatīva interneta telefona sistēma (pēdējo programmas versiju var brīvi lejupielādēt no: www.skype.com/products/skype/windows/), tā ir Luksemburgā bāzēta multi miljonu eiro vērtā kompānija, kuru 2005. gadā nopirka *eBay*. *Skype* lietotāji var brīvi savstarpēji iedarboties, "PC-to-PC čata telpas/*chat room*" sistēmā. Par zināmu maksu jūs varat zvanīt un tikt sazvanīti gan pa sauszemes līnijām, gan radiotelefoniem, un saņemt balss vēstījumus, tas viss, pateicoties datora piemērošanai, kas pārspēj dažādos tīkla savienojumus. Maksas nav tādas pašas kā parastajai telefonu sistēmai, tās ir atkarīgas no telekomunikāciju liberalizācijas adresāta valstī un no zvanu plūsmas uz un no šīs valsts. Pieprasītā iemaksa, lai veiktu šādus zvanus, ir 10 sterliņu mārciņas, un tās var samaksāt tiešsaistē. 2005. gadā veiktais pētījums parāda, ka *Skype* galvenokārt uzrunā jauniešus zem 30 gadiem, no kuriem vairākums ir Eiropas pilsoņi (tad seko Brazīlija un Ķīna ar 8,1 % katrā).

⁷ Saskaņā ar projektā veiktā pētījuma datiem "Distances konsultēšana pa telefonu", ko veica 230 praktiķi no 8 Eiropas valstīm.

Mērķauditorija

Pateicoties mērķgrupu izsmalcinātākām vajadzībām, ir dažādojies konsultēšanas pakalpojumu klāsts. Karjera un personīgā izaugsme kļūst mūsdienu cilvēku aizvien nozīmīgāka dzīves daļa. Izmaiņas darbaspēka tirgū (novecošana, specializācija), kā arī jaunu darbu rašanās netieši produktīvajos sektoros (akciju tirgus, nekustamā īpašuma spekulācijas, vairāklīmeņu mārketingi) liek cilvēkiem lūgt padomu, atbalstu, informāciju, konsultēšanu, lai uzlabotu darbinieka profesionālo lomu un statusu.

Tradicionālā izglītība un apmācība nespēj aptvert iespēju pārpilnību, kāda ir *skolēniem un studentiem* mūsdienās, kad viņiem ir jāizlemj, vai turpināt mācības, vai iet strādāt. Tāpēc viņi pa telefonu var uzzināt par stipendiju, darba iespējām, kā arī ar noteiktu izglītības vai profesionālo programmu saistītus ieguvumus un pienākumus, īpašām iestāšanās prasībām. Turklāt jauniešiem var palīdzēt labāk izprast savu pašreizējo situāciju, perspektīvas un reālas izvēles.

Vecāki var piezvanīt savu jauniešu vārdā, kuri nav izlēmuši, kādu nodarbinātības veidu izvēlēties, vai valsts vai privāto uzņēmumu vai iestādi, vai palikt valstī vai doties uz ārzemēm, lai uzzinātu par viņu piemērotību noteiktam amatam, motivāciju, gandarījumu, ienākumiem utt.

Konsultēšana pa telefonu ir domāta arī *strādājošiem pieaugušajiem*, kuri vēlas izdarīt izmaiņas savā karjerā un kuriem ir nepieciešama informācija par to, kā griezties pie noteikta darba devēja, kāda ir dotajā sektorā organizatoriskā kultūra; *cilvēkiem, kuri meklē darbu* un kuriem nav pieejas citiem informācijas avotiem, salīdzinošām pieredzēm, un nav laika vai iespējas pašiem papētīt, vai kuriem ir psiholoģiskas/emocionālas grūtības.

Vadības un administratīvais personāls var griezties pie konsultantiem, kuri ir specializējušies cilvēku resursos. Gaidāmais padoms ir personificēta atbilde uz to cilvēku steidzamām un atliktām problēmām, kuriem jāsaškaras ar jaunām vai neparastām situācijām, pie tam ar noteikumu, ka dotu priekšroku konsultēties ar trešo personu, nekā ar savu tiešo vadītāju vai bosu.

Piemēri, situācijas analīze⁸, vingrinājumi

Zvanītājs ir jauns vīrietis, kurš ir uzzinājis, ka viņa štata vietu samazinās. Jaunietis ir noraizējies, jo viņam šķiet, ka ilgi nenoturēties šajā amatā.

Konsultante jautā viņam par ģimenes stāvokli un viņa situāciju mājās; viņa uzzina, ka viņš ir "ģimenes galva", viņam ir divi mazi bērni, viņš ir savu dzīvokli un ir aizņēmis naudu, lai iegādātos mājai sadzīves tehniku.

Objektīvā situācija ir tāda, ka kompānijai ir jāsamazina IT asistenta štata vieta, kuru klients bija ieguvis gadu atpakaļ. Šo štata vietu bija nodrošinājis speciālajā apmācībā iegūtais sertifikāts un vietējās tehniskās skolas izdots profesionālais sertifikāts, tomēr viņam nav nekādas garantijas, ka saglabās vietu šajā nozarē.

Konsultante vēlas noskaidrot, kādas jaunietim ir prasmes un ko vēl viņam patīk darīt ārpus savas profesijas. Klients kā savus hobijus min elektronikas remontu un mūzikas industriju, jo tie ir viņam sagādājuši gandarījumu jau kopš pusaudža gadiem.

Emocionālā līmenī jaunais vīrietis nosoda sevi par savas ģimenes nestabilitāti, viņš baidās no savas sievas nīcīguma par viņa nespēju apgādāt ģimeni. Viņš bija cerējis sasniegt vairāk savā profesijā, viņš zina, cik trausls ir darba tirgus viņu pilsētā, tomēr uzskatīja, ka punktualitāte darbā nodrošinātu viņam ilgtermiņa nodarbinātību vai pat paaugstinājumu.

Atbildot uz konsultantes jautājumiem par iniciatīvu un nodibinātajiem kontaktiem darbā, jaunais vīrietis atskārst, ka viņam tādu nav, tā vietā viņš ir vienmēr pakļāviests pastāvošajam protokolam. Jaunais vīrietis apzinās dažus savus talantus jomās, kur tiek atzītas inovācijas, neparastas idejas, uzlabojumu ieteikumi, pazīmes, kas rada pārsteidzošu progresu elektronikā un mūzikā. Tad tiek ieteikts jaunietim pāriet no IT sektora uz

⁸ No semināra "Profesionālā konsultēšana", 16.-19. marts, 2004, Bușteni, profesionāliem konsultantiem un mediatoriem projektu tīklā ADO SAH ROM.

pakalpojumiem elektronikas un/vai sadzīves tehnikas jomā, vai kļūt par vietējo dīdžeju. Jautāts, ko vēlētos sasniegt nākošajā darbā, jaunais vīrietis atbild, ka viņš vēlas līdzīgu sociālo prestižu un finansiālu stabilitāti. Tā virsroku guva dīdžeja ideja...

Konsultante iesaka viņam nākošajās divās nedēļās informēt cilvēkus (draugus, bijušos skolas biedrus) par savu apmierinātību ar to, ka meklē jaunu darbu. Tajā pašā laikā viņam ir uzmanīgi jāpēta darba tirgus (laikraksti vai interneta lapas) un jāsūta savs CV paredzētajiem darba devējiem. Šī perioda laikā, pa telefonu vai tikšanās reizē, klients ar konsultanti var apspriest motivācijas vēstules struktūru un to, kā jaunietim ir jāuzvedas intervijā.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

Konsultēšana pa telefonu piedāvā šādas priekšrocības salīdzinājumā ar individuālo konsultēšanu:

- vairumam māju un iestāžu ir telefona aparāti, kas nodrošina piekļuvi un zvana privātumu;
- ietaupītais laiks, kas rodas, ja neapmeklē konsultanta biroju, nav vajadzības pēc bērna pieskatīšanas, personīgo saistību atlikšanas;
- iespējamā apmulsuma novēršana, satiekoties ar cilvēkiem, kuri nesaprot konsultēšanas būtību un guvumus (piem., uzgaidāmajā telpā);
- iespēja strādāt ar speciālistu, kurš citādi nav pieejams;
- izmaksas klientam un konsultantam ir ievērojami zemākas par individuālo konsultāciju izmaksām (25 – 150 % zemāk), vēl zemākas – bezmaksas numuriem;
- papildus iespēja invalīdiem gūt konsultēšanā labumu;
- emocionāli nestabiliem indivīdiem ar saskarsmes grūtībām, ar nepieciešamību ieturēt distance, kuri jūtas attaisnoti vai šķietami vainīgi (*Grumet, 1979*). Viņiem telefons ir "privātuma un drošības stratēģisks savienojums";
- anonimitāte piešķir drošu ietvaru pašatklāsmei un domām, kā arī emocionālai izpaušmei;
- piedalīšanās TAG (TSG) – *telefona atbalsta grupās (telephone support groups)* – un klientu iekļaušana pašatbalsta tīklos (*self-support networks*);
- dažos sekojuma pētījumos, vērtējot konsultēšanu pa telefonu, vairums klientu novērtēja to, ka tiek uzklauti un ka saņem atgriezenisko saiti, sapratni un līdzjūtību, atbalstu un bezierunu palīdzību (*Lester, 1995*);
- ātra tikšanās un pakalpojuma sniegšana;
- apstākļu elastība (kāda mājas komfortā, pusdienu vai auto brauciena laikā);
- klienti, kuri uztver konsultanta metodoloģiju, mācās šo pieeju un spēj rīkoties, lai to pienācīgi izmantotu citu nepatīkamu dzīves situāciju atrisināšanā;
- sarunas nobeigšana darbības plānā.

Trūkumi:

- nepiemērota klientiem, kuri ir vāji sagatavoti vai nav motivēti individuālai konfrontācijai vai sarunai;
- no otras puses, konsultantam zūd iespēja ar savu klātbūtni vai savu biroju, diplomiem, sertifikātiem un citām izvietotām uzziņām radīt iesaisti uz klientiem; vienīgi komunikācijas kvalitāte un emocionālā izpaušme liecina par konsultanta kompetenci;
- vispārpieņemto zināšanu noturība par konsultēšanai un ārstēšanai piestiprināto birku, kā arī cilvēkiem, kas tieši vai netieši lūdz šāda veida palīdzību;

- neiespējamība pārliecināties par klientu, kam steidzami nepieciešama hospitalizācija vai ārstēšana;
- grūtības, kas rodas, ja paliek iesaistīts situācijā un ir kritisks par pakalpojuma kvalitāti, ko sniedz konsultants telefonkonsultēšanas laikā;
- lai gan komunikācijas kodi ir zināmi, nevar kontrolēt informācijas plūsmu, tāpat kā nevar apmainīties ar datu saņēmēju caur tādām sistēmām kā *Skype*. Daudzas Eiropas kompānijas ir jau aizliegušas tās lejupielādēt vai izmantot vīrusu draudu dēļ;
- risks, ka konsultanta saruna var kļūt sarunvalodai raksturīga un zaudēt tās dziedinošo un formatīvo lomu;
- paaugstināts neķītru un pārtrauktu zvanu biežums, tā kā klients nejūtas saistīts ar “konsultāciju līgumu”.

Bibliogrāfija

Broadbent, D. E. (1958). *Perception and Communication*. London, Pergamon Press.

Consilierea la distanță. Manual (2004). București, Euroguidance, Editura AFIR.

Dinu, M. (2004). *Fundamentele comunicării interpersonale*. București, Editura BIC ALL.

Folosirea tehnologiei informației și a comunicării în consiliere. Competențele și formarea practicienilor. (2005). București, CNROP, AFIR.

Grumet, G. (1979). Telephone Therapy: A Review and Case Report. In: *American Journal of Orthopsychiatry*. 49, p. 574-84.

Lester, D. (1995). Counseling by Telephone: Advantages and Problems. In: *Crisis Intervention*. 2, p. 57-69.

Multikulturālā konsultēšana

Multicultural Counselling

Petre BOTNARIUC

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Saskaņā ar Launikari un Pūkari domām (*Launikari and Puukari*), galvenie multikulturālās konsultēšanas etapi ir:

1. *multikulturālās konsultēšanas rašanās (1950)*. Starptautisko problēmu apzināšanās parādās 1950. gados, kad amerikāņu konsultanti sāk spriest par afro-amerikāņu un citu minoritāšu problēmām, kuras iespaidoja segregācija, rasisms un aizspriedumi, tās mērķis galvenokārt bija "asimilēt minoritātes amerikāņu sabiedrībā" (Kouplands, Džeksons, Launikari/*Copeland*, 1983; *Jackson*, 1995, *apud Launikari et al.*, 2005). Pirmie raksti parādās speciālajā literatūrā par nepieciešamību konsultēšanā ņemt vērā minoritāšu grupu kultūru;
2. *agrīnā multikulturālā konsultēšana (1960)*. Šajā periodā "konsultēšanas mērķi sāk mainīties no minoritāšu asimilācijas uz kultūras atšķirību atzīšanu un novērtēšanu" (*Copeland*, 1983, *apud Launikari et al.*, 2005). Uzsvārs tiek likts uz konsultanta spēju sniegt atbildi klientam un uz multikultūras pētīšanu, lai identificētu "kultūras ziņā atšķirīgo/nelabvēlīgo" īpašās vajadzības (*Jackson*, 1995, *apud Launikari et al.*, 2005);
3. *multikulturālo aspektu kristalizācija konsultēšanā (1970–1980)*. Interese par multikulturālo konsultēšanu ievērojami pieaug daudzās pasaules valstīs. Uzmanības centrā ir tradicionālo psiholoģisko instrumentu ierobežojumi, kuri bija kultūras ziņā aizspriedumaini un nebija derīgi citām kultūrām, kā tikai dominējošajām. Tagad akcents tiek pārlūkts uz pašu konsultēšanas procesu ar multikulturālu moduļu ietveršanu sākotnējā konsultantu izglītošanā. (*Hils, Strozers, Launikari/Hills; Strozier*, 1992, *apud Launikari et al.*, 2005);
4. *multikulturālā konsultēšana kā ceturtais lielākais teorētiskais virziens karjeras konsultēšanā (1990–līdz mūsdienām)* kā tradicionālo pieeju konsultēšanā apvienojums: psihodinamiskais, kognitīvais – uzvedības un eksistenciālais – humānistiskais (*Zakár, et al.* 2004). Multikulturālisms ir teorētiski labi pamatots; ir aktuāla nepieciešamība profesionālās ētikas dokumentu pieņemšanā, lai stiprinātu multikulturālo aspektu apzināšanos. 1991. gadā Pedersens (*Pedersen*) publicē *Konsultēšanas un attīstības žurnāla (Counselling and Development Journal)* numuru, kurš bija veltīts *multikulturālismam kā ceturtajam spēkam konsultēšanā*, kas ierosina patības dažādas perspektīvas: eksistenciālo, uzvedības, kognitīvo, sociālo (*Sjū, Launikari/Sue*, 1996, *apud Launikari et al.*, 2005).

Teorētiskais pamatojums

Sociāli-demogrāfiskais konteksts

Iedzīvotāju mobilitāte ir mūsdienu sabiedrības noteicoša iezīme. Šis fenomens palielina dažādu kultūru kopdzīves biežumu, liekot tām ievērot svešas kultūras normas, kas ir lielākais stress un nepielāgošanās faktors.

Kultūru atšķirības izpaužas "vērtību un dzīvesveidu dažādu sistēmu" veidā, tomēr to identificēšana nepieļauj formulējumu, kas vispārina noteiktas kultūru grupas, tā kā atšķirības grupas robežās bieži ir ļoti lielas (*Zakar, Sjū/Zakár et al.* 2004, *apud Sue & Sue* 1982).

Starpkultūru saskarsmē cilvēki "mēģina citu acīs izveidot vai rekonstruēt sev jaunu identitāti, vēlas būt apliecināti un meklē atgriezenisko saiti savas "jaunās identitātes" apstiprināšanai... (šie stereotipi ir "labvēlīgi" intelektuālā un informācijas kūtruma apsvērumiem) (Jigāu et al, 2004).

Kultūras pamati, kas prasa īpašu intervenci

Atbalsta sniegšanas prakses ir kulturāli nosacītas. Tā kā ne visām kultūrām ir raksturīga formāla konsultēšana un to pasaules eiro-centriskais redzējums ir atšķirīgs no citiem dzīves redzējumiem, formālās konsultēšanas teoriju un praksi nevar tik vienkārši piemērot cilvēkiem no citas kultūras konteksta. Radusies Rietumu kultūrā, psiholoģija vislabāk kalpo šīs kultūras cilvēkiem. Pīvijs (Peavy) un Li (Li) (2003, *apud Launikari and Puukari*, 2005) brīdina: "ja psiholoģija un no tās izrietošās aktivitātes (tādas kā konsultēšana) nemainīs savu pieeju cilvēku konsultēšanā, kuri nāk no citām kultūrām, pašreizējās teorijas un prakses novecos un kļūs nederīgas aizvien lielākām ļaužu grupām". Konsultēšana kā sociālā atbalsta sniegšana daudzām kultūrām nav raksturīga.

Ir jāņem vērā *kultūras dimensijas*, kad notiek atbalsta sniegšanas process starpkultūru kontekstā (*Launikari and Puukari*, 2005).

Kreisais-labais (Left-right)☺: dažādas kultūras asociē vārdam dažādas nozīmes: labais ir bieži pareizs, taisns, to ties kreisais ir viltīgs, nepareizs, nekrietns. Lai izvairītos no jau esošās marginalizācijas, kura radusies minoritāšu kultūras atšķirību no majoritāšu kultūras dēļ, šīs nozīmes ir jāatceras.

Redze vai dzirde-tauste (Visual or audio-tactil): Šīs maņas ir cieši saistītas ar cilvēku komunikācijas līdzekļiem ar nozīmīgām atšķirībām starp kultūrām attiecībā uz vēstījuma uztveršanas/nodošanas izvēlētajiem līdzekļiem. Daži cilvēki ir orientēti uz vizuāliem vēstījumiem, turpretim citi ir daudz atvērtāki dzirdes-taustes stimulācijai. Rietumu kultūrās mācīšanās notiek galvenokārt ar rakstveida tekstu lasīšanu, kas īpaši attīsta redzes atmiņu, turpretim citās kultūrās un vāji izglītotās tradicionālās sabiedrībās "vairākums mācījās no stāstiem, anekdotēm, dziesmām, alegorijām un fabulām, kuras pastāstīja stāstnieki, vecāki, garīdznieki utt., tādā veidā nododot tālāk zināšanas, vērtības un uzskatus...cilvēki arī trenēja savu atmiņu". (*Garcea*, 2005, *apud Launikari and Puukari*, 2005). Makluhans (*McLuhan*) (1962) identificē tradicionālās sabiedrības kā tādas, kurās dominē klausīšanās un kuras nosaka intuīcija un grupas prominence, bet modernās tehnoloģiju sabiedrības tiek asociētas ar redzi, racionālismu un individuālismu.

Kas attiecas uz *laika uztveri*, Austrumos tā galvenokārt ir orientēta uz pagātņi (vēsturiski simboli, tradicionālas normas), Dienvidēiropā un Latīņamerikā tā ir orientēta uz tagadni, bet Rietumos – uz nākotni (mērķu sasniegšana).

Piecas raksturīgākās kultūras vērtības, pēc Hofsteda (*Hofstede*) (1988, *ibid*) domām, ir šādas:

- *varas distance (power distance)* nosaka atšķirības statusā un attieksmē starp dažādiem hierarhijas līmeņiem, kā rezultātā izveidojas cieņas pakāpes pret vecākiem, skolotājiem, priekšniekiem, veciem cilvēkiem utt. Starp kultūrām, kurās pastāv liela varas distance, var ierindot Āziju, kurā uz imperatoru, līderi vai vadītāju skatās ar īpašu cieņu, turpretim Rietumu sabiedrībās cilvēka statuss institūcijas robežās var mainīties visā viņa/viņas karjeras laikā;
- *šaubu/nedrošības atvairīšana (avoiding uncertainty)* reprezentē pakāpi, kādā cilvēki cenšas izvairīties no nedrošām vai neparedzamām situācijām. "Cilvēki, kuru dzīve ir ļoti organizēta, ātri krīt panikā, ja kaut kas aiziet greizi, turpretim citi, acīmredzami mazāk organizēti, spēj būt elastīgāki neparedzamu situāciju risināšanā". Hofsteds identificē trīs veidus, kā cilvēks mēģina izvairīties no šaubām: *tehniskās zinātnes* kā pilsoņu aizsardzība pret nelaimēm un kariem; *tiesiskās normas*, kuras ir pieņemtas, lai uzraudzītu cilvēku uzvedību; un *relīģija*, kuras mērķis ir metafizika un garīgums;
- *individuālisms pret kolektīvismu (individualism vs. collectivism)*, tā mērķis ir attiecības starp indivīdiem un sabiedrību. Individuālistiskās sabiedrībās cilvēki cenšas galvenokārt domāt par sevi un savām ģimenēm, turpretim kolektīvām sabiedrībām ir stiprākas sociālās saites, un viņas veido stiprākas un saliedētākas grupas;
- *vīrietība pret sievietību (masculinity vs. femininity)* attiecas uz dzimumu specifiskumu sabiedrībā. Vīriešu-orientētas sabiedrības prezentē skaidru lomu sadalījumu. Vīrietim ir jābūt asertoriskam, stipram, koncentrētam uz materiāliem panākumiem; sievietei ir jābūt atturīgai, maigai un koncentrētai uz dzīves kvalitāti. Sieviešu-orientētās sabiedrībās nepastāv nekāda lomu sadalīšana;

- *konfūcisma dinamisms (confucian dynamism)* ir sastopams Tālo Austrumu zemēs, dažos Āfrikas un Tuvo Austrumu reģionos; tas ienāk ar ilgtermiņa orientāciju, neatlaidību, labklājību un lielu atbildības izjūtu. Kultūras ar īstermiņa orientāciju veļa lielu nozīmi paštēlam, reputācijai, godam un prestižam.

Seši prāta modeļi (*mental models*), kuri nosaka cilvēka darbību un uzvedību ir šādi:

- *sacensības modelis (the competition model)* ir raksturīgs augsti konkurētspējīgām kultūrām, kurām ir maza varas distance, augsts individuālisms un maskulinitāte, un maza vajadzība izvairīties no šaubām;
- *tīkla modelis (the network model)* pamatojas uz vienprātību, un tas paredz mazu varas distanci, individuālismu un feminitāti, sabiedrības piedalīšanos lēmumu pieņemšanā;
- *ģimenes modelis (the family model)* pamatojas uz lojalitāti un hierarhiju, lielu varas distanci, kolektīvismu un maskulinitāti, lojalitāti pret attiecināmo grupu;
- *piramīdas modelis (the pyramid model)* pamatojas uz lojalitāti un hierarhiju, un kārtību, tam ir liela varas distance, un tas ir orientēts uz kolektīvismu un nedrošības novēršanu;
- *Saules sistēmas modelis (the solar system model)* definē kultūras, kurām piemīt spēcīga hierarhija un bezpersoniska birokrātija, kuru raksturo varas distance un individuālisms;
- *"labi ieeļļota mehānisma" modelis (the "well-oiled machine" model)* sastopams kultūrās, kurās augsti vērtē kārtību, kurās iezīmējās maza varas distance, spēcīga vajadzība novērst nedrošību un skrupuloza pakļaušanās kārtībai un likumiem.

Migrācija un ar to saistītās nostādnes/viedokļi

Attiecībā uz motivāciju, kas veicina migrāciju, Starptautiskā migrācijas organizācija (*the International Migration Organization*) identificē divas faktoru kategorijas (*Launikari and Puukari, 2005*): *galamērķa valsts pievilcība* (lielāki ienākumi, labāki dzīves apstākļi, imigrantu pieredze, labas darba izredzes un lielāka individuālā brīvība); *mītnes zemes noraidīšana* (kari vai etniski konflikti, bads, dabas katastrofas).

Sociāli-ekonomiski faktori, kas izraisa neiecietību pret minoritātēm/mazākumtautībām (Launikari and Puukari, 2005):

- bezdarba pieredze, personīgās situācijas un sociālo un darba izredžu pasliktināšanās;
- zems izglītības līmenis (jo zemāks, jo lielāka neiecietība);
- nav radnieku (saskarsme ar cilvēkiem no minoritāšu grupām ievērojami mazina rasismu un ksenofobisku nostāju);
- politiskā piederība (labējā grupējuma cilvēkiem ir radikālāka nostāja pret minoritātēm).

Var identificēt četras nostādņu/viedokļu grupas (*Talhamers/Thalhammer, 2001, apud Launikari and Puukari, 2005*): *aktīvi tolerantie, netolerantie, pasīvi tolerantie un ambivalentie*.

| Nostādne | Kategorija | | | |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| | Aktīvi tolerantie | Pasīvi tolerantie | Ambivalentie | Netolerantie |
| Akcepts/rūpes par minoritātes grupu | Stingrs akcepts | Vājš akcepts | Nav akcepta | Lielas rūpes |
| Minoritātes grupa bagātina sabiedrību | Pilnīga piekrišana | Piekrišana | Neitrāla nostāja | Pilnīga noraidīšana |
| Asimilācija/integrācija; liek atteikties vai saglabā savu kultūru | Stipri integrācijai | Vāji integrācijai | Vāji asimilācijai | Stipri asimilācijai |
| Anti-rasisma politika | Aktīvi atbalsta | Neatbalsta | Neitrāla nostāja | Pilnīga noraidīšana |

Pēdējā laikā Eiropā *izmainās veids, kādā aplūko minoritātes, veicinot kultūras plurālismu*: "mazākumtautības ir jāintegrē un nevis jādiskriminē etnisku iemeslu dēļ un tām vajadzētu ... pat veicināt savas kultūras saglabāšanu" (Pitkanens/Pitkanen, 2005, *ibid*). Vairākumtautības/majoritāšu iedzīvotājiem vajag mācīt novērtēt citas kultūras savas pašu kultūras bagātināšanas iespējai. Plurālisms atzīst ideju, ka pastāv universāli piemērojami morālie standarti, neatkarīgi no nacionālās, kultūras, sociālās vai reliģiskās izcelsmes, *cilvēki ir vienādi un atšķirīgi vienlaikus* (Matilal, 1991, *apud Launikari et al.*, 2005).

Multikulturālās konsultēšanas principi (Kerka, 1992, *apud Launikari et al.*, 2005):

Pieņemšanas/akceptēšanas klimata radīšana – klientus ir jānudina grupas ietvaros būt tādiem, kādi viņi ir, likt izmantot un saprast savu paša kultūru un citu cilvēku kultūru.

Pozitīva paštēla veicināšana – pieņemot katru klientu kā unikālu un cienījamu individu, kurš spēj dot ieguldījumu konsultēšanā un sociālā integrācijā; konsultantiem ir jāizraisa savos klientos progresu un veiksmes sajūtu.

Grupa katram ir mācīšanās avots – indivīdi no ļoti dažādām kultūras vidēm bagātina grupas biedru mācīšanās iespējas; konsultantiem ir jānāca saviem klientiem dalīties pieredzē.

Savstarpēju attiecību veidošana – pilnveide, kas notiek ar kontaktu un draudzīgas multikulturālas konsultēšanas palīdzību, palīdz minoritātēm pārvarēt stresu un nodibināt saiknes ar reālo dzīvi. Šīs attiecības, kuras radušās grupas konsultēšanas sesiju laikā, vēlāk tiks atjaunotas un aktivizētas ārpus konsultēšanas vietas.

Konsultēšanas programmas fleksibilitāte – piemērošanās minoritātes grupas klienta vajadzībām un kulturālo atšķirību un individuālās unikalitātes atzīšanas, izpratnes un akceptēšanas attīstīšana, ar nolūku nodrošināt augstāku motivāciju.

1997. gadā Aivijšs (Ivey) šiem principiem pievieno vēl dažus multikulturālās konsultēšanas metodoloģiskos principus (Zakár et al, 1004):

- vispārējo konsultēšanas nostādņu elementu integrēšana saskaņā ar meta-teoriju (*meta-theories*) formu;
- klienta un konsultanta individuālo atšķirību ievērošana;
- klientu kulturālās identitātes raksturošana pēc viņu attieksmes pret apmācību, profesiju, sabiedrību un pārējiem;
- metožu pielāgošana reālajai dzīvei un klienta vērtību sistēmai;
- pasākumu izstrādāšana darbam ar ģimenē un minoritātes grupā sekmētajiem negatīvajiem modeļiem.

Multikulturālās konsultēšanas kontekstā ir mēģināts nodrošināt klientus ar šādām vērtībām un normām (Zakár et al, 2004, *apud Katz*, 1985): atbildību, patstāvību, autonomiju, aktīvu un proaktīvu attieksmi, atvērtu komunikāciju, pieejamību un saistības uzlabot savu uzvedību, objektivitāti, neitralitāti, racionalitāti, laika plānošanu.

Konsultantu multikulturālās kompetences

Izņemot nepārprotami multikulturālās situācijas, kurās iesaistās darbs ar minoritātēm un imigrantiem, katrai konsultēšanas situācijai ir multikulturāls aspekts, tā kā Launikari un Pūkari (*Launikari and Puukari* (2005)) to nosaka, "konsultantiem ir jāapzinās, ka visi klienti pienes konsultēšanas un atbalsta sniegšanas procesam savu absolūti unikālo personīgo vēsturi un kultūru (dzimte, sociālais stāvoklis, uzskati, valoda utt.)".

No otras puses, Sīlijs (*Seeley*) uzsver, ka multikulturālā konsultēšana prasa ne tik daudz zināšanu par kultūrām, kā "izpratni par komplicētajiem socializācijas, pasaules uzskata, attieksmes, vērtību un personas normu veidošanas procesiem" (2000, *apud Launikari and Puukari*, 2005).

Sjū (*Sue*, 1996) izšķir trīs konsultantiem nepieciešamo multikulturālo kompetenču kategorijas: savu perspektīvu, vērtību un priekšrocību apzināšanās; kulturāli atšķirīgu klientu pasaules uzskata izpratne, spēja izstrādāt atbilstošas stratēģijas un līdzekļus intervencei.

Starpkultūru komunikācija

Starpkultūru komunikācija reprezentē procesu, kurā tie, kas mijiedarbojas, "savstarpēji rada, ierosina un pieņem "kodeksus", kuri atbilst saturam, kādu viņi izmantos dialogā, ... kuri ir saprasti, pateicoties visu dalībnieku ieguldījumam komunikācijā, padziļinot dialoga saturu un reizē samazinot plaisu starp nodoto vēstījumu un tā saņemšanu, saprašānu un izraisīto reakciju ... sarunu (procesā) un vienošanos starp subjektivitātes universiem (*the universes of subjectivity*), kas piemīt dalībniekiem komunikācijas laikā (*Jigāu et al*, 2004). Process tiek raksturots ar ambivalenci, "svārstišanos starp komunikācijas uzsākšanu un atteikšanu, starp piederības izjūtu attiecināmajai grupai un vēlēšanos veidot kontaktus ar citām grupām, starp pozitīvām un negatīvām attieksmēm, starp progresu un regresu, ar paretam ģenerētu etnocentrismu, bet ne ksenofobiju, kā sociālo aizspriedumu, tēlu, reprezentāciju un stereotipu refleksu, īpaši, kad cilvēki pārņem šos "gatavos" tēlus un neveido vai nekonstruē tos paši" (*Jigāu et al*, 2004).

Tas notiek "katru reizi, kad mēs sazināmies ar cilvēkiem no citām grupām, kuras uztveram kā atšķirīgas" (*Dods/Dodd*, 1991, *apud Launikari*, 2005). Atšķirības var izrietēt no valodas, apģērba, sasveicināšanās, brīvā laika pavadīšanas, attieksmes pret darbu, punktualitātes, profesionālisma utt., un šo atšķirību izlīdzināšana, paredz valodas, vērtību atskaites sistēmas, paradumu un dzīvesveida maiņu.

Turklāt *Dods (Dodd)* parāda, ka multikulturālās situācijās vajag pielāgot komunikāciju sarunu biedra specifiskumam. *Mono-kulturālās komunikācijas (mono-cultural communication)* gadījumā savstarpējā mijiedarbība notiek starp vienas kultūras pārstāvjiem, kuriem ir līdzīga uzvedība, uzskati, valoda un vērtības, un tā ir pamatota uz vides vispārpieņemtām definīcijām, kā arī uz vienošanos par normām un tradīcijām, ļaujot cilvēkiem paredzēt citu cilvēku uzvedību un pieņemt vispārējo realitātes uztveri.

Starpkultūru komunikācijas kompetence reprezentē "spēju efektīvi un adekvāti sazināties kulturālo kontekstu daudzveidībā" (*Benets/Bennett*, 2003, *apud Launikari*, 2005). Šī kompetence ir veidota no *kognitīvām* spējām (kulturālā pašapziņa, kultūras specifiskuma izpratne, identitāti veidojošie modeļi, kulturālās pielāgošanās izpratne), *uzvedības* (mijiedarbības ar citiem, stresa un bailu vadīšana, klausīšanās, novērošana, sociālā piemērošanās spēja, empātija, attiecību veidošana, problēmu noteikšana un risināšana) un *emocionālām-motivējošām (affective –motivational)* (ziņkārība, atvērtība, pacietība, tolerance, izturība, fleksibilitāte, iniciatīva izzināt citas kultūras, citu cilvēku vērtību un uzskatu respektēšana, iejūtība pret grupu un starppersoniska harmonija).

Metodes prezentēšana

Sagatavošanas un atbalsta darbības

Lai novērstu kultūras aizspriedumu ģenerēto negatīvo ietekmi, *Launikari* (2005) identificē trīs aspektus, kuri konsultantiem ir jāņem vērā:

- *pagātnes neatbilstošas pieredzes nodošana* var radīt netīšu rasismu pret citas kultūras klientiem; lai novērstu šādu situāciju, konsultantiem ir jāapzinās sava pašu kultūras konstrukcija (dispozīcija, stereotipi, aizspriedumi), jāatbild uz diviem jautājumiem pirms konsultēšanas sesijas: "Ko es savam klientam reprezentēju?" un "Ko mans klients reprezentē man?";
- *konsultēšanas attiecību autentiskums (authenticity of the counselling relationship)* ir nosacījums veiksmīgai multikulturālai konsultēšanai, tāpēc "tas ir jākultivē un jā saglabā visā konsultēšanas procesa laikā" (*Puukari*, 2005), turpretim "empātija, absolūta cieņa un saskaņa uzlabo efektīgu konsultēšanu" (*Carter*, 1985, *apud Launikari and Puukari*, 2005);
- *Darba alianse (work alliance)*, lai piesaistītu klientus identificētajiem risinājumiem un to rezultātiem, konsultantiem ir jāatvēr pietiekams laiks emocionālas saiknes izveidošanai, jāprecizē viņu motivācija, nosakot katras konsultēšanas sesijas mērķus, risinot problēmas un izstrādājot nākotnes plānus kopā ar klientiem.

Sanbergs un Sjū (Sundberg and Sue) pievieno vēl šādas prasības konsultantiem (1989, *apud Launikari and Puukari*, 2005):

- mērķa un anticipāciju izpratne attiecībā uz konsultēšanas sesiju;
- starpkultūru sapratnei labvēlīgas attieksmes un komunikācijas prasmju veidošana;

- ārējo apstākļu izpratne un skaidrošana klientiem;
- vispārēju un specifisku kultūras elementu izpratne un atšķiršana konsultēšanas procesā.

Batumubvira (*Batumubwira*) iesaka konsultantam pirmajā kontakta reizē ar klientu noskaidrot klienta attieksmi pret konsultēšanas pakalpojumu sniegšanu, tā var mainīties no pozitīvas uz stūrgalvīgu, un pieņemt atbilstošus mērus. Klienti var uzdot šādus jautājumus (*Launikari and Puukari, 2005*):

1. Ko konsultants zina par mani?
2. Vai konsultantam patiešām rūp mana problēma?
3. Ko konsultants no manis sagaida?

Ideālu klientu (ideal clients) gadījumā konsultants var tieši ķerties pie konkrētas problēmas risināšanas, ņemot vērā to, ka nekas nav zināms par klientiem, tomēr viņi ir cienījamas personas, kurām ir daudz, ko pastāstīt; konsultants ir ieinteresēts klientu problēmās, pat ja ne tieši paša klienta personā, un vēlas izteikt personīgu viedokli par iespējamajiem risinājumiem.

Sarežģītu klientu (difficult clients) gadījumā konsultantam sākumā ir jāpalīdz klientiem pārvarēt viņu neuzticēšanos konsultēšanas pakalpojumiem. Šo klientu attieksme tiek definēta ar tādiem iepriekšējiem pieņēmumiem: konsultants neko par mani nezina, nespēj saprast manas patiesās problēmas, tādēļ nevaru cerēt uz lielu sapratni; konsultants gaida, ka pastāstīšu par savām problēmām, un viņš tām atradīs risinājumu.

Konsultanti centīsies *sagādāt labvēlīgus apstākļus efektīvai komunikācijai* ar saviem klientiem. Tādēļ viņi nekavējoties izskaidro, ko nozīmē konsultēšana, kādi ir sagaidāmie rezultāti, un paskaidro "spēles noteikumus" ... klientiem no aizdomām ir jānonāk līdz pašā gaidībai ... un līdz taustāmu rezultātu gaidām savā ikdienas dzīvē (*Batumubwira, apud Launikari and Puukari, 2005*).

Minoritāšu pārstāvjiem ir jāpalīdz viņu integrācijas procesā ar sākotnēju saskarsmi ar līdzpilsoņiem), bet jāmudina vēlāk viņi pakāpeniski veidot starpkultūru kontaktus ar majoritātes kultūras pārstāvjiem tā, lai nesaasinātu pretrunas starp mazākumtautības un vairākumtautības sabiedrību.

Lai iegūtu un saglabātu *sarežģīto klientu uzticību*, būtiski ievērot konsultēšanas ētiskos principus. Konsultantiem ir ļoti uzmanīgi jāizskata katra situācija, kura var radīt klientiem grūtības no valsts institūciju puses.

Pēc tam, kad ir iepazīta viņu pašu kultūra, konsultantiem svarīgs posms ir *saprast klientu dzīves, uzklautot viņu domas un attieksmi* pret dzīvi, vēlmēm un cerībām par nākotni, rīcību vēlamos modeļus, lai piepildītu personīgos centienus utt.

Johansona (Johansson) trīs stadiju intervences modelis (pielietojams imigrantu konsultēšanā): *familiarizēšana, mana dzīve un nākotnes plānošana* (*apud Launikari and Puukari, 2005*).

Modelis ietver vingrinājumu secību, kurus var pielāgot grupas specifiskumam. Sākumā identificē un izmanto izteiksmes optimālos līdzekļus: runāšanu, rakstīšanu, zīmēšanu utt. Noteiktos gadījumos ieteicams ir piedāvāt klientiem iespēju izgatavot materiālus savā dzimtajā valodā, kur varētu būt nepieciešama tulka klātbūtne.

1. Familiarizēšana

Šo vingrinājumu mērķis ir dot dalībniekiem iespēju pastāstīt par savas dzimtas valsts svarīgajiem aspektiem un radīt relaksējošu, uzticības pilnu atmosfēru. Grupas biedriem tiek dots pietiekams laiks, lai iepazītos. Vingrinājumiem ir jāmotivē dalībnieki integrēties un jāpalīdz viņiem koncentrēties uz grupas galvenajiem uzdevumiem.

1.1. *Pasaules karte*: konsultants ieskicē kontūras (iedomātai) pasaules kartei uz grīdas, un dalībnieki nostājas uz savas izcelsmes vietas (valsts, kurā piedzimuši). Viņi pēc kārtas viens otru ar sevi iepazīstina, nosaucot savu vārdu un atsaucot atmiņā vairākus aspektus, par kuriem viņi ir lepni un kuri saistās ar viņu dzimto pusi (daba, klimats, ēdiens, kultūra utt.).

1.2. *Grupu intervija*: izveido pārus no diviem cilvēkiem, un katrs pēc kārtas intervē savu partneri. Intervijas jautājumi var būt par ģimeni, aizbraukšanu no savas dzimtenes, hobijiem utt. Beigās viņi katrs iepazīstina grupu ar savu partneri.

1.3. *Māja, kurā esmu piedzimis*. Katram jāpadomā par māju, kurā ir pavadīta bērnība, un jāpastāsta pārējiem zināmas lietas par to. Dalībnieki var pastāstīt viens otram, kāpēc viņi aizbraukuši no savas dzimtenes.

2. Mana dzīve

2.1. *Dzīves telpa (Life space)*. Vingrinājuma mērķis ir konsultēšanas uzdevumu un profesionālās pilnveides plānošanas noskaidrošana, tomēr diskusija var neskart tēmas par esošo izglītību, izglītību un darba piedāvājumiem. Tiek pieņemta holistiskā pieeja cilvēkam, kuras mērķis ir citas dzīves dimensijas līdztekus profesijai. Tādējādi dalībniekus lūdz izvērtēt savu dzīves telpu un izteikt to dažādos veidos. Noslēgumā viņi demonstrē grupai tapušos rezultātus, to nozīmi attiecībā uz savu karjeru. Konsultants iejaucas, lai vērstu uzmanību uz problemātiskiem jautājumiem un katram dalībniekam piemērotām alternatīvām.

2.2. *Dzīves līnija (Life line)*. Katrs klients brīvi ilustrē uz papīra savu dzīvi tās dažādajās stadijās no savas dzimšanas līdz šodienai. Grupas biedri koncentrējas uz savas karjeras galvenajiem momentiem (skola, specialitātes izvēle, karjeras maiņa, profesionālā pieredze utt.) Tā kā tas ir laika apjomīgs vingrinājums, tas tiek uzdots kā mājas darbs, un imigrantu gadījumā, lūdz izcelt grūtības, kuras ir radušās, pielāgojoties jaunās kultūras kontekstam.

3. Nākotnes plānošana

Grupas biedrus uzaicina izstrādāt profesionālo plānu, kurā ir ietverti izglītības mērķi vai nākotnes profesijas reprezentācija.

3.1. *Mana vēlamā nākotne (My favourite future)*. Nākotnes vīzija tiek attēlota uz papīra, pēc tam ar kopējiem spēkiem nosaka nepieciešamos soļus, lai vīziju pārvērstu realitātē.

3.2. *Iespējamās alternatīvas manai nākotnei (My possible alternatives for the future)*. Pieļauj vairākus scenārijus, tad tos salīdzina, un no tiem identificē vispievilcīgākos un visticamākos scenārijus.

Konsultēšanas piemērošana komunikācijas stilam

Tiešs konteksts (Direct context) iepriekš pieņem galvenokārt informācijas ietveršanu mutvārdu vēstījumā. Tāpēc ir obligāti, strādājot ar klientiem no tādām kultūrām kā vācu, skandināvu, amerikāņu un citām, saprast viņu neviendabīgumu un individualitāti, un izmantot tiešu komunikācijas stilu, kuru raksturo patstāvība, pašnoteikšanās un prāva starppersonu distance (Hofsteds/Hofstede, 1994, apud Launikari, 2005). Šo kultūru klienti saka to, ko domā, viņu vēstījums ir skaidri izteikts, vārdi ir galvenie komunikācijas līdzekļi, tie ir būtiski, lai saprastu vēstījumu. (Hols/Hall, 1997, apud Launikari, 2005).

Netiešs konteksts (Indirect context) iepriekš pieņem galvenokārt informācijas ietveršanu fiziskā jomā (*physical realm*) un mazāk informācijas mutvārdu vēstījumā. Strādājot ar klientiem no tādām kultūrām kā japāņu, arābu, taizemiešu, ir svarīgi konstatēt klienta tendenci pret kolektīvismu un neviendabīgumu, viņu uzvedība ir prognozējama, viņi darbojas saliedētās grupās ar bagātīgu kopējo kultūras kodu, kas ļauj viņiem nebūt pārāk izteiktiem. Bezvārdu pavedieni (*nonverbal clues*) reprezentē atslēgu uz atklāsmi, vai mutvārdu vēstījums ir īsts. Komunikācijas mērķi uztur harmoniju un pasargā sarunu biedru, konfrontācija izpaliek, un kriticisms tiek pānests ar lielām grūtībām.

Starpkultūru konfliktu vadība

Konflikts ir attiecības starp diviem vai vairākiem indivīdiem, kuri uzskata, ka viņu mērķi ir dažādi, vai konfrontācija starp diviem vai vairākiem cilvēkiem, kas var novest pie saspīlējuma vai vardarbības. Pretēji vardarbībai, kura sastāv no darbībām, vārdiem vai attieksmēm, struktūrām vai sistēmām, kas izraisa fiziskus, garīgus, sociālus, kultūras vai vides kaitējumus, vai arī neļauj cilvēkiem sasniegt pilnīgi savas cilvēciskās iespējas, konflikts ir jāaplūko kā kaut kas normāls, dzīves situācijām raksturīgs (Fišers/Fisher, 2003, apud Launikari et al., 2005).

Rezultātā konsultantam ir jāatmet tradicionālais viedoklis par konfliktu kā par objektīvu problēmu (*objective issue*) ar unikālu risinājumu, kas iepriekš pieņem, ka individuāli oponenti viens otru vaino, kā par vinnētu vai zaudētu situāciju ar likumīgu spēka pielietošanu vai kā nepatīkamu stāvokli, kurš ir jānovērš. *Konflikts ir jāaplūko kā situācija, kurā nevienam nav monopols pār patiesību, tas iesaista dažādus indivīdus vai grupas savstarpējās konfrontācijās, kā process, kurš var abas grupas novest līdz uzvarai vai zaudējumam, vai arī – kur viens uzvar*

un otrs zaudē saskaņā ar veidu, kādā ar konfliktu tiek galā, un reprezentē cilvēcisku realitāti, kāda ir sastopama katrā sabiedrībā.

Multikulturālu attiecību vadība un problēmu risināšana ir pamatota uz baiļu samazināšanu, pārējo cilvēku izpratni un starpkultūras konsultēšanu. Ksenofobiskas attieksmes bieži rodas un saglabājas dezinformācijas, nezināšanas un kaitīgas vispārināšanas dēļ; šī fenomena ierobežošana ir iespējama ar citu cilvēku iepazīšanu, tiešām apmaiņām, vienlīdzīgām saistībām kopējos projektos, dialogu un sadarbību uz vienlīdzības pamatiem. Ar savstarpējas iedarbības palielināšanu starp dažādu sociālo grupu pārstāvjiem, var novērst kļūdainus vai negatīvus stereotipus un pierādīt, ka tie ir iedomāti un nepamatoti. Tiešas apmaiņas dot lakonisku intervāla informāciju par pārējiem attiecībā uz izskatu, saskarsmes stilu, ģērbšanās standartiem, vecumu, dzimti, paštēlu, nostājām utt.

Jelking un Sajous (1995, *apud Launikari et al.*, 2005) parāda, ka, lai efektīvi tiktu galā ar pieaugošo saskarsmi mainīgos stereotipos, konsultantam ir jābūt pārliecinātam par šādām lietām:

- grupas biedriem ir jābūt vienādam statusam;
- viņiem vienādi ir jāpiedalās kopējās aktivitātēs, kurās ir kopēji mērķi;
- kontaktam grupas ietvaros ir jābūt personīgam un drīzāk daudzpusīgam, nevis virspusējam, lai arī pastāvīgam;
- izmaiņu process ir jāatbalsta iestāžu pārstāvjiem.

Lai atrisinātu konfliktus, konsultantam ir jāpieņem dažādas pieejas (*Garba, 2005, apud Launikari and Puukari, 2005*), kā tas tiek attēlots tabulā. Fundamentāls likums konflikta risināšanā ir *abu pušu iesaistīšana, sākot ar risināšanas procesa sākumu un beidzot ar tā rezultātu novērtēšanu*. Tādā veidā tiek nodrošināta risinājuma paternitāte, un, cerams, tiks izveidotas un atbalstītas labas attiecības vienas grupas ietvaros un starp citām grupām.

| Konflikta risināšanas metodes | | |
|--------------------------------|--|---|
| Konflikta veids | Avots | Intervence |
| Instrumentāls konflikts | Materiāli aspekti, līdzekļi, metodes, norises, struktūras | Sarunas, kompromiss |
| Interesu konflikts | Atvēlētais laiks, nauda, darbi, telpa utt. | Tiešas sarunas pušu starpā vai ar viņu pārstāvjiem, lai panāktu vienošanos |
| Personisks konflikts | Identitāte, pašnovērtējums, lojalitāte, konfidencialitātes plaša, noliegšana | Atvērta un caurspīdīga komunikācija, lai savstarpēji saprastu abu pušu vajadzības, raizes, intereses vai nostāju |
| Vērtību konflikts | Reliģija, politika, ideoloģija un citi uzskati | Tā kā tas nav diskutējams, risinājums ir godīgs un ilgstošs dialogs, lai panāktu lielāku savstarpēju saprašanos un katra cilvēka tiesību būt atšķirīgam akceptēšanu |

Mērķauditorija

- etniskas, lingvistiskas, reliģiskas, politiskas minoritātes utt.;
- dažādu kultūru imigranti;
- mazizglītoti cilvēki;
- patiesībā katra konsultēšanas situācija ietver multikulturālus aspektus, pateicoties gan konsultanta, gan klienta ārkārtīgi atšķirīgai pieredzei.

Piemēri, vingrinājumi, situācijas analīze

Nepatīkamas konsultēšanas pieredzes (Launikari et al., 2005): Antuanete B., āfrikāņu bēgļi Norvēģijā, apraksta neapmierinātības cēloņus ar konsultēšanā izveidojušām attiecībām, kad konsultants neņēma vērā multikulturālos aspektus:

- pastiprinātas uzmanības veltīšana sievietei, konsultējot ģimeni (imigrantu pāri), rada vilšanos, jo abi klienti nāk no kultūras, kur sievietēm ir sekundāra loma;
- konsultanta neuzticēšanās attiecībā uz viņas apgalvojumiem par ģimenes veselību un vakcināciju derīgumu;
- fakts, ka Antuanete nāk no kultūras, kur jūtas atklāti neizrāda, ļāva konsultantam ignorēt viņas neapmierinātību, kas negatīvi ietekmēja konsultēšanas procesu;
- viņa bija cerējusi, ka konsultants viņu iedrošinās: "jūs esat jauks cilvēks, jūs esat stipra, un jums noteikti veiksies šajā jaunajā valstī", kas tā arī nenotika;
- viņai nekad nebija teikts, ka konsultēšanas sesijas laikā viņa varētu runāt par personīgiem jautājumiem; visi šie jautājumi bija uzkrājušies, un par tiem viņa runāja vienīgi mājās, kā jau tas bija ierasts dzimtenē (daudzi citi imigranti, kurus viņa pazina, neatklāja konsultantam savas problēmas baidoties, ka viņi varētu iekļūt nepatīkšanās ar varas iestādēm).

Sociāla un reliģiska konflikta risināšana

Izlaiduma eksāmens 8. klasei tika plānots uz sestdienu, bet adventistu kopienas atteicās sūtīt savus bērnus uz eksāmenu, pamatojot to, ka viņu reliģija aizliedz šajā dienā jebkādu aktivitāti. Rezultātā, attiecīgajām reliģiskajām grupām nolēma eksāmenu pārcelt.

Līdzības un atšķirības

Vingrinājuma mērķis ir uzzināt, kā izpaužas konsultēšanas pakalpojumu klientu līdzība, atrodoties drošā un atbalstu sniedzošā vidē. Šim nolūkam krēslus izvieto aplī, par vienu krēslu mazāk, nekā ir dalībnieku skaits, un viņus aicina apsēsties. Personu, kura paliek stāvēt apļa vidū, lūdz pabeigt frāzi "*Kuram ir/kurš ir ...*" nosaucot kaut ko sev raksturīgu un arī atbilstošu vienam no sēdošajiem dalībniekiem (piemēram, *... zilas acis? ... brūnas kurpes? ... skolotājs? No Alžīrijas?*). Dalībnieks, kuram piemīt šis raksturojums, atdod savu vietu stāvošajam, un vienlaikus cenšas atrast citu krēslu, turpinot tādā pašā garā, kamēr vēl kāds pieceļas. Noteikums ir tāds, ka stāvošajiem dalībniekiem ir jāturpina nosaukt citas līdzības, nevis tās, kuras jau nosauca vietu zaudējušais dalībnieks. Konsultants lūdz dalībniekiem izteikt komentārus un nobeigumā secina, ka starp cilvēkiem ir ļoti daudz līdzību: *kultūras piramīda*, kura izveidota no *pamatvajadzībām*, kuras ir kopīgas visiem (atpūta, ēdiens, kustība utt.), kultūru līdzības *attiecināmajā grupā* un *personību līdzības līmeņi*.

Trīs cilvēki paliek stāvēt

Vingrinājuma mērķis ir izveidot sadarbību un grupas apzināšanos. Krēslus izvieto aplī. Dalībniekus aicina apsēsties, izņemot trīs, kuri paliek stāvēt. Noteikums ir, ka visu laiku stāvēt jāpaliek ir trim cilvēkiem, un tiem, kas stāv, 10 sekunžu laikā ir atkal jāapsēžas. Kad kāds apsēžas, tad kādam citam ir jāpieceļas, kad kāds pieceļas, tad kādam citam ir jāapsēžas un tā tālāk. Grupai ir jāsaprotas un jāielaižas kompromisā bez diskusijām tā, ka vienmēr paliek stāvēt tikai trīs cilvēki.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- piesaista kultūras minoritātes konsultēšanai;
- būtisks klientiem no minoritāšu grupas;

- klienti ir atbildīgi par risinājumiem, kuri rasti kopā ar konsultantu;
- samazina multikulturālo konfliktu biežumu;
- palīdz minoritāšu grupu klientiem integrēties skolā, sociālajā un profesionālajā dzīvē.

Trūkumi:

- ir grūti pilnīgi novērst domāšanas un rīcības kulturālos pamatus, neskatoties uz teorētisko multikulturālo izglītošanu;
- uz minoritātes identitāti liktais uzsvars ir nepamatoti liels; kultūru līdzību neievērošana rada nepareizu priekšstatu, ka šīs identitātes varētu būt statiskas, kas radīs grūtības integrācijā;
- sazināšanās valoda bieži rada problēmu;
- tautiešu ietekme minoritātes kopienā ir ievērojama, tas liek apsvērt klienta dzīves kontekstu.

Bibliogrāfija

- Consilierea la distanță. Manual* (2004). Jigău, M.; Chiru, M.; Zakár, András; Bogdanska, Paulina; Grazyna Morys-Gieorgica; Woynarowska, Anna. București, AFIR.
- Cozma, T. (2001). *O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea*. Iași, Polirom.
- Dasen, P.; Perregaux, Ch.; Rey, M. (1999). *Educația interculturală*. Iași, Polirom.
- Katz, J. H. (1985) *The Sociopolitical Nature of Counseling* In: "The Counseling Psychologist", 13.
- Konrad, Sandra (2005). *An Introduction to Counselling in Canada: Chapter 4: Multicultural Counselling In Canada* (http://psych.athabascau.ca/html/Resources/Psych388/CanadianSupplement/Chapter4/00_intro.shtml)
- Launikari, M.; Puukari, S. (2005). *Multicultural guidance and counselling. Theoretical Foundations and Best Practices in Europe*. Institute for Educational Research, University of Jyväskylä.

www.efil.afs.org – The European Federation for Intercultural Learning EFIL

www.ercomer.org – The European Research Centre on Migration and Ethnic Relations

www.gla.ac.uk/rg/rg_multiculturalguidance_en.htm

www.iaccp.org – The International Association for Cross-Cultural Psychology

www.sietar-Europe.org – The Society for Intercultural Education, Training and Research SIETAR

www.warwick.ac.uk/fac/soc/CRER_RC – The Centre for Research in Ethnic Relations

www2.fmg.uva.nl/imes – The Institute for Migration and Ethnic Studies

Metafora konsultēšanā

Metaphor in Counselling

Gabriela LEMENI, Carmen AVRAMESCU

Psiholoģijas un izglītības zinātņu fakultāte
Babeş-Bolyai Universitāte, Cluj Napoca

Vēsture

Metaforas ir komunikācijas instrumenti, kuras bieži izmanto, lai konceptualizētu komplicētas parādības, kas ir ap mums (Grants, Osviks, Ortonijs, Miņo/Grant; Oswick, 1996, Ortony, 1993, Mignot, 2004). Metaforas izmantošana bieži atklāj konceptuālas darbības augstāku pakāpi.

Metaforas sākotnēji izmantoja kā organizācijas analīzes līdzekli ("Organizācijas tēli", Morgans, 1986). Analizējot organizācijas ar metaforas palīdzību (*organizācija kā "mehānisms", "organisms", "kultūra" un "prāts"*), Morgans pētīja implikācijas uz organizāciju struktūras izpratni un organizāciju vadīšanu un pierādīja metodes lietderību radošā un elastīgā problēmu risināšanā. Gūtā pieredze pamudināja viņu ieteikt "*daudzējādo metaforu metodi*" ("*the method of multiple metaphor*"), kura izmanto visas četras metaforas organizācijas analīzē, lai izprastu to dažādos aspektus. "*Neviena metafora nepasaka visu patiesību*", taču "*katra metafora ir vairāk vai mazāk piemērota konkrētā situācijā... īsta izpratne nāk tad, kad vērā tiek ņemtas vairākas metaforas*" (Morgans, 1986).

Vēlāk metaforas izmantoja organizatoriskajā vadībā kā līdzekli, lai analizētu un raksturotu organizāciju un problēmas risinājumu. Organizācijas radošā konceptualizācija ar dažādu metaforu palīdzību: skudru pūznis, zirneklis, četras istabas utt. radīja "radošās vadības mākslas" ("*creative management art*") fantomu (Morgan, 1992, Inkson, 2002), kas noveda pie daudzu organizatorisko problēmu jauniem risinājumiem.

Teorētiskais pamatojums

Sākumā metaforas asociējās ar valodas un komunikācijas tēlaino aspektu. Tā kā to uzskatīja par dzejnieku un politiķu izteiksmes līdzekli, šī metode netika izmantota psiholoģiskajos pētījumos un praksē zemās ticamības pakāpes un apšaubāmās zinātniskās vērtības dēļ. Kad tika pārvarēts zinātniskais pozitīvisms, no jauna pārskatīja radošu un elastīgu modeļu virkni, un metaforu pieņēma kā efektīvu vērtēšanas un intervences līdzekli dažādās konsultēšanas jomās.

Metaforas metodes izmantošana karjeras konsultēšanā ir nesena, un šķiet, ka tā ir ietekmējusi vismaz divas lietas: vienu – karjeras konsultēšanas procesa konceptualizāciju un otru – pašu procesa attīstību. Attiecībā uz karjeras konsultēšanas procesa konceptualizāciju, "metaforu cīņa" ir novedusi pie tipiskāko metaforu saskaņošanas pabeigšanas (*Holands/Holland, 1997*). Otra lieta paredzēja personīgo un profesionālo īpašību pārklāšanos, ņemot vērā to, ka karjeras konsultēšanas procesā galvenais mērķis ir noteikt indivīdam pareizo karjeru. Tas pavēra ceļu tādu metaforu lietošanai kā, piemēram, "robežu neesamība" ("*lack of frontiers*") (Artūrs, Ruso/Arthur; Rousseau, 1996), "pašnoteiktas amata mācības" "*self-determined apprenticeship*" (Artūrs, Inksons, Pringls/Arthur; Inkson; Pringle, 1999), kas palielināja ātras un radošas pielāgošanās nozīmi izmaiņām sociālajā un profesionālajā vidē. Tā konsultēšanas mērķis tiek uzskatīts par proaktīvas attieksmes veidošanu attiecībā uz savu karjeru, kuras sasniegšanai vajadzīga elastība un pozitīvu iespēju vadība.

Izmaiņām karjeras konsultēšanas konceptualizācijas procesā ir tiešs sakars ar veidu, kādā tās atklājas. Konsultēšanas process ir vērsts uz sadarbību, orientēts uz indivīda karjeras sevišķās nozīmes vai tā saucamās

“subjektīvās karjeras” izpēti (Gatikers, *Larvuds/Gattiker*; Larwood, 1986). Līdzās citiem karjeras konsultēšanā izmantotajiem līdzekļiem (stāstījums, vingrinājumi, lai iejustos iedomātos tēlos, grafiska karjeras prezentācija utt.) metaforas metode palīdz konsultantiem un klientiem radoši pieiet karjeras izpētei, izmantojot savu potenciālu komplicētai izpratnei par parādībām, kas saistītas ar karjeru.

Ņemot vērā ekonomiskās, sociālās un kultūras pārvērtības, kas iezīmē mūsdienu laikmetu, istās jēgas meklējumi un personīgās karjeras izpēte, kā arī tās saistība ar citiem dzīves segmentiem, kļūst par konsultēšanas procesa svarīgām dimensijām (Pīvijs/*Peavy*, 1997; *Savickas*, 2000, 2001). Uztvere, emocijas un personīgās vērtības, kas saistās ar kāda karjeru (“subjektīvā karjera”), kļūst par vissvarīgāko indivīda atskaites punktu, lai izvērtētu savu pašreizējo sniegumu un noteiktu turpmākās ar karjeru saistītās izredzes (Kolins, *Jangs/Collins*; *Young*, 1986). Metaforas metodes izmantošana konsultēšanā var palīdzēt samazināt attālumu starp teoriju un praksi (*Amundson*, 1997) un uztvert konsultēšanas procesa individuālos aspektus.

Metodes prezentācija

Metaforas parasti ir runas tropi/retoriska figūra, kuru izmanto, lai izceltu līdzību starp darbību vai objektu, notikumu vai pieredzi, no vienas puses, un teikumu vai plaši lietotu vārdu, no otras puses (Goulers, *Leže/Gowler*; *Legge*, 1989, *apud Inkson*, 2004). Tās funkcija ir *saistīt nezināmo ar zināmā līdzekļiem* (*El-Sawad*, 2003) vai iztēloties komplicētu parādību ar pazīstamu tēlu palīdzību (*Amundson*, 2005a).

Metaforas ir vispārplatītas ikdienas ar karjeru saistītos diskursos, kā arī formālās karjeras teorijās (*Inkson*; *Amundson*, 2002). Izplatītas metaforas ir: “taka/ceļš/virziens/karjeras gaita”, “ceļojums”, “lēmumu koks”, “iespēju logs” utt. Iespaidīgi akadēmiskie koncepti arī tiek formulēti metaforu terminos: “karjeras varavīksne” (*Super*, 1990), “karjeras karte” (*Krumbolts/Krumboltz*, 1993), “karjeras konstruēšana” (*Savickas*, 2002), “amata personība” (*Holland*, 1997), “karjeras enkuri” (*Šeins/Schein*, 1978), “karjera bez robežām” (*Arthur*; *Rousseau*, 1996). Viņi izmanto dzīvus un pazīstamus tēlus, tādā veidā piešķirot notikumiem īpašu un personīgu perspektīvu. Karjeras metaforām nav tāds pats statuss. Tās atšķiras neatkarīgi no *attiecinājuma un avota*. Tādas metaforas kā “ceļojums” vai “konstruēšana” rodas no indivīda *pieredzes*. Bet tādas kā “gadalaiki” vai “resursi” balstās uz *situācijas ārējiem viedokļiem* (*external views of the situation*). Tādas metaforas kā “kāpnes” vai “sacensības” apraksta karjeras apstākļus, bet “enkuri” vai “amata personība” raksturo *indivīda īpašības*, kuras tiek iesaistītas karjeras veidošanā.

No konsultēšanas perspektīvas metaforas kā realitātes pieredzēšanas veids caur aspektiem, kuri kopīgi citām situācijām, ļauj veikt dziļāku karjeras analīzi, integrējot komplicētu informāciju par šīm parādībām vienkāršā tēlā. Konsultēšanas procesā metaforas rada izpētes kontekstu, kurš ir labvēlīgs indivīdam un ļauj atklāt personīgas, ar karjeru saistītas īpašības.

Viena no galveno karjeras metaforu vizismelžošākajām prezentācijām pieder *Keram Inksonam* (*Kerr Inkson*) (2004). Pēc autora domām karjeras konceptualizācijas var būtībā grupēt ap metaforām, kuras izriet no galvenajām teorijām šajā nozarē. Tās ir ietekmējušas karjeras konceptualizāciju laika gaitā un ir pašas kļuvušas par eventuālām karjeras metaforām:

Iedzimtības/pārmantojamības (*inheritance*) metafora

Metafora izsaka koncepciju, ka karjera tāpat kā iedzimtība, var būt pārmantojama no vienas paaudzes otrā; indivīda karjera ir vairāk vai mazāk pārmantota. Izmantojot šo karjeras metaforu, sociologi uzsver sociālās šķiras, dzimuma, etniskuma lomu vērtību un centienu noteikšanā, kas bērniem nāk no ģimenes. Turklāt šīs metaforas mērķis ir karjeras modelis, kāds pastāv ģimenē, un finansiālās un izglītības iespējas, kādas bērniem ir pieejamas mājās.

Pārmantojamība karjerā attiecas uz tādām dimensijām kā: sociālā (sociālā struktūra), ģenētiskā (mantotais IQ-intelektuālās attīstības koeficients) un psiholoģiskā (vecāku attieksme pret darbu un karjeru). Lai gan daži konsultanti labprāt akcentē karjeras veidošanas (“konstruēšanas”) aktīvo pašnoteikto/neatkarīgo daļu, pārmantojamības komponentu nedrīkst ignorēt, tā kā tas ir saskaņā ar daudzām teorijām par karjeras veidošanu.

Konstruēšanas (*construction*) metafora

Šī metafora pieder karjeras teorijām, kuras akcentē aktīvo daļu, kas darbojas cilvēka sociāli-profesionālās evolūcijas noteikšanā. Metafora raksturo karjeras plānošanas nozīmi, kura tiek konceptualizēta kā racionāls process, kuram nepieciešama informācijas vākšana, mērķu uzstādīšana, loģisku lēmumu pieņemšana utt. Skaidrojot metaforu, klienti daudzkārt meklēs palīdzību savā karjeras vadībā. No otras puses, šī metafora var attiekties uz institūciju, uz emocionāliem elementiem pamatotiem lēmumiem utt. Konsultanta loma gadījumā, kad klients izmanto konstruēšanas metaforu, ir veicināt klienta karjeras "salikšanu kopā".

Cikla (*cycle*) metafora

Galvenās karjeras attīstības teorijas ietver "vecuma posmus" un "stadijas". Levinsons (*Levinson*) (1977) un Supers (*Super*) (1990) karjeras apraksta secību, stadiju terminos, kas atbilst noteiktam vecuma posmam: "izpēte", "stabilizēšanās", "pusmūža pārejas", "uzturēšana", "noriets" utt. Levinsons raksturo karjeras attīstību kā gadalaiku maiņu ("*Cilvēka dzīves gadalaiki*", Levinson, 1977). Metafora var kļūt netieša indivīda domāšanā, kas ir saistīta ar viņa/viņas lomu sabiedrībā vai profesijā. Tā var ģenerēt stereotipus attiecībā uz karjeras attīstību un profesijas lomu (*Townsend*, 1993). Piemēram, veci cilvēki, kuri dzīvo dinamiskā vidē, novērtē izmaiņas un attīstību, bet pakļaujas novecošanas stereotipam (saskaņā ar kuru, vecums nozīmē norietu fleksibilitātē un pielāgošanās spējā jaunajam un sarežģītiem uzdevumiem), kompromitē savu karjeras attīstību un akceptē zemu pašefektivitāti savas karjeras mainīgajos aspektos.

Konsultēšanā var izvēlēties izmainīt perspektīvu profesionāliem cikliem tā, lai tie ir elastīgāki. Noteikts hronoloģisks vecuma posms nav obligāti jāasociē ar noteiktu attīstības stadiju (55 vai 60 gadi ne vienmēr norāda uz aiziešanu pensijā).

Saderības (*match*) metafora

Viens no visplašāk apspriestiem profesionālās psiholoģijas tematiem ir "cilvēka-vides saderība" (*Parsons*, 1909; *Holland*, 1997). Metaforai ir liela nozīme profesionālajā konsultēšanā, tāpēc ka tā ir pašsaprotama daudzu karjeras konsultantu un klientu personīgās karjeras teorijās. "Saderības" metafora izvirza gan konceptuālas, gan praktiskas problēmas. Kādas ir vissvarīgākās cilvēka un darba vides īpašības? Cik "izmērojamas" tās ir un cik precīzi tās ir mērāmas? utt. Nozīmīga problēma, kuru izvirza metafora, ir savas karjeras statistiska tēla stimulēšana dinamiska procesa kontekstā. Ļoti ātru vai neparedzētu sociālo, ekonomisko un profesionālo izmaiņu gadījumā metafora var ierobežot (runājot psiholoģijas terminos) indivīda alternatīvas.

Ceļojuma (*journey*) metafora

Šī ir viena no visizplatītākajām karjeru raksturojošām metaforām, kura ir pieminēta gan literatūrā, gan ikdienas runās. Metafora sākumā konceptualizē karjeru kā "ģeogrāfisku" kustību starp darbiem, ieņemamajiem amatiem, organizācijām utt. Ceļojuma metafora ir pievilcīga, tā kā tā integrē kustību laikā un telpā, piedāvājot iespēju grupēt vairākus informācijas veidus zem vienota aizsega. Metaforas ģenerētā problēma rodas pašā ceļojuma koncepcijas vispārējā raksturā. Ceļojumam var būt neskaitāmas īpašības: izvēles galamērķis, ātrs vai lēns, augšupejošs vai lejupejošs utt.

Vispār ceļojuma metafora pieļauj analizēt karjeru no divām perspektīvām: "ceļotāja" uzvedība (mikrokomponents) un ceļotāja izvēlētais "ceļš" (makrokomponents). Tiktāl konsultēšana ir koncentrējusies uz pirmo komponentu, toties pēc organizāciju uzskata otrais komponents ir daudz interesantāks. Karjerā ir svarīgi integrēt metaforas abus divus galvenos komponentus un veikt detalizētu karjeras analīzi no šīm daudzajām perspektīvām.

Sociālā tīkla (*social network*) metafora

Makmahons un Patons (*McMahon and Patton*) (1999, *apud Inkson*, 2002) akcentē nepieciešamību integrēt sociālo attiecību sistēmu karjeras koncepcijā. Tādā veidā darba atrašana ir cieši saistīta ar indivīda sociālo attiecību sistēmu., kura var piedāvāt informāciju vai ieteikumus nodarbinātības sakarā. Labvēlīga sociālā tīkla izveidošana ir kļuvusi par dzīvesveidu. Turklāt virkne mikrospēju (*micro-abilities*) ir guvušas nozīmi: personīgā

stimulēšana, ietekmes vadība, reputācijas celšana utt. Šādi karjera ir bieži konceptualizēta kā "personīga uz darbu orientēta politiska kampaņa".

Teātra (*theatre*) metafora – karjera kā loma

Šo metaforas tipu arī izmanto organizāciju konceptualizācijā, kuru aplūko kā skatuvi, uz kuras darba devēji (aktieri) tēlo dažādas lomas, valkā noteiktus kostimus (formas tērpus), un viņu darbību galvenokārt "vada" menedžeris.

Cilvēku darbības atgādina lomu atveidošanu, ar šo karjeras formulējumu, viņu atbildes uz savu priekšnieku, kolēģu, padoto anticipācijām. Šīs anticipācijas ir formāli atspoguļotas darbu aprakstos, iekšējās kārtības noteikumos un individuālajos vai kolektīvajos darba līgumos. Tajā pašā laikā organizācijas kultūra nešaubīgi iesaista galveno varoņu vai nelielu lomu tēlotāju gaidas. Šo gaidu rezultāts ir "psiholoģisko kontraktu" daudzums, kuri tiek nepārtraukti pārrunāti un slēgti no jauna (*Herriot; Pemberton, 1996*). Lomas atveidošana pakāpeniski pārņem par scenāriju, pēc kura cilvēki mēdz "spēlēt".

Metafora var iekļaut ideju par daudzveidīgām lomām. Persona atveido vienlaikus vairākus tēlus (piemēram, darbinieks, students, vecāks, draugs, asociācijas biedrs, utt.) un viņai ir jāspēlē visas iedalītās vai labprātīgi izvēlētās lomas. Ar konsultēšanu indivīdam var palīdzēt pārbaudīt un analizēt attiecības starp tēlotajām lomām.

Ekonomiskā metafora – karjera kā resurss

Pēdējos gados ir notikušas lielas pārmaiņas karjeras konceptualizēšanā. Tā vairs netiek uztverta "izdevumu" izteiksmē, bet drīzāk "ienākumu" izteiksmē. Personāla vadība ir pārtapusi par cilvēku resursu vadību, un vadītāji bieži runā par saviem darbiniekiem kā par "saviem visnozīmīgākajiem resursiem". Tas tomēr nav galvenokārt ikdienas darbs, kas reprezentē galveno resursu, bet gan visa indivīda karjera. Organizācijas rosina ideju par karjeras veidošanu, uzskatot, ka indivīdi, kuri sevi novērtē, nodos savu karjeru organizāciju pārziņā. Tās veicina darbinieku paaugstināšanu uzņēmuma ietvaros un piedāvā iespējas pilnveidei un kompetenču iegūšanai noteiktās jomās. Metaforas izvirzītā problēma ir tā, ka indivīda karjera nonāk kāda īpašumā. Kam pieder karjera, darbiniekam vai organizācijai? Metafora tālāk pieļauj karjeras īpašumtiesību izpēti konsultēšanas procesā.

Stāstījuma (*narrative*) metafora – karjera kā stāsts

Daudz, ko mēs zinām par karjerām, nāk no cilvēku "stāstiem". Turklāt mēs sniedzam informāciju par mūsu pašu karjerām no personīgajiem stāstiem. Šādu stāstu ir bezgalīgi daudz, daži ir mazāk strukturēti (mutiskie), citi ir strukturēti (CV, motivācijas vēstules utt.). Stāsti par kāda karjeru ļauj pētīt modeļus, karjeras veidošanas modalitātes un atklāt veidus, kā to turpināt.

Bieži cilvēku stāstiem par karjerām piemīt atpazīstami kultūras un sociālie elementi. Piemēram, Oslands (*Osland*) (1999, *apud Inkson, 2002*), pētot dažu kādreizējo pētījuma dalībnieku ("expats") stāstījumus par karjeru, pamanīja stāstos kopīgus elementus, kurus vienoja varonības, drosmes un individuālu ceļojumu idejas.

Stāstījuma metafora ir ļoti labi pārstāvēta medijos. Tajos bieži var iepazīties ar karjeras stāstiem, kuri pārņem modeļos, un indivīdiem, kuri kļūst par produktu vai kompānijas brendu. Metaforas gadījumā galvenā problēma ir atrast robežu starp realitāti un fikciju.

Izņemot šīs metaforu kategorijas, gadās, ka konsultēšanas laikā mēs atrodam jaunas metaforas, kuras izveidojas uz konsultēto cilvēku individuālo un kultūras pieredžu pamata (*Amundson, 2005a*). Zemāk seko daži piemēri:

| Metafora | Nozīme |
|--------------|---|
| Anomālija | Novirze vai attālināšanās no ierastā rīcības veida |
| Avantūra | Riskanta iniciatīva ar neskaidru iznākumu |
| Amatniecība | Spēju radoša izmantošana, izgatavojot produktu |
| Kaleidoskops | Maināmi modeļi/paraugi |
| Aicinājums | Iekšēja vajadzība, stiprs darbības vai vides valdzinājums |
| Izstāde | Veids, kā demonstrēt talantus |
| Vadība | Jaunu organizāciju un struktūru radīšana |
| Puzlis | Tēla daļas, kuras ir jāatveido kā kopējo tēlu veidojošie elementi |
| Kāpnes | Instrumenti uzkāpšanai |
| Zenīts | Augstākais punkts; kulminācija, labklājība vai prieks |

Konsultants un klients var pieturēties pie dažādām, dažkārt kontrastainām metaforām vai var strukturēt savus patības un pasaules konceptus ap daudzām metaforām. Tās var būt veicinātājas vai šķēršļi konsultēšanas darbā.

Metaforu izmantošana konsultēšanā iepriekš pieņem:

Metaforas/galvenās metaforas identificēšanu un karjeras pētīšanu no šī redzespunkta

Karjeru raksturojošas metaforas pauž gan klienta izjustās gaidas, gan vilšanos. Šo elementu pētīšana kļūst nozīmīga karjeras izpētes procesā. Metaforas nav tikai izteiksmes forma, bet arī domāšanas strukturēšanas veids. Tās attēlo realitāti pazīstamos terminos, ļaujot saskatīt notikumus no īpašas perspektīvas.

Tādā veidā karjeras izpētes process būs orientēts uz klientu raksturojošas metaforas izstrādi. Katru klienta ģenerētu metaforu var paplašināt uz jautājumu pamata, lai noskaidrotu metaforas dažādo komponentu nozīmi. Piemēram, cilvēkiem, kuri konceptualizē karjeru kā kāpšanu kalnā, ir svarīgi apzināties savu pašreizējo situāciju, starta punktu un galamērķi, savus līdzceļotājus, bagāžu, grūtības, kuras jāpārvar vai kuras ir vēl priekšā utt. Šo jautājumu mērķis ir izpētīt metaforu-tēlu un paplašināt to līdz citiem aspektiem, kurus var metaforiski izpaust. Piemēram, iepriekš minētajā gadījumā var pētīt arī motivācijas aspektu, kas lika personai izvēlēties šo variantu, un kāds ir personīgais gandarījums par uzkāpšanu kalnā. Turklāt var izpētīt radniecīgas metaforas, tādas kā karjera kā loma, kā attiecības.

Koncentrējoties uz metaforu, klienti piešķir formu problēmas risināšanas procesam, aktīvi iesaistoties risinājumu identificēšanā.

Perspektīvu elastības panākšanu ar jaunu karjeras metaforu ieviešanu

Metaforas pauž noteiktu redzējumu par karjeru, kura var gūt ievēriību, bet tajā pašā laikā var mazināt redzējuma komplicētību un sašaurināt izpētes procesu. Tāpēc, sākot ar daudzējādo metaforu metodi (*Morgan, 1986*), autori iesaka izmantot vairākas karjeru raksturojošas metaforas. Tādējādi konsultēšanas process aizved pie sarežģītākas un reālākas karjeras perspektīvas. Jo elastīgāks ir mūsu redzējums, jo vairāk karjeras metaforu mums būs, paverot daudzveidīgas iespējas (*Amundson, 1997*). Daudzējādo metaforu rezultātā radušās perspektīvas var būt karjeru cildinoši aspekti, tas var būt integrētas arī kāda aspekta komplicētā un reālākā tēlā.

Daudzējādo metaforu izstrādāšana ir otrā līmeņa stratēģija (sekojot sākotnējās metaforas izpētei), kura liek klientiem padomāt par veidu, kā konceptualizēt savu karjeru no citas perspektīvas (piemēram, no citu cilvēku

viedokļa, kas ļauj pētīt viņu attiecības ar citiem cilvēkiem). Konsultanti var piedāvāt metaforu sarakstu, no kura klienti atlasa sev piemēroto metaforu vai viņi var lūgt klientus piedāvāt citas metaforas.

Mērķauditorija

Pusaudži

Izmantoto metaforu izteikšana notiek ne tikai caur vārdiem, bet arī caur tēliem. Mūsu attēlojuma uztveršana caur vārdiem ne vienmēr ļauj uzreiz saprast daudzas detaļas. Alternatīvas pētīšanas modalitātes ir:

- a. zīmēšana (*Amundson, 1998*). Ar zīmēšanas palīdzību mēs izsakām abus elementus, kurus ir grūti izteikt vārdos, tādus kā metaforas emocionālais komponents un attiecības starp metaforas elementiem;
- b. fotogrāfija (*Mignot, 2000, 2004*). Uzskata, ka svarīgs instruments konsultantu lietotās metaforas identificēšanā ir viņu dzīves nozīmīgu notikumu fotografēšana.

Pusaudžu vai patstāvīgo dzīvi uzsākušo cilvēku konsultēšanā viens no vissvarīgākajiem etapiem ir viņu vērtību un principu atklāšana, kā arī tas, ko viņi sagaida no savas karjeras. Lai to izteiktu vārdos, dažos gadījumos ir nepieciešams izmantot stabilas un trafaretas metaforas. Sabiedrībā pastāv daudz vēlamo vērtību, kuras pusaudži nosauc vīpirms un kuras bieži ir tikai izteikums.

Lai daudz dziļāk izpētītu cilvēka vērtības un izredzes, var izmantot arī tēlus. Gan uzņemtās fotogrāfijas, gan objekts, uz kuru tās attiecas, ir patiesi nozīmīgu elementu metaforiska reprezentācija. Konsultēšanai, šādi pētot metaforas, ir divas priekšrocības: pirmkārt, dažas fotogrāfijas piedāvā klienta vērtību sistēmas vispārēju tēlu; otrkārt, periodiski uzņemtas fotogrāfijas garākā laika posmā parāda, kā mainās klienta reprezentācijas un kā tās kļūst par konsultēšanas procesa kontroles metodi. Metaforu ilgstoša pārbaude caur fotogrāfijām ir piemērota vidusskolēnu karjeras attīstības atbalsta projektiem.

Tādā veidā metaforas kā karjeras konsultēšanas instrumenti netiek ierobežotas līdz kādam etapam šajā procesā un netiek izmantotas, lai tikai konceptualizētu situāciju vai uzņemtu konsultēšanas plānu, bet var būt radoši izmantotas katrā etapā.

Pieaugušie

Pieaugušie dažreiz rada savas karjeras gleznainu tēlu: viņi to apraksta, pastāsta par to un analizē to, cenšoties piešķirt jēgu pagātnes notikumiem, tagadnes lēmumiem un nākotnes plāniem. Katram cilvēkam ir savas "brilles", caur kurām viņš lūkojas uz savu karjeru. "Brilles" var ierobežot spēju saskatīt karjeru kā alternatīvu, vai gluži pretēji, var piedāvāt dažādas perspektīvas.

Pieaugušie jauna darba meklējumos bieži atnāk uz konsultāciju tad, kad viņu iztēle ir bloķēta, un viņi neredz perspektīvas (*Amundson, 2005b*). Tas ir acīmredzams, kad ir apjukums, zema pašapziņa un bezpalīdzības izjūta, kas ir saistīta ar karjeras pilnveides iespējām. Šajā gadījumā konsultanta uzdevums ir paplašināt perspektīvas un pavērt jaunas iespējas. Metaforas var iesaistīt abas puses radošā nodarbē pētīt jaunas karjeras attīstības perspektīvas. Klientus var iedrošināt domāt radoši ar metaforas palīdzību, un tas radītu jaunas attieksmes un perspektīvas karjeras sakarā.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Kreativitātes stimulēšana karjeras pieejās ar metaforas metodes palīdzību

Metaforas izmantošana karjeras konsultēšanā veicina radošu pieeju karjeras attīstībai. Ar metaforas tapšanas procesa vērtēšanu var izpētīt daudzus karjeras aspektus, kas ļauj izplānot kompleksu un pilnīgu perspektīvu. Atšķirīgi vingrinājumi var veicināt/stimulēt metaforas tapšanu.

Momentuzņēmums (*Snapshot*)

Vingrinājums uzdod klientiem sīki aprakstīt karjeru raksturojošo metaforu. Tiklīdz noteikta metafora tiek identificēta, konsultējamais mudina atrast konkrētus piemērus veidam, kādā šī metafora atspoguļojas viņu dzīvē. Piemēram, kad tiek identificēta kāpnēs raksturojoša metafora, konsultants var pētīt veidu, kādā šī metafora ietekmē izredzes vai uzskatus. Klienti var lietot tādus formulējumus kā *"man soli pa solim jākāpj savā karjerā"*, kas varētu nozīmēt, ka viņi nemaz nav atvērti profesionālajām iespējām, kas neveido soli augšup. Ikdienas uzvedība var būt par piemēru ietekmei, kāda ir metaforai klientu prātos: tēls, kas implicē progresu, ejot maziem soļiem (*"kāpt lēni pa kāpnēm, lai nenokristu zemē"*) var nozīmēt, ka trūkst proaktivitātes. Cilvēki izvairās sevi izcelt, lai nav jāpiedzīvo neveiksme.

Šādas kārtības ievērošana un klienta piedāvāto momentuzņēmumu analizēšana var dot mums pieeju neracionāliem personīgiem uzskatiem, mītiem un sajūtiem šķēršļiem. Piemēram, no momentuzņēmuma perspektīvas svarīga sastāvdaļa metaforas pētīšanā ir attiecības ar citiem cilvēkiem. Šādi, ja indivīds uzskata, ka tikai vienam pienākas stāvēt uz viena un tā paša "profesionālo kāpņu" pakāpiena, viņam/viņai nebūs drosmes mēģināt sasniegt stāvokli, kuru ieņem kolēģis. Šī vingrinājuma veida izmantošana var modificēt uztveri un gaidas ar lielāku fleksibilitāti domāšanā un uzvedībā. Piemēram, sākot ar *"kāpņu"* metaforas pētīšanu, var izrādīties, ka *"kāpnēs"* klienta prātā ir no koka, drīzāk ļodzīgas un šauras. Nemaz nemainot pašu metaforu, varam nomainīt *kāpnēs* ar stabilām, ērtām, platām kāpnēm, ļaujot vairākiem cilvēkiem nostāties uz viena un tā paša pakāpiena, ar margām roku atbalstam utt.

Dinamika

Šis vingrinājums ļauj izsmeltoši pētīt metaforas no tajās ietvertu dimensiju perspektīvas. Ja trīsdimensiju tēlos mēs pētām garumu, platumu un augstumu, tad metaforas gadījumā mēs varam pētīt tādas dimensijas kā: kontinuitāti, attiecības, emocijas, nākotnes perspektīvas, optimismu, atbildību, kultūras un sociālās ietekmes, pašapziņu utt. Piemēram, metaforas apskatīšana no nepārtrauktības principa nozīmē metaforas pētīšanu pēc tā stāvokļa, kurā atrodas klients dotajā dzīves brīdī, kā arī metaforu salīdzināšanu dažādos momentos. Tādā veidā klients var saprast metaforas dinamiku un veidu, kādā tā iegūst jaunu nozīmi.

Pārējo perspektīva

Tas ir vingrinājums, kurš tiek bieži izmantots daudzos konsultēšanas un terapijas veidos. Konsultanti uzdod klientiem aprakstīt kādu tēlu vai emociju "ar otra acīm". Tas ir veids, kā panākt izpratni par mūsu subjektivitāti konkrētās situācijās un par to, ka cilvēki virza savu "otras realitātes" eksistences funkciju. Vingrinājums palīdz klientiem identificēt jaunus skatu punktus, no kuriem aplūkot to pašu metaforu, kā arī dažādādās nozīmes, kuras metafora iegūst ar katru jaunu perspektīvu. Konsultanti var palīdzēt klientiem veikt vingrinājumu, uzdodot šādus jautājumus:

"Vai jūs domājat, ka citi cilvēki varētu izmantot to pašu metaforu savas karjeras raksturošanai?"

"Kādā situācijā, pēc jūsu domām, kāds cits varētu izmantot to pašu metaforu?"

"Vai jūs domājat, ka X varētu piešķirt to pašu nozīmi jūsu metaforai?"

"Kādas līdzības un atšķirības jūs saredzat?"

"Ko jūs domājat par sava drauga perspektīvu?"

Līdzību un atšķirību atklāšana starp dažādām perspektīvām par vienu un to pašu tēmu ļauj radoši paredzēt situāciju un novērtēt tās aspektus, izvairoties no riska analizēt metaforas lineārā veidā.

Laika robežlīnija

Ieviešot laika robežlīniju personīgo karjeru aprakstošajā metaforā, tas liek konsultējamiem **raudzīties retrospektīvi un perspektīvi** visā laika robežlīnijas garumā un noteikt atbilstošu metaforu katram laika momentam, uz kuru viņi koncentrējas. Klientiem var lūgt atcerēties noteiktus viņu dzīves momentus un attiecināt karjeru raksturojošu metaforu attiecīgiem dzīves posmiem vai prognozēt nākotni un izvēlēties tai atbilstošu metaforu.

Vingrinājums var stimulēt jaunas metaforas rašanos vai jau esošās metaforas nozīmes paplašināšanu. Piemēram, "kalnā kāpšanas" gadījumā nākotnes perspektīva var radīt "cikla metaforu", tā kā kalns ir tikai daļa no kalnu grēdas, kurā jāuzkāpj.

Perspektīvas izmaiņa

Vingrinājums liek konsultējamiem aplūkot konkrētu metaforu ar citas metaforas palīdzību. Tādējādi, klientam, kurš izmanto augšanas un attīstības tēlu ietverošu metaforu, var pajautāt: "Kāda ir tavu karjeru raksturojoša metafora, ja karjeru skata kā ceļojumu?" Vingrinājums zināmā mērā ir salīdzināms ar citu cilvēku perspektīvu. Atšķirība ir tā, ka, ja noteiktā situācijā (vai pamanām pretestību) klientam ir grūtības iztēloties citas personas perspektīvu, varam viņam piedāvāt šo jauno realitātes traktējumu.

Grupas perspektīva

Cilvēki asociē noteiktu metaforu savas personīgās karjeras raksturošanai, bieži iedomājoties, ka tas ir vienīgais veids, kā konceptualizēt lietas, un uzskatot, ka visi citi tieši tāpat domā par savu karjeru.

Vingrinājums palīdz klientiem saskatīt dažādās perspektīvas, kādas var būt vienam un tam pašam fenomenam. Klientus var lūgt iztaujāt savus draugus un citus pazīstamus cilvēkus par to, kā viņi redz savu karjeru un kādos terminos/metaforās viņi to raksturotu.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

Informācijas sintēze

Metaforu izmantošanas galvenā priekšrocība karjeras konsultēšanā ir kapacitāte sintezēt informācijas komplikētu jomu relatīvi vienkāršā tēlā. Metaforas ļauj cilvēkiem integrēt elementus no dažādām sfērām: emocionālām, kognitīvām, uzvedības utt., kuras noteiktās situācijās ir nošķirtas vai saistītas starp tām nav acīmredzama. Šī tēla loma ir ne tikai aprakstīt "kas tas ir", bet arī rosināt atklāsmi par karjeru (Amundson, 1988).

Katram priekšstatam ir centrālie un fona elementi. Konsultēšanā pārstrukturēšana var ietvert akcenta pārveidi no centrāliem uz fona elementiem un katra elementa nozīmes maiņu.

Darbošanās ar tēliem

Metaforas palīdz vizualizēt situācijas. Izmantojot vienkāršus un pazīstamus tēlus, mēs labāk varam uzsākt ar karjeru saistītas darbības. Konsultēšanā diezgan bieži pūliņi tiek vērsti uz mutisku pārliecināšanu. Lai gan verbālās apmaiņas nozīmi nevar apstrīdēt, konsultēšanas jomu var paplašināt ar aktivitātēm, kurās izmanto citus zināšanu vai informācijas atbalsta līdzekļus.

Informācijas strukturēšana

Metaforas var palīdzēt strukturēt un organizēt situāciju. Apjukuma un neskaidrības gadījumā metaforas var palīdzēt sakārtot elementus un radīt saskaņu. Saikne starp realitāti un metaforu ir divkārša. Lai gan mēs parasti izmantojam metaforas, lai labāk saprastu realitāti, nav neparasti iet no realitātes uz metaforu un otrādi, tā palīdzot vienai otru veidot.

Trauksmes mazināšana

Cilvēkiem, kuri lūdz karjeras konsultāciju, bieži ir neskaidras perspektīvas, viņi ir apmulsuši, rūpju pilni, ar zemu pašapziņu un bezpalīdzības izjūtu, kas saistās ar jaunām karjeras attīstības iespējām.

Kopā ar pazīstamām situācijām metaforas ļauj mazināt sasprindzinājumu un palielināt pašefektivitātes sajūtu. Nezināmā pārvēršana pazīstamajā var individu daudz aktīvāk iesaistīt izvēļu ģenerēšanā, lai atrisinātu situāciju.

Kreativitātes attīstīšana

Metaforas uzsver līdzību starp darbību, objektu vai pieredzi, no vienas puses, un labi zināmu notikumu, no otras puses. Vairākas perspektīvas konkrētā situācijā izveido arī dažādu izpratni par iespējām. Tā viena situācija, kura tiek aplūkota no vairāk nekā vienas perspektīvas, var pavērt vairākas problēmas risināšanas alternatīvas. Daudzējādo metaforu izmantošana karjeras konsultēšanā palielina kreativitāti konkrētajā situācijā un identificē daudzveidīgas pieejas situācijas atrisināšanai.

Trūkumi:

Kļūdainas interpretācijas

Metaforas ir komunikācijas instrumenti konsultējamā saziņā ar konsultantu. Lai arī tās ir lietderīgas karjeras izpētē, metaforas dažreiz var radīt situācijas kļūdainu interpretāciju. Ir nepieciešams precizēt metaforu un izvērst to, lai salīdzinātu abu pušu valodu un gaidas. Konsultantu loma ir novērot momentus, kad metaforas nozīmes ir atšķirīgas. Šādās situācijās konsultants var atgriezties pie neskaidrajiem elementiem un akcentēt noteiktus komponentus, ja tie ir pārprasti un kļūdaini integrēti.

Radošā procesa bloķēšana

Metaforas ir mūsu kreativitātes un iztēles izpausme, un, elastīgi lietotas, tās var atvērt iespējas, radot notikumiem dažādas perspektīvas. Saistot karjeru ar vienu vienīgu metaforu vai ar tās stingri noteiktu izmantošanu, var bloķēt kreativitāti. Metaforas satur indivīda karjeras vīziju, un koncentrēšanās uz tikai vienu metaforu var ierobežot redzējuma komplicētību. Tādēļ iesaka izmantot vairākas karjeru aprakstošas metaforas, šādi konsultēšanas process novedīs pie daudz komplicētākas un reālākas indivīda karjeras perspektīvas. Iegūtie rezultāti, izmantojot daudzveidīgas metaforas var būt papildinoši karjeras aspekti vai var būt integrēti daudz sarežģītākā karjeras tēlā.

Kontroles trūkums

Metaforas ir mainīgas struktūras. Tās nav noteiktas, un tāpēc nav absolūti kontrolējamas. Nepastāv nekādi algoritmi metaforas izveidošanai. Metaforas reprezentē instrumentus konsultanta darbam. Daudz "objektīvāku" metaforu izmantošana vienlaikus var piedāvāt konsultēšanas procesā esošās dinamikas reālāku ainu.

Bibliogrāfija

- Amundson, N. E. (1997). Myths, Metaphors and Moxie: The 3M's of Career Counseling. In: *Journal of Employment Counseling*. 34, p. 78-84.
- Amundson, N. E. (1998). *Active engagement: Enhancing the career counseling process*. Richmond, British Columbia, Ergon Communications.
- Amundson, N. E. (2002). Coloring outside the lines: boundary issues for counselors. In: *Journal of employment counseling practice*.
- Amundson, N. E. (2005a). *Using Metaphors in Career Exploration and Development*. Workshop booklet.
- Amundson, N. E. (2005b). *Active Engagement and the Influence of Constructivism*. Workshop booklet.
- Arthur, M. B.; Inkson K.; Pringle, J. K. (1999). *The new careers: Individual action and economic change*. London, Sage Publications.

- Arthur, M. B.; Rousseau, D. M. (1996) (Eds). *The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era*. Oxford, Oxford University Press.
- Collin, A.; Young, R. A. (1986). New directions for theories of career. In: *Human Relations*. 9, p. 837-853.
- El-Sawad, A. (2003). „Becoming a „Lifer“? Unlocking Career through Metaphor“. In: *Business School Research Series*. Loughborough University. Loughborough.
- Gattiker, U.; Larwood, L. (1986). Subjective career success: A study of managers and support personnel. In: *Journal of Business and Psychology*. 1, p. 78-94.
- Gottfredson, L. C. (1996). *Gottfredson's theory of circumscription and compromise*. In: D. Brown; L. Brooks (Eds.). *Career choice and development* (3rd edition, p. 179-232). San Francisco: Jossey-Bass.
- Herriot, P.; Pemberton, C. (1996). Contracting careers. In: *Human Relations*. 49(6), p. 757-791.
- Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Inkson, K. (2004). Images of career: Nine key metaphors. In: *Journal of Vocational Behavior*. 65, p. 96-111.
- Inkson, K.; Amundson, N. E. (2002). Career metaphors and their application in theory and counseling practice. In: *Journal of Employment Counseling*. 39, p. 98-109.
- Krumboltz, J. D. (1993). Integrating career and personal counseling. In: *The Career Development Quarterly*. 42(2), p. 143-148.
- Levinson, D. J. (1977). The mid-life transition: A period in adult psychosocial development. In: *Psychiatry*. 40, p. 99-112.
- Mignot, Ph. (2000). Metaphor: a paradigm for practice-based research into career. In: *British Journal of Guidance and Counseling*. 28 (4), p. 515-531.
- Mignot, Ph. (2004). Metaphor and „career“. In: *Journal of Vocational Behavior*. 64, p. 455-469.
- Morgan, G. (1986). *Images of organization*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Parsons, F. (1909). *Choosing a vocation*. Boston: Houghton Mifflin.
- Peavy, R. V. (1997). *A constructive framework for career counseling*. In: T. L. Sexton; B. L. Griffen (Eds.). *Constructivist thinking in counseling practice, research, and training*. New York: Teachers College Press.
- Savickas, M. L. (2000). *Renovating the psychology of careers for the twenty-first century*. In: A. Collin; R. A. Young (Eds.). *The future of career*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Savickas, M. L. (2001). The next decade in vocational psychology. Mission and objectives. In: *Journal of Vocational Behavior*. 59, p. 284-290.
- Savickas, M. L. (2002). *Career construction: A developmental theory of vocational behavior*. In: D. Brown and Associates (Eds.). *Career choice and development*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. H. (1978). *Career dynamics: Matching individual and organizational needs*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Super, D. E. (1990). *A life-span, life-space approach to career development*. In: D. Brown; L. Brooks (Eds.). *Career choice and development: Applying contemporary theories to practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Townsend, P. (1993). Managing the older worker – don't just rinse away the gray. In: *Academy of Management Executive*. 7 (3).

Masu informācijas līdzekļi konsultēšanā

Mass-media in Counselling

Luminița TĂȘICA

Izglītības zinātņu institūts, Budapešta

Vēsture

Masu komunikācijas pirmsākumi atrodami jau Cēzara valdīšanas laikā, 59. gadā pirms mūsu ēras, kad Romā tika izdots dienas laikraksts "*Acta Diurna*", kas atspoguļoja tā laika politiskos un sabiedriskos notikumus, situāciju kara frontē, tiesiskos lēmumus par dzimstību, laulībām, mirstību.

Pieminēšanas vērts ir tas, ka 1605. gadā nāca klajā pirmā avīze "*Relation*", kuru Strasburgā izdeva Johans Karolus (*Johann Carolus*).

Mediji (media) kļūst par īstiem "masu informācijas līdzekļiem" ("*mass-media*") tikai 18. gadsimtā ar "*penny press*" izveidošanu, kas ļāva plašā mērogā lielām lasītāju masām piekļūt pie iespiedinformācijas.

Pagājušajā gadsimtā mediju attīstība tiek veicināta ar kino un radio rašanos, bet it sevišķi ar televīzijas ienākšanu 1930. gadā, kas pēdējās desmitgadēs ir iekarojusi plašu skatītāju loku.

"Pagājušā gadsimta 40.-50. gados laikrakstus apdraudēja radio. Pēc tam televīzijas parādīšanās sacēla trauksmi preses pārstāvjos aizvien vairāk un vairāk, taču visa tā rezultātā laikrakstu kvalitāte kļuva tikai labāka. Televīzijai plaši izplatoties, laikraksts "*USA Today*" sāka izmantot lielus fotoattēlus, lai mērotos ar elektroniskajiem medijiem. Mūsdienās internets izmaina paradumus. 1994. gadā uz www (www.mensa.ro) parādās pirmais tiešsaistes laikraksts."

Drīzumā šie jaunie mediji monopolizē visus sabiedriskās komunikācijas kanālus un revolucionizē post-industriālo sabiedrību, pārveidojot to par informācijas sabiedrību.

Milzīgā masu informācijas līdzekļu ietekme uz sabiedrisko telpu ir pamudinājusi daudzus nosaukt tos par "ceturto valsts varu" vai demokrātiskas sabiedrības "sargsuni".

20. gadsimta pēdējā desmitgade pieredz jaunu mediju vilni: interneta, mobilo telefonu un jaunu digitālo tehnoloģiju ietekmes palielināšanos, kas ļauj klientam-medijiem savstarpēji iedarboties.

Digitalizācija veicina mediju saplūšanu un pārveido tos par "multimedijiem", kas tiek mūsdienās uzskatīti par vismodernāko modalitāti ziņas nosūtīšanai.

Teorētiskais pamatojums

Izveidojies no divu terminu etimoloģijas (latīniski *massa* "kopēju vienību liels daudzums", *medium* – daudzsk., *media* "novadīšanas līdzeklis"), vārds **mass-media** ir "angļu valodas termins, kas attiecas uz masu komunikācijas līdzekļiem"; tas definē arī to "tehniku un pārraidīšanas līdzekļu kopumu, ar kuru palīdzību ziņu centralizētie piegādātāji raida informāciju lielām, neviendabīgām auditorijām, kas atrodas plašā ģeogrāfiskā teritorijā. No institucionālās perspektīvas skatoties, masu komunikācijas līdzekļus var uzskatīt par sabiedriskām, kultūras un ekonomiskām institūcijām" (Socioloģijas vārdnīca, 1993).

Vairāk informācijas par izvietoējuma (*collocation*) saturu var atrast, analizējot dažādās sfērās strādājošo ekspertu viedokļus.

1970. gados pedagogiem modernie masu komunikācijas līdzekļi bija "informācijas sniegšanas modernie līdzekļi (masu kultūra), kas to sniedza lielām auditorijām (cilvēku masām), pirmkārt, radio, televīzija un kino, to skaitā liela formāta iespaidmateriāli, diski, magnetofona lentes utt.", un audio-vizuālie līdzekļi bija "mācību līdzekļu komplekss, kas ietvēra gan integrētos līdzekļus, kas paredzēti vizuālam, dzirdes vai audio-vizuālajam atbalstam, gan tehnisko aprīkojumu, ar kura palīdzību integrētie līdzekļi tiek lietoti vai ražoti" (Pedagoģijas vārdnīca, 1979).

Pēc vadītāju viedokļa "masu informācijas līdzekļi ir viens no vērtīgākiem un efektīvākiem līdzekļiem informācijas sniegšanai ļaužu masām, kas mūsdienās ir ievērojami pilnveidojušies, ar sevišķo uztveres spēju un modelējošo/mobilizējošo ietekmi uz sabiedrību, neatkarīgi no viņu vecuma, profesijas vai uzskatiem" [Šrems (*Schramm*, 1982)].

Šobrīd akadēmiskajā vidē masu informācijas līdzekļi tiek lakoniski definēti kā "tehniskie līdzekļi (laikraksts, radio, televīzija, kino utt.), kuri sniedz informāciju ļaužu masām" (<http://dexonline.ro>).

Varam secināt, ka pašlaik **masu informācijas līdzekļi** ir:

- informācijas un komunikācijas veids;
- arvien augstākas kvalitātes tehnisko instrumentu un līdzekļu/atbalsta tehnoloģiju/institūciju utt. izmantošana;
- jaunāko ziņu raidīšana;
- veids kā mērķtiecīgi modelēt/mobilizēt plašu un ļoti neviendabīgu publiku (dažāda vecuma, sociālā stāvokļa, profesionālā statusa utt.), kura ģeogrāfiski atrodas plašā teritorijā (reģionāli, nacionāli, starptautiski).

Metodes prezentācija

Neviens speciālists vai praktiķis (vai jebkurš cits profesionālis) karjeras konsultēšanā nevar iedomāties savu darbu ar klientiem bez masu-, multi-, vai makro- informācijas līdzekļiem, vai tie būtu tradicionālie, digitālie vai kombinētie, kā arī tas vairs nav iespējams sabiedrībā, kura sevi dēvē par "informācijas" sabiedrību un kur informācijai/zināšanām ir būtiska nozīme.

Pastāv vairāki **kritēriji**, lai analizētu masu informācijas līdzekļus konsultēšanas pakalpojumu sniegšanā: finansiāli, laika, telpas, funkciju, mērķa/lomas, ietekmes/rezultātu un pakalpojumu saņēmēju priekšrocību. Šiem kritērijiem ir vēl divas citas atšķirības:

- rakstveida un audio-vizuālā prese;
- masu informācijas līdzekļu procesi un produkti.

Un visbeidzot pastāv **konkurences** kritērijs starp "tradicionālajiem" masu informācijas līdzekļiem (kas pieder pagājušā gadsimta vilnim) un jaunās paaudzes masu informācijas līdzekļiem (kas pieder trešajam gadu tūkstošim – jaunākajam vilnim): internets, multimediji, digitālie telefoni.

Īsumā iepazīstināsim ar tradicionālo mediju galvenajiem veidiem, kurus joprojām plaši izmanto līdztekus jaunākajiem medijiem (multimedijiem un digitālajiem informācijas līdzekļiem).

Lai gan sākumā tika skaidri nodalītas atsevišķi (drukātās) publikācijas, radio, televīzija un kino, kurus atpazīna pēc tā, kā tie secībā ienāca masu informācijas līdzekļu vēsturē, mūsdienās pastāv jauna klasifikācija, kas ievēro vēstījuma **atbalstu** (*support of the message*), tā publikācijas tiek nosauktas par rakstisko presi (papīrs kā teksta fundamentāls atbalsts) un viss pārējais tiek vispārīgi nosaukts par audio-vizuālo presi (elektroniski ierakstīts un ar radioviļņiem pārraidīts teksts).

Rakstveida prese ietver: laikrakstus, periodiskus izdevumus, žurnālus, brošūras, plakātus, informatīvas skrejlapas un dokumentālus materiālus vai pat grāmatas, kas tiek periodiski publicētas pēc pieprasījuma.

Atkarībā no izdošanas biežuma tie var būt dienas, nedēļas, mēneša, ceturkšņa vai gada izdevumi.

Atkarībā no formāta tie var būt: žurnāli (A4), standarta laikraksti (A2) vai neliela formāta laikraksti (A3).

Atkarībā no tirāžas, pastāv starptautiskā, nacionālā, reģionālā, vietējā un iekšzemes prese

Atkarībā no satura rakstveida preseī var būt vispārīgs (lielie dienas laikraksti, kuri aptver dažādas tēmas) vai specializēts (parasti tie ir nedēļas vai mēneša izdevumi) saturs, kas atkarīgs no lasītāju funkcijas (pēc dzimuma: sievietes, vīrieši; pēc vecuma: bērni, jaunieši, pieaugušie; pēc dzīves vietas: lauki, pilsēta; pēc profesijas: inženieri, automašīnu cienītāji, ārsti, skolotāji utt.) vai no satura (ekonomika, sports, kultūra, izglītība, reliģija utt.).

Audio-vizuālā prese

Rakstveida preseī domātie kritēriji šeit realizējas daļēji.

Atkarībā no pārraidīšanas zonas raidstacijas (radio vai televīzija) var būt vietējās, reģionālās, nacionālās, starptautiskās.

Atkarībā no satura raidstacijas var būt vispārīgas vai specializētas ar vietējo, reģionālo, nacionālo, starptautisko raidīšanu.

Atkarībā no lomas raidstacijām (parasti sabiedriskajām) ir kultūrizglītojošs saturs, bet komerciālās raidstacijas pārraida izklaides šovus

Finansējums iedala raidstacijas sabiedriskajās un komerciālajās.

Masu informācijas līdzekļu **varas** (ietekmes) **avoti** (*Sources of power*) meklējami informācijā, kura tiek raidīta un ir nepieciešama cilvēkiem viņu drošībai, kā arī atpūtai. Mediju ietekme ir spēcīgāka tad, kad: avota prestižs ir lielāks, avota monopols ir stiprāks vai kad ziņa, kas nāk no attiecīgā avota, atbilst pakalpojuma saņēmēju uzskatiem. Mediju ietekme ir arī atkarīga no tā, cik kulturāla ir sabiedrība, lai saprastu mediju funkcionēšanu, kā arī kāda ir pakalpojumu saņēmēju motivācija, intereses vai vērtības.

Vispār masu informācijas līdzekļu izpētē dominē divi **analīzes** veidi: (komunikācijas, vēstījuma) saturs un rezultāts (izmaiņas attieksmē un sabiedrības uzvedībā kā sekas saskarsmē ar medijiem) [Kuku (*Cucu*), 2000].

Pateicoties savai bezprecedenta izplatībai šodien medijiem ir nepieciešami "**profesionāli komunikācijas veicēji**, kuri ir specializējušies ziņu sniegšanā caur dažādiem medijiem, un komunikācijas **kontroles sistēma**, caur **institūcijām** (...)" [Komans (*Coman*), 2004].

Ieteikumi konsultantiem masu informācijas līdzekļu avotu izmantošanā

Statistiskie dati liecina, ka lielākā daļa klientu, neatkarīgi no dzimuma un vecuma, dod priekšroku radio un televīzijai, ko var izskaidrot, ja ņemam vērā asociējoši uztverošo stimulu psiholoģiskos principus informācijas uzņemšanas procesā. Šādas informācijas simultānas uztveršanas sekas veicina iegaumēšanu un mācīšanos, tomēr nevar ignorēt noteiktus, nevēlamus uztveres efektus, kas tiek novadīti caur kombinētiem (audio-video-digitāliem) kanāliem. Šādos gadījumos:

- informācija iespiežas tieši zemapziņā ar (subliminal) stimulu palīdzību;
- informācija ne vienmēr ir iepriekš pārbaudīta (vai tā ir precīza, pilnīga, aktuāla), tas konsultantiem piešķir papildus "filtra" lomu attiecībā uz saviem klientiem;
- mediju komunikācijas sniedzējiem (žurnālistiem, reportieriem, redaktoriem utt.) vajadzētu pārzināt nozari vismaz plašos apmēros vai vajadzētu būt konsultēšanas līdzstrādnieku daļai kopā ar psihologiem, ārstiem, skolotājiem, vecākiem, juristiem utt.;
- jauno paaudžu tendence nevērīgi izturēties pret rakstveida presi vai pat tradicionālo audio (vizuālo) presi (radio, sabiedriskā televīzija), dodot priekšroku elektroniskajai preseī, stimulē konsultanta lomu būt par šo mediju veidu "piekritēju" konsultēšanā. "Līdera loma vairs nepieder rakstveida preseī. Tā piedzīvo

ietekmes mazināšanos uz jaunākajām paaudzēm, kuras priekšroku dod video spēlēm, čatiem, mobilajiem telefoniem. Skolēni un studenti vairs nelasa avīzes, viņi lasa e-presi" (Prof. Dr. Otto Altendorfers, Vācijas Multimediju komunikācijas akadēmijas prezidents, televīzijas šovā 2004. gada decembrī);

- konsultanti pilda misiju neitralizēt pastāvošo tendenci "medīt informāciju", paviršība un detaļu greiza iztulkošana – jo īpaši no bērnu un pusaudžu puses – kontaktā ar elektroniskajiem medijiem;
- ciešā sadarbībā ar skolu un ģimeni konsultantiem jāuzņemas atbildība brīdināt, novērst un apkarot atkarību no video tehnoloģijām, kā pamatā ir uzmanības inertums, pasivitāte, ātra atslābināšanās, "prezētisms" (darbība, izdzīvo momentu, sensacionāls), agresivitāte, nejauša vardarbība.

Konsultantiem ir jāpalīdz klientiem tikt cauri "informācijas biezoknim" un atrast izeju multimediju džungļos. [Georgs (*Gheorghes*), 2005].

Izmantojot neapstrīdamos guvumus, ko pašlaik mediji piedāvā konsultēšanas pakalpojumu sniedzējiem, praktiķiem nevajadzētu aizmirst, ka mediji paliek "vērtīgs masu informācijas un komunikācijas avots" un ka to misija ir sniegt individualizētu, specifisku palīdzību.

Mērķauditorija

Pēc savas dabas masu informācijas līdzekļi uzrunā visas konsultēšanas pakalpojumu potenciālo pakalpojumu saņēmēju kategorijas, neskatoties uz vecumu, centieniem, sociālā un profesionālā statusa.

Iespējams, ka tā ir visplašāk pielietotā metode praktiķu vidū, un tai ir vislielākā ietekme uz sabiedrību.

Noteiktām sociālajām un profesionālajām kategorijām piederošajiem cilvēkiem un vecajiem cilvēkiem var rasties grūtības, pieņemot elektroniskos informācijas avotus.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Rakstveida prese

Mēs esam atlasījuši dažas publikācijas, kuras specializējas karjeras informācijā, konsultēšanā un karjeras attīstības atbalstā, nodarbinātībā utt., un kuras iznāk reizi nedēļā, reizi mēnesī vai reizi divos mēnešos. Lielāko to daļu finansē valsts vai Eiropas komisijas starptautiskie izglītības projekti.

Taču ir publikācijas, kuras specializējas šajā nozarē un pieder privātām izdevniecībām, kuras ir ļoti profesionālas un konkurētspējīgas. Tās acīmredzami konkurē ar dienas presi un, lai gan nav mazāk profesionālas, tās pūlas finansiāli noturēties, bieži griežoties pie sponsoriem.

Piemērojoties tirgus prasībām, dažas no tām ir izveidojušas savu mājaslapu, un tām var piekļūt *tiešsaistē*.

Rumānijas periodiskie izdevumi: *Karjera (Cariera)*, *Kapitāls, Izglītības tribīne (Tribuna Învățământului)*, *Pedagoģijas apskats (Revista de pedagogie)*, *Nākotne katram (Un viitor pentru fiecare)*, *Mans darbs, Profesijas un darba vietas (Profesii și locuri de muncă)*, *darbs ārzemēs (Munca în străinătate)*, *Psiholoģija šodien (Psihologia azi)*, *Skolas pasaule (Universul școlii)*, *Eksāmeni (Examene)*, *Ekonomikas Vēstnesis (Mesagerul economic)*, *Ekonomikas apskats (Revista economică)*, *Finanšu avīze (Ziarul financiar)*, *Biznesa žurnāls*.

Vietējie periodiskie izdevumi: Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centra (Budapešta, Botosani, Doli, Gori, Deva, Mehedinti utt.) vai Nodarbinātības aģentūru biļeteni un žurnāli.

Sludinājumi un reklāmas prese arī sniedz informāciju par profesijām: *Reklāma (Anunțul publicitar)*, *Reklāma no A līdz Z (Anunțul de la A la Z)*, *Telefonreklāma (Anunțul telephonic, www.anuntul.ro)* utt. un lielākā lielo laikrakstu daļa ievieto darba sludinājumus.

Elektroniskā prese

Daudz vairāk ir tiešsaistes publikāciju, kuras ir domātas tikai tiem klientiem, kas labi pārzina internetu: www.hotnews.ro, www.codecs.ro, www.cariereonline.ro, www.academiaonline.ro, www.comunicatedepresa.ro, www.recrutareonline.ro, www.markmedia.ro utt.

Radio pārraides

Pārraižu laikā radio piedāvā plašu informācijas klāstu un vēl pat konsultēšanas pakalpojumus par vispārīgām vai specializētām tēmām, kuras raida vakara stundās, klausītājiem visizdevīgākajā laikā, agri no rīta, vai arī vēl vakarā.:

- *Rumānija ziņo (România la raport)* – MixFM
- *Konsultants ēterā (Consilier la rampă)* – Rumānijas jaunatnes raidstacija (*România Tineret*)
- *Nesekmība skolā (Eșecul școlar)* – Budapeštas raidstacija Antenas (*Antena Bucureștilor*)
- *Gudrības zobs (Măseaua de minte)* – Rumānijas jaunatnes raidstacija (*România Tineret*)

Televīzijas pārraides (shows)

- *Darba aģentūra (Agenția de plasare)* – TVR1
- *Gadījuma darbi* – TVR1
- *Labākais darbs (Meseria – vedetă)* – TVR1
- *Cilvēki mūs mīl (Oameni ca noi)* – TVR1
- *Apvārsnis 2007 (Orizonturi 2007)* – TVR1
- *Tava laika slavenības (Celebritățile timpului tău)* – TVR1
- *Kopā Eiropā (Împreună în Europa)* – TVR2
- *Vecāku skola (Școala părinților)* – TVR2
- *9595 – Māca tev, ko darīt (9595 – Te învață ce să faci)* – Antena 1
- *Eiropas apvāršņi (Orizonturi europene)* – Prima TV
- *Birža – Darba tirgus (Burse – Piața muncii)* – FluxTV
- *Izvēlies savu karjeru (Alege-ți o carieră)* – Senso
- *Karjera – Uz kurieni? (Cariera – Încotro?)* – Tele7ABC

Mediju produkti, kuri tiek realizēti ar Pasaules bankas starptautiski finansētu projektu, Eiropas Komisijas un/vai Rumānijas valdības palīdzību:

a. Profesiju apraksti

Tika sīki izstrādāti un iespiesti (veidojot 4 sējumu krājumu) 450 profesiju apraksti, un izdalīti Apgabala/Vietējām Nodarbinātības aģentūrām (227), Apgabala Psiholoģiski-pedagoģiskajiem palīdzības centriem/birojiem (500), kā arī Jaunatnes un sporta centriem (47).

b. Plakāti

Tika izveidoti un izdalīti 16 plakāti par šādām tēmām:

- karjeras plānošana, būtiski svarīga mainīgās sabiedrības apstākļos;
- mūžizglītība, 1990. gadu veiksmes priekšnosacījums karjeras veidošanā;
- privātuzņēmējs;

- karjeras attīstības atbalsts, nepārtraukts process;
- karjera: veiksmē vai plānošana;
- karjer-ama (Career-ama): profesiju skatlogs;
- spējas + ledvesma = Profesija;
- informē sevi par karjeru;
- Rumānijas sākotnējās un mūža izglītības sistēmas struktūra;
- izvēlies sev karjeru, kas raksturīga trešajam gadu tūkstošim un iestāšanās Eiropas Savienībā;
- Maslova piramīda – vajadzību piramīda;
- izvēlies karjeras ceļu ar konsultanta palīdzību;
- karjera, tilts uz nākotni;
- pozitīva paštēla veidošana;
- izvēle: semafora, kas norāda ceļu uz nākotni;
- karjeras attīstības plāns: Egana modelis;

c. Karjeras laikraksts

1997. – 2003. gada laikā iznāca laikraksta *“Un viitor pentru fiecare – Nākotne ikvienam”* 10 numuri, kurus pavairoja (1 200 000 kopijas) un izplatīja visā Rumānijā. Tika iekļauti šādi temati:

- pasaules tendences darbaspēka tirgū;
- esošā situācija un Rumānijas darbaspēka tendences;
- profesiju dinamika;
- mācīšanās, karjeras attīstības atbalsts, profesiju izmaiņas;
- īstermiņa un vidēja termiņa stratēģijas attiecībā uz darbaspēka pielāgošanās spēju pārejas perioda sabiedrības prasībām;
- profesiju apraksti;
- novērtēšanas un pašvērtēšanas instrumenti;
- darba tirgus tiesiskā struktūra;
- IT karjeras konsultēšanā;
- karjeras plānošana – process mūža garumā.

d. Video kasetes

Tika izstrādātas 10 videokasetes par šādām tēmām:

- Kā uzvesties intervijas laikā;
- Darba meklēšanas stratēģijas;
- Nākotnes karjeras iespējas;
- Kā es kļuvu par privātuzņēmēju;
- Darba saglabāšana – pozitīvas attieksmes veidošana;
- Kā reaģēt uz darba pasaules izmaiņām;
- Tradicionālie Rumānijas arodi;
- Profesiju aprakstu kaleidoskops (3 sējumi), sagrupēti pēc darba nozarēm;
- Karjera bez stresa;
- Konsultēšana darba jautājumos – alternatīvas veiksmīgai karjerai.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- komunicē un nodod informāciju plašām klientu masām reālā laikā;
- piesaista uzmanību un nodod vēstījumus neviendabīgai un ģeogrāfiski plaši izvietotai auditorijai;
- veicina vārda brīvību;
- pārrauga sociālo vidi ar kritisku problēmu analīzes palīdzību;
- informē, līdz ar to vairojot individuālās un sociālās zināšanas;
- atklāj un interpretē sabiedriskos notikumus;
- reklamē tirgus ekonomikas vērtības (profesionālās kompetences, darba mīlestību), maina mentalitāti atbalstu saņēmējiem, rosinot viņu personisko iniciatīvu;
- socializē (uztur normas, vērtības un pilsoniskās pozīcijas);
- audzina būt solidāriem un atbildīgiem;
- atslābina, izklaidē, uzjautrina, iepriecina (piedāvā izklaidi kā patēriņa preci);
- ģenerē kultūru, iemūžina vēsturiski svarīgus notikumus;
- stiprina ekonomisko attīstību vispār un orientē patēriņu;
- izglīto, māca, veido priekšstatus par pasauli, izklāsta nostādnes, izkopj spējas, veido uzvedību, sniedz karjeras attīstības atbalstu, veicina profesionālismu, konsultē.

Trūkumi:

Mūsdienās vienprātīgi atzīst, ka mediju pārmērīga attīstība un to pārvēršana par patēriņa preci super-industrijai/super-ražošanai izraisa negatīvas sekas, kas ir raksturīgas uzplaukuma periodam, kam seko lejupeja/pagrimums:

- Nepārtraukta (*non-stop*) audio/video kanālu raidīšana izraisa nogurumu, garīgu nestabilitāti, satraukumu, agresivitāti, atkarību;
- Auditorijai pārraidītā informācija ir acīmredzot bezmaksas vai tai ir minimāla maksa, bet rediģēšanas/publicēšanas izmaksas (rakstveida prese) vai ražošanas izmaksas (audio-vizuālai prese) ir ievērojami augstākas, pateicoties tehnoloģijas attīstībai un konkurencei.

Šī iemesla dēļ, lai "segtu lielas ražošanas izmaksas, daudzas raidstacijas ir lielo raidstaciju tīklu vai centrālo raidstaciju filiāles un pārņem dažas no to programmām" [Komans (*Coman*), 2004]:

- noteiktu tematu pārņemšana no citiem ziņu kanāliem rada mediju atdarināšanu un sniega bumbas efektu;
- rada stereotipus viedokļos un nostādnēs, vienkāršo vērtējumus un spriedumus, izraisa nesaprašanos starp sabiedrības locekļiem (dažreiz paniku/masu psihozi);
- diktē vēlmes un valdzina ar grandiozu reklāmu;
- dzīšanās pēc sensacionālā un šokējošā ir noteicošais apstāklis ziņu atlasē, un tas izraisa "realitātes izkropļotu tēlu un antisociālu uzvedību: vardarbību, rasismu, aizspriedumus" (*Stavre*, 2004).

Bibliogrāfija

- Coman, C. (2004). *Relațiile publice și mass-media*. București, Polirom.
- Coman, M. (2003). *Mass media in România post-comunistă*. București, Polirom.
- Cucu, G. (2000). *Educația și mass-media*. București, Editura Licorna.
- Dicționar de sociologie* (1993). L. Vlăsceanu; C. Zamfir (coord.). București, Editura Babel.
- Dicționar enciclopedic ilustrat* (1999). N. Guțanu (coord.). Chișinău, Editura Cartier.
- Dicționarul Explicativ al Limbii Române* (1984). Editura Academiei.
- Educația informală și mass-media* (2005). Gh. Bunescu; E. Negreanu (coord.). București, Cartea Universitară.
- Gheorghe, Gh. (2005). *Efectele televiziunii asupra minții umane*. București. Editura Evanghelistos. Fundația Tradiția Românească.
- Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
- Joița, E. (2000). *Management educațional*. București, Editura Polirom.
- Legendre, R. (1996). *Dictionnaire actuel de l'éducation. (2e édition)*. Paris, ESKA & Guerin.
- Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare* (1997). M. Coman (coord.). București. Polirom.
- Schramm, W. (1982). *Noile mass-media. Un studiu in sprijinul planificării educației*. București, EDP.
- Stavre, I. (2004). *Reconstrucția societății românești prin audiovizual*. București, Nemira.

<http://dexonline.ro>

<http://portal.edu.ro>

www.comunic.ro/article.php

www.comunic.ro/article.php/Mesageria_multimedia

www.comunic.ro/category.php/New_Media/9/

www.educativ.info/fact3.html

www.mediacontent.ro/counselling.htm

www.smartfinancial.ro/smart/Mass+Media/Mass-media+economica+element+in+educatie

Problēmu risināšana

Problem Solving

Domnica PETROVAI, Bogdana BURSUC

“Ekspertu” centrs

Psiholoģisko konsultāciju un profesionālās attīstības atbalsta centrs,
Babeş-Bolyai of Cluj-Napoca Universitāte

Vēsture

Problēmu risināšanas kā konsultēšanas metodes attīstība balstās uz pētījumu, kas veikts ar slimniekiem un veseliem cilvēkiem, un uz teorētiskajiem modeļiem (Nezu; Nezu, 1989; O'Donohue; Krasner, 1995, *apud Mueser*, 1998). Stress – ievainojamība – spēja *tikt galā* (*Coping Abilities*) modelis (Zubin; Sping, 1977, *apud idem*) un sociālo prasmju modelis (Bellack; Mueser; Gingerich; Agresta, 1997, *apud idem*) veicina problēmu risināšanas kā prasmju attīstības metodes izmantošanu, kas nodrošina adaptāciju un personīgo mērķu sasniegšanu.

Pirms 1970. gada adaptīvās funkcionālās prasmes, tādas kā sociālās un emocionālās, tika konceptualizētas stingros uzvedības terminos: acu kontakts, balss tonis un komunikācijas saturs. 80. gadu beigās pētījums parādīja kognitīvo prasmju lomu adaptīvā psiho-sociālā funkcionēšanā un adaptīvās uzvedības īstenošanā (O'Donohue; Krasner, 1995, *apud idem*). Piemēram, adekvātas sociālās uzvedības īstenošana ir atkarīga no tādām kognitīvām spējām kā:

- **būtisku sociālo parametru uztvere:** sociālās situācijas sabiedriskais vai personīgais raksturs, citu cilvēku emocionālā reaģēšana;
- **būtiskas sociālās informācijas skaidrojums vai interpretācija** (*piem., citi mani aizvairo*) un mērķu formulēšana sociālai saskarsmei (*man sevi jāaizstāv*);
- **alternatīvas uzvedības modeļa noteikšana**, lai sasniegtu mērķus (*piem., es viņu aizvairošu, es viņu pagrūdišu, es viņai/am piedraudēšu, es no viņa/as izvairīšos*);
- katras uzvedības modeļa alternatīvas, optimālas lēmuma pieņemšanas **īstenošanas priekšrocību un trūkumu novērtēšana**.

Šīs kognitīvās spējas ieslēdzas automātiski, bez apzinātas kontroles, un tām ir galvenā loma adaptīvajā psiho-sociālajā funkcionēšanā. Tāpēc uzvedības prasmju apgūšana vien nenodrošina šo prasmju izmantošanu. Tāpat uzvedības prasmju attīstībai, lai atrisinātu skolēnu ikdienas emocionālās vai uzvedības problēmas, ir jābūt saistītai ar attiecīgo kognitīvo spēju attīstību. Skolēnu adaptīvai psiho-sociālai darbībai nepieciešamās kognitīvās spējas tiek apvienotas ar problēmu risināšanas prasmēm.

Problēmu risināšana kā konsultēšanas metode akcentē kognitīvo spēju attīstību, lai jaunās situācijās piemērotu apgūto adaptīvo uzvedību (Lieberman and al., 1989, *apud Mueser*, 1998). Tādā veidā skolēni spēs sistemātiski pielietot problēmu risināšanu, lai pārvarētu grūtības, ar kurām viņi saskaras personīgajā vai skolas dzīvē.

Teorētiskais pamatojums

Pēdējās desmitgadēs problēmu risināšana ir kļuvusi par konsultēšanas metodi, kuru lieto gan pieaugušiem, gan bērniem. Lietojot šo metodi konsultēšanā, sākotnējais mērķis bija attīstīt spējas, kas nepieciešamas skolēnu sociālo vai emocionālo problēmu novēršanā vai to intervencē (Davis; Bucher, 1985, *apud idem*). Mūsdienās problēmu risināšana vairs neaprobežojas ar klīniskiem aspektiem (piemēram, bērnu emocionālie un uzvedī-

bas traucējumi), bet tiek lietota plašākā kontekstā, kā visu skolēnu izglītības problēmu risināšana vai karjeras konsultēšana.

No problēmu risināšanas perspektīvas, konsultēšana ir **problēmu risināšanas iemaņu apguves process**. Konsultēšana ir paredzēta gan skolēnam vai skolēnu grupai, gan arī skolotājiem un vecākiem. Konsultanta loma ir piedalīties skolā pastāvošo problēmu risināšanas procesā: skolu pametušie vai nesekmīgie skolēni, motivācijas trūkums, stundu kavēšana, disciplīnas trūkums utt. (sk. 1. tabulu). Problēmu risināšana ir konsultēšanas metode, kuru pielieto šādos kontekstos:

- **karjeras konsultēšana:** lēmumu pieņemšana un problēmu risināšana ir būtiskas spējas karjeras plānošanā;
- **konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts:** problēmu risināšana ir viena no galvenajām spējām, kas ir ietverta konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta mācību programmu saturā;
- skolēnu un vecāku **psiholoģiski-pedagoģiskā konsultēšana** par emocionālām un/vai uzvedības problēmām: problēmas noteikšana un skolā vai mājās pastāvošo skolēnu problēmu risināšanas alternatīvu identificēšana.

Bērniem vai pusaudžiem domātas **psiholoģiski izglītojošas programmas:** skolu konsultantu izstrādātās programmas bieži ietver skolēnu spējas, kas tiek skatītas kā faktori, kas paaugstina dzīves kvalitāti un arī panāk uzvedības vai emocionālo problēmu biežuma samazināšanos.

Problēmu risināšana tiek definēta kā spēja konstatēt problēmas, noformulēt mērķus un pielietot stratēģijas, lai samazinātu problemātiskās situācijas smagumu vai sasniegtu un pilnveidotu nospraustos mērķus. Konsultanta pienākums ir iemācīt skolēniem operatīvi definēt savas problēmas, noteikt daudzējādo risinājumu modalitātes un izmantot alternatīvas, kas analīzes rezultātā tiek uzskatītas par visdzīvotspējīgākajām. Skolēni skolotāji vai vecāki mācās uzņemties atbildību par savām problēmām un grūtībām un tās risināt. Bieži skolotāji, vecāki vai skolēni uztver konsultantu kā personu, kas atrisinās viņu problēmas. Konsultēšana nozīmē noteiktu spēju attīstīšanu, lai palīdzētu klientiem pašiem veiksmīgi risināt savas problēmas.

Metodes prezentācija

Problēmu risināšana konsultēšanā ietver kognitīvo spēju attīstību noteiktā soļu secībā (*D'Zurilla; Goldfried, 1971, apud idem*).

Šo soļu mērķis ir ņemt vērā tik daudz risinājumu, cik vien iespējams, un noteikt, kas jādara, lai īstenotu risinājumu. Turpretim uzvedības prasmju attīstības mērķis ir apgūt noteiktus komponentus, problēmu risināšanas uzdevums ir apgūt veidus, kā sistemātiski un racionāli pieiet problēmas risināšanai un sasniegt mērķus. Pirmie problēmas risināšanas teorētiskie modeļi balstās uz operatīvās mācīšanās principiem, pēc Skinnera (*Skinner, 1938*) un Beka (*Beck, 1976*) kognitīvas, teorijas. Problēmas risināšanas posmi ir:

1. tabula

| |
|--|
| 1. Problēmas noteikšana <ul style="list-style-type: none">■ Dažādu viedokļu vai perspektīvu par problēmas būtību noskaidrošana■ Problēmas un mērķa noteikšana īpašos, uzvedības, operatīvos terminos■ Ja problēma ir kopīga vairākām personām, jāpārlicinās, ka visi piekrīt jaunajai definīcijai |
| 2. Alternatīvu problēmas risinājumu ģenerēšana <ul style="list-style-type: none">■ Pēc iespējas vairāku risinājumu ģenerēšana (bez novērtējuma) ar prāta vētras palīdzību■ Svarīgs ir radošums/kreativitāte; jebkurš risinājums, lai arī cik neparasts, tiek akceptēts |
| 3. Risinājumu novērtēšana <ul style="list-style-type: none">■ Katra risinājuma priekšrocību un trūkumu novērtēšana■ Katra risinājuma sistemātiska izvērtēšana■ Izvairīšanās izšķirties par vislabāko risinājumu, pirms visi pārējie risinājumi nav izvērtēti |

| |
|--|
| <p>4. Labāko risinājumu izlase</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Šķietami visefektīvāko risinājumu atlase ■ Risinājuma īstenošanas grūtību izvērtēšana ■ Vairāku risinājumu izvēle, ja tie ir viegli apvienojami |
| <p>5. Risinājuma/risinājumu īstenošanas plānošana</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Īstenošanai nepieciešamo resursu noteikšana: laiks, nauda, spējas, informācija u.c. ■ Īstenošanā iespējamo šķēršļu paredzēšana ■ Īstenošanas kalendāra izstrāde ■ Uzdevumu uzdošana cilvēkiem (ja vairāki cilvēki ir iesaistīti) |
| <p>6. Problēmu risināšanas plāna novērtēšana un pārstrāde pēc īstenošanas</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Izpildes pārbaudes plānošana, lai novērtētu efektivitāti ■ Problēmu risināšanas plāna pārstrāde, ja nav sasniegti vēlami rezultāti ■ Visu problēmu risināšanas darbību izmantošana, pat ja problēma nav pilnīgi atrisināta |

Pirms metodes pielietošanas konsultantam jānovērtē un jāattīsta skolēna attieksme pret pastāvošo problēmu, lai varētu palīdzēt problēmas risināšanā. Jāpanāk, ka skolēns redz problēmu kā *šķērslī, kas ir jāpārvar* ar dažādu spēju un zināšanu izpēti un izmantošanu. Šo problēmas-orientētās attieksmes attīstīšanu var pilnveidot, piedāvājot iepazīties ar identificēto problēmu piemēriem, to risinājumiem un rīcības soļiem risinājuma īstenošanā. Attieksmes ilgtermiņa nostiprināšana un pastāvība tiek panākta ar to, ka skolēniem palīdz noteikt problēmas, praktizēt iemaņas personīgo problēmu risināšanā, un ka skolēni gūst pieredzi, vērojot problēmu veiksmīgu atrisinājumu.

Adaptāciju traucējošo, negatīvo uzskatu izmaiņa ir pirmais solis pretī problēmas identificēšanai. Piemēram, pastāv šāda veida attieksmes: *"ja tev ir nepatīkšanas, tu esi vājš; apsviedīgiem cilvēkiem nav problēmu; man nav nekādu izredžu atrisināt savas lielās problēmas vai nevienam nav problēmu, izņemot mani."* Problēmai, kuru uztver kā attīstības un pārmaiņu iespēju, ir lielākas izredzes tikt atrisinātai, nekā problēmai, kuru uztver kā personīgo neveiksmi vai vārīguma pazīmi. Lai attīstītu veselīgu uzskatu kopu, skolēniem, piemēram, lūdz komentēt un apspriest zemāk minētos izteikumus vai uzskaitīt pēc iespējas vairāk nostādņu/ticējumu par problēmām:

"Visiem ir problēmas."

"Problēma ir pārbaude, kam seko izmaiņas un attīstība."

"Problēmas slēpšana vai noliegšana ir vājuma pazīme."

Problēmas risināšana sākas ar risināmās situācijas un skolēnu personīgo mērķu identificēšanu. **Problēmas noteikšana** ir būtiska, lai rastu alternatīvas un to veiksmīgi atrisinātu. Tāpēc problēma ir detalizēti jāapsprīž. Ir ieteicams izmantot jautājumus, kuri veicina problēmas izpēti un tās pareizu definēšanu.

Kāpēc veidā tā patiesi ir problēma?

Kam šī situācija ir problēma?

Kas notiktu, ja problēmas nebūtu?

Vai ir kas tāds, kas var problēmu padarīt vēl smagāku?

Ja definēšanas stadijā izrādās, ka ir iesaistīti vairāki cilvēki (skolotāji, klases biedri, ģimenes locekļi), ir nepieciešams saskaņot viņu viedokļus. Kad problēmas būtības mērķi (piem., ar karjeru saistīti, emocionāli, starppersonu, finansiāli) ir konstatēti, skolēniem tie ir jādefinē uzvedības terminos. Jo konkrētāk tie definēti un labāk izcelti, jo lielākas izredzes atrisināt problēmu. Piemēram, izteicieni *"Mani klases biedri ir uz mani dusmīgi"* vai *"Es nezinu, kādā vidusskolā iestāties"* ir tik neskaidri definēti, ka tajos nevar noteikt nekādus ticamus risinājumus. Problēmas specifiska definīcija (piem., *"Es nezinu, kādās vidusskolās es varētu padziļināti mācīties vēsturi"*), veicina risinājuma ģenerēšanu. Ir ieteicams lielas, sarežģītas, nenoteiktas problēmas sadalīt mazākās problēmās vai uzdevumos, katram no tiem kļūstot par mērķi problēmas risināšanai.

Kad problēma ir definēta vai ir noteikts tās uzdevums, nākošā stadija ir **ģenerēt tik daudz risinājumu, cik iespējams**, lai atrisinātu problēmu vai sasniegtu mērķi. Skolēnus iedrošina būt radošiem, nevis vērtēt vai kritizēt prātā ienākušās idejas un risinājumus. Visi risinājumi sākotnēji tiek akceptēti, tā kā ir pieņemts, ka neadekvātas vai galīgi neatbilstošas idejas var novest pie jaunu vai neparastu risinājumu identificēšanas. Skolēniem, kuriem

ir tieksme būt ļoti paškritiskiem, ir vajadzīga turpmāka prakse risinājumu ģenerēšanā, lai jau no paša sākuma viņi netiktu izslēgti no grupas. Šīs situācijas var radīt konsultantam iespēju pietuvoties skolēnu (pārmērīgi) paškritiskajai domāšanai un uzdot viņiem mājas darbu, kas paaugstinās paštēla un pašefektivitātes (*self-effectiveness*) izjūtu.

Kad alternatīvo risinājumu saraksts ir sastādīts, katrs risinājums daļēji ir problēmas risināšanas efektivitātes izvērtēta funkcija. Šis novērtējums var būt standartizēts ar katras alternatīvas **priekšrocību un trūkumu** sistemātisku analīzi. Pēc novērtēšanas tiek izraudzīts vislabākais risinājums vai risinājumu kombinācija. Paretam gadās, ka vislabākais risinājums kļūst skaidrs uzreiz pēc priekšrocību un trūkumu analīzes. Citreiz neviens risinājums nešķiet labāks par pārējiem. Piemēram, vairāki risinājumi izrādās vienādi efektīvi, un situācijās, kurās iesaistās vairāk nekā viena persona, domstarpības var rasties neatkarīgi no vislabākā risinājuma. Šādos gadījumos vislabākā alternatīva izrādās vairāku risinājumu kombinācijas, jau apspriesto risinājumu jaunu variantu izstrādāšana vai vairāku alternatīvu izvēle un pārbaudes protokola sagatavošana.

Problēmu risinājumus nevar tomēr uzskatīt par efektīviem, kamēr tie nav **īstenoti**. Turklāt daždažādi šķēršļi var traucēt īstenošanas procesu un padarīt to neefektīvu. Tātad risinājuma īstenošanas plānošana ir būtiska problēmas sekmīgai atrisināšanai. Īstenošanas plāna izstrādē iesaka ņemt vērā vairākus faktoros:

1. ja problēmas risināšanā ir iesaistīta vairāk nekā viena persona, ir jāapspriežas un jāizšķiras par veicamajiem uzdevumiem;
2. jānosaka un jāizvērtē nepieciešamie īstenošanas resursi (piemēram, nauda, informācija, spējas);
3. jāidentificē iespējamie šķēršļi īstenošanas gaitā un jāizstrādā plāns to novēršanai;
4. jānosaka laika periods katrai darbībai, kas nepieciešama risinājuma īstenošanai, kā arī izpildīšanas faktiskais brīdis;
5. lai nodrošinātu problēmas risināšanas efektivitāti, ir lietderīgi noskaidrot esošās stadijas vērtēšanas periodus vai progresu mērķa sasniegšanā.

Ja problēma tiek veiksmīgi atrisināta, var ķerties klāt nākamajai. Ja problēma nav atrisināta un joprojām pastāv, konsultantam ir jāpalīdz skolēnam izanalizēt problēmas risināšanas plānu un noteikt kļūdas iepriekšējā plāna saturā. Šim nolūkam iesaka izskatīt plānu no otra gala, līdz identificē neatbilstošo secību. Vienlaikus izveido plāna pareizu secību un izdara citus nepieciešamos grozījumus.

Pirmais solis risināmā plāna analīzē ir tā īstenošanas verifikācija. Plāns var būt pareizs, atbilstošs problēmas atrisināšanai, bet īstenošana var izrādīties nepiemērota. Ja šī hipotēze netiek pārbaudīta, tas nozīmē, ka plāna secība ir jāmaina, lai būtu iespējama izvēlēta risinājuma pielietošana.

Ja plāns nav pienācīgi īstenots un ir neprecīzs, tas nozīmē, ka izraudzītais risinājums nav efektīvs, un tātad ir jāatgriežas pie risinājuma identificēšanas brīža un jāmēģina atrisināt problēmu savādāk. Gadījumā, ja tiek izraudzīts jauns risinājums, ir nepieciešams izstrādāt jaunu īstenošanas plānu. Ja neviens no sākotnēji rasta-jiem risinājumiem nedarbojas, jāmeklē jauni risinājumi un tie jāīsteno.

Ja visi identificētie dzīvotspējīgie risinājumi ir izmēģināti, pareizi īstenoti, un problēma vēl joprojām nav atrisināta, ieteicams problēmu definēt no jauna. Jaunā definīcija iezīmē jaunu problēmu ar lielāku ticamību, ka to atrisinās attiecīgajā kontekstā (iesaistītie cilvēki, individuālās spējas, laiks un telpa).

Mērķauditorija

Metodes mērķis ir aptvert visas informācijas, konsultēšanas un karjeras atbalsta pakalpojumu klientu grupas: skolēnus, visdažādāko izglītības un mācību programmu jaunus beidzējus, pieaugušos.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Kā jau iepriekš minēts, problēmu risināšanu skolu konsultanti var izmantot daudzās skolas aktivitātēs, gan ar skolēniem, gan ar skolotājiem un vecākiem. Tālāk tiks prezentēta virkne šīs metodes pielietojumu individuālajā

un grupas konsultēšanā, un tiks piedāvāti daži šīs metodes izstrādāto psiholoģiski izglītojošo programmu svarīgi piemēri.

Problēmas risināšana konsultēšanā

Problēmu risināšana ir efektīva metode, izmantojama skolotāju, skolēnu un vecāku ikdienas aktivitātēs. Konsultāciju birojā vai konsultāciju un karjeras atbalsta nodarbību laikā skolēni un skolotāji bieži izsaka neskaidri noformulētas problēmas, pārāk vispārīgas, un lūdz konsultantu palīdzēt rast risinājumu. Piemēram, skolēni var ziņot par tādām problēmām kā: *"Es nesaprotos ar saviem vecākiem. Es nezinu, ko darīt pēc skolas beigšanas. Es gribu brīvāk sazināties ar saviem draugiem un klases biedriem."* Vecāki var nākt ar tādām problēmām kā: *"Mans bērns ir nepaklausīgs un palaidnīgs. Mans bērns maz mācās."* Skolotāji, savukārt, lūdz risinājumu citām problēmām: *"Skolēnus interesē tikai nauda, un skola tos nemaz neuztrauc. Viņi vairs nemācās. Skolēni stundās ir nedisciplinēti."* Šādām nenoteiktām problēmām nav risinājumu. Pirmais solis ir palīdzēt skolēniem, skolotājiem vai vecākiem definēt "problēmu" ar uzskatāma uzvedības piemēra palīdzību, lai kopā noteiktu dzīvotspējīgu risinājumu.

Lai sniegtu piemēru par to, kā var izmantot problēmas risināšanu skolas konsultanta darbā, mēs piedāvājam situācijas analīzi (Littrel, 2001). Pētījums atklāja veidu, kādā konsultants integrēja problēmas risināšanu kā metodi skolas problēmu risināšanā. Situācijas analīze parāda veidu, kā konsultants formulē problēmu izmērojamās un variējamās terminos, sākot ar globālu, neskaidri definētu problēmu, un pārvēršot to par operatīvu problēmu ar dzīvotspējīgām risinājuma alternatīvām. Programma ilga divus gadus, un tās mērķis bija novērtēt metodes lietderību un pielietojamību skolas konsultanta darbā. Mēs prezentējam metodes izmantošanu pa atsevišķiem problēmas risināšanas posmiem.

Problēmas definēšana. Konsultants uzsāka savu darbu mazā pilsētā, skolas apkaimē, kur pastāv daudzas sociālās un ekonomiskās problēmas. Sākotnējās problēmas tiek aprakstītas šādi:

"Tas viss bija ļoti grūti,... Es domāju skolu, skolēnus, skolotājus. Katru mēnesi tur notika vismaz 30 nopietni kauktiņi. Skolēni nejutās drošībā, skolotāji zaudēja drosmi. Pirmajās dienās skolotāji atsūtīja vismaz 30 skolēnus uz manu biroju. Nevienam skolēnam neatnāca konsultēties labprātīgi."

Konsultants nosauca sākotnējo problēmas stadiju par "haosu". Analizējot un operacionalizējot problēmu, tika noteiktas šādas raksturīgas problēmas:

Problēma Nr. 1: skolotāji bija satriekti, un viņiem neizdevās tikt galā ar skolēnu skandalozo uzvedību stundu laikā.

Problēma Nr. 2: skolēni bija pārāk nepieredzējuši problēmu risināšanā un konflikta vadības pārzināšanā, tāpēc gandrīz visas problēmas tika atrisinātas vardarbīgi. Skolēni uzskatīja, ka vardarbība ir viens no visefektīvākajiem līdzekļiem konflikta risināšanā.

Problēma Nr. 3: skolēni izrādīja ļoti maz cieņas pret citiem (citiem skolēniem, skolotājiem, vecākiem) un skolu.

Risinājuma alternatīvu izpēte. Problēmas Nr. 1 analīze identificēja faktu, ka skolotājiem trūkst klases vadības iemaņu, kā arī zināšanu par disciplīnas un uzvedības vadību. Saskaņoties ar nedisciplinētību, skolotāji bieži pacēla balsi, lai risinātu problēmu, vai lietoja citas soda metodes. Rezultāti bija acīmredzami: vēl vairāk nedisciplinētības. Skolēnu uzvedība nemainījās tā, kā to vēlējās skolotāji. Otra izmantotā metode bija aizsūtīt klases vecāko pie direktora vai uz konsultanta biroju, lai atrisinātu viņa vai viņas "ar disciplīnu saistītās problēmas". Skolotāji bija pārliecināti, ka skolēniem ir "garīgs" traucējums, kurš konsultantam ir "jāizlabo".

Problēmas Nr. 2 analīze atklāja, ka skolēni lietoja vardarbību un agresivitāti kā vienu no visizplatītākajām metodēm savstarpējo strīdu, un paretam strīdu ar skolotājiem, izšķiršanā.

Problēma Nr.3, kā reakcija uz "necienīgu uzvedību", skolotāja iejaukšanās bija *"Es jums simtām reižu esmu atkārtojis – izbeigt!"* vai *"Es cenšos jums palīdzēt."* No teiktā skolēni saprata tikai to, ka par viņu uzvedību ir atbildīgi pieaugušie un nevis viņi paši.

Mērķu formulēšana. Konsultants piedāvāja noformulēt pakāpeniskus (*gradual*) mērķus, pozitīvos terminos "skolēni spēš..." negatīvo "Skolēni nespēs..." vietā. Problēmai Nr.1 mērķis tika izteikts šādā frāzē: "Skolotāji atrisinās uzvedības problēmas klasē", problēmai Nr.2 "skolēni atrisinās savas problēmas klasē vai rotaļlaukumā". Un problēmai Nr.3 "skolēni izrādīs cieņu pret citiem". Lai sasniegtu šos ļoti cēlsirdīgos mērķus, noteica konkrētu

darbību virkni. Katru problēmu noformulēja viegli izmērāmos un saskatāmos uzvedības terminos. Piemēram, "cieņa" nozīmēja izveidot skolēnu un skolotāju uzvedības sarakstu.

Darbības plāna ieviešana, lai radītu izmaiņas. Iejaukšanās problēmā Nr.1: Konsultants sāka ar to, ka mainīja skolotāju un skolēnu izpratni par konsultanta lomu skolā. Programmas lielākā daļa risinājās klasē ar skolēniem un skolotājiem vai gaitenēs starpbrīžu laikā. Mērķis bija tāds, ka gan skolēni, gan skolotāji uzzina par konsultanta lomu un pienākumiem skolā. Konsultants uzturējās klasēs un skolā (un pavadīja ļoti maz laika savā birojā) divus gadus, līdz izpratne par konsultanta lomu bija mainījusies.

Stundu laikā konsultants iesaistījās nodarbībās ar skolēniem, lai risinātu problēmas, kas bija būtiskas uzvedības problēmu mazināšanā klasē. Skolotāju iedrošināja piedalīties konsultēšanā, lai viņš iemācītos klases vadības metodes, kas balstās uz uzvedības maiņu un problēmu risināšanu. Vēl viena papildu metode bija visu skolotāju mācības jaunā mācību gada sākumā, tās centrējās uz problēmu risināšanu un klases vadību (piemēram, noteikumu un to nozīmīguma formulēšana).

Problēmai Nr.2 darbs ar klasi arī deva rezultātus saistībā ar skolēnu uzvedību un problēmas risināšanu. Skolēni uzzināja par nevardarbīgām problēmas risināšanas alternatīvām. Konsultants apvienoja skolēnus grupā, kurā apguva konflikta vadības metodes, kuras izmēģināja starpbrīžu laikā skolas pagalmā vai sporta nodarbībās. Programma balstās uz *vienaudžu izglītošanu (peer education)*. Skolēni, kas izpildīja **konflikta mediatora** lomu, starpbrīžos ģērba oranžas vestes, lai būtu viegli atpazīstami.

Problēmai Nr.3 konsultants organizēja dažādus nodarbību veidus. Vispirms psiholoģiski izglītojošās konsultējamās grupas tika pārdēvētas par "klubiem", un katrai nodarbībai bija jocīgs un pievilcīgs nosaukums (piem., "Guvēju klubs", "Aviobumbas komanda", "Citrona palīgs", *Invis krāsas –SPĒJAS*). Turklāt, problēmas risināšanas iemaņu un atbildības uzņemšanās attīstīšanai domātās nodarbības stundu laikā tika turpinātas. Ar uzvedības etiķetes, sauktas par "cieņu", palīdzību konsultants iesaistīja skolotājus skolēnu nodarbību vadīšanā. Uzvedības vadības metožu pielietojums klasē represīvas uzvedības (sodišanas) vietā netieši paaugstināja skolēnu cieņu pret skolotājiem un otrādi.

Rezultāti: Programma ilga divus gadus, šai laikā konsultants apmeklēja stundas katrā klasē, katrs skolēns tika iesaistīts problēmu risināšanas un konflikta vadības pilnā programmā. Tika izveidoti seši skolēnu klubi. Pēc divu gadu intervences būtisks novērtēšanas indikators bija biežums, kādā skolotāji izmantoja konsultanta palīdzību, kas saruka līdz četrām reizēm dienā pretstatā sākotnējām trīsdesmit reizēm dienā. Tajā pašā laikā skolēni mācījās skolā būt par konflikta mediatoriem. Vardarbības situācijas samazinājās no trīsdesmit mēnesī līdz divām mēnesī. Pēc intervences progress saglabājās vēl trīs gadus.

Problēmu risināšana kā novērtēšana un pārraudzība (*assessment and monitoring*)

Problēmu risināšanu var izmantot kā konsultēšanas seansa efektivitātes novērtēšanas metodi vai skolā izstrādātu psiholoģiski izglītojošu programmu (*Brown-Chidsey, 2005*). Katrs etaps ir ļoti svarīgs konsultēšanas procesā, tā kā skolotāja vai skolēnu pausto problēmu bieži vajag definēt un konkretizēt. Problēmu sakārtošana, sistematizēšana ir nepieciešamas prasmes gan skolotājiem, gan vecākiem. Piemēram, vecāki var lūgt konsultanta palīdzību dažādos gadījumos, piemēram: "Mans dēls pārplēsa savas jaunās džinsu bikses, aizbildinoties ar modi." Kāda ir vecāku problēma? Kāda tā ir jaunietim? Kāda ir konsultanta loma problēmas risināšanā? Apakšā redzamā tabula piedāvā datu kopu problēmas novērtēšanai:

2.tabula

| Problēmas risināšanas etapi | Novērtēšanas process | Lēmuma novērtēšana |
|-----------------------------|---|--------------------------|
| 1. Problēmas noteikšana | Skolēnu uzvedības novērošana un reģistrēšana | Vai problēma ir īsta? |
| 2. Problēmas definēšana | Pamanīto nesakritību daudzuma noteikšana (starp pašreizējo situāciju un vēlamu situāciju nākotnē) | Vai problēma ir svarīga? |

| | | |
|---------------------------|---|--|
| 3. Ieviešanas plāns | Alternatīvu un risinājuma hipotēžu pētīšana | Kuras ir visefektīvākās hipotēzes? |
| 4. Intervences īstenošana | Intervences akurātības un datu vākšanas pārraudzība | Vai pieņemtais risinājums dod vēlamu progresu? |
| 5. Problēmas risināšana | Pretrunu, nesakritību daudzuma pārskatīšana | Vai problēma ir atrisināta? |

Psiholoģiski izglītojošās programmas, kuras integrē problēmu risināšanu

"SPĒJĪGS" (Attiecinājums, uzvedība, dzīves iemaņu izglītība)

SPĒJĪGS (ABLE) (Hay, et. all, 2000) ir psiholoģiski izglītojoša programma, kas ir izstrādāta, lai paaugstinātu karjeras izglītības efektivitāti, attīstot pašizziņu, problēmas risināšanu un konflikta vadību. Pamata teorijas ir kognitīvas, centrētas uz problēmu atrisināšanu un mācīšanos. Pašizziņa ir viena no pamatspējām karjeras veidošanā un plānošanā. Veidam, kā skolēns sevi uztver, ir liela ietekme uz viņa vai viņas mācīšanos skolā (piemēram, negatīva pašuztvere: "es navāru iemācīties" vai "es nekam nederu"), uz mācīšanās motivāciju (piem., zema motivācija "Kāda jēga mācīties...?"), uz pro-sociālo uzvedību un vispārējo labklājību. Negatīva pašuztvere (*self-perception*) vienlaikus noved pie zemiem izglītības un profesionāliem centieniem un negatīvas attieksmes pret skolu.

Šīs intervenču kategorijas ir adresētas pusaudžiem, kuri piedalās karjeras attīstības programmā.

Intervences apraksts: programmas struktūra balstās uz darbību virkni problēmu risināšanā un konflikta vadībā. Problēmu risināšanas stratēģijas tika adaptētas no Bransforda un Steina (1984, *apud Hay et al.*, 2000), kuras nosauca par **IDLCAR** (problēmas identificēšana, problēmas definēšana, iespējamo izvēļu saraksta sastādīšana, emocionālo stāvokļu apzināšanās, adaptācija un ieviešana, refleksija (**IDLCAR** (*Identifying the problem, Defining the problem, Listing possible options, Consciousness of emotional states, Adaptation and implementation, and Reflection*))). Konflikta vadības stratēģijas tika adaptētas un pārveidotas, ņemot vērā Schmitz (1991, *apud Shure*, 1997) izstrādāto modeli, **ASSIST** (sanāksmes organizēšana, pārrunu datuma noteikšana, saskatīt, vērtēt cilvēka uzvedību nevis viņu pašu, citu cilvēku uzvedības radīto sekas identificēšana un izteikšana, lietojot "MANI" metodi – "tas mani satrauca, kad tu nokavēji tikšanos, jo mums ir ļoti maz laika atvēlēts būt kopā" – vēlamu rezultātu noteikšana, savstarpējo saistību laika koordinēšana (**ASSIST** (*Arranging a meeting, Setting the date for discussion, Seeing the person's behaviour rather than the person, Identifying and expressing the consequences of others' behaviour on yourself using the "ME" method – "It bothered me when you were late for the meeting because we are left with very little time together" – Settling on a preferred result, Timing a mutual engagement*))).

Programma ilgst sešas nedēļas pēc kārtas, tai ir vienpadsmit darba sesijas un viena ievadsesija, katra ilgst 45 minūtes. Tipiska sesija satur problemātisku situāciju un konfliktsituāciju izskatīšanu ar neskaitāmu risinājumu ģenerēšanu, izskatot situāciju no dažādām perspektīvām. Situācijas, kuras tiek apspriestas sesiju laikā, ierosina jaunieši vai tās piedāvā konsultants.

Rezultāti: efektivitātes pētījumi atklāj (Hay et al, 2000), ka ir notikuši nozīmīgi uzlabojumi veidā, kādā pusaudži pieiet dažādām problemātiskām situācijām vai konfliktiem savā ikdienas dzīvē, kā arī savas karjeras izaugsmes centienā.

"Es spēju problēmu atrisināt"

Programmu "**Es spēju problēmu atrisināt**" – **ICPS** ("**I Can Problem Solve**") izstrādāja Shure (1997), sākot ar kognitīvām problēmu risināšanas teorijām. Tās mērķis ir paredzēt skolas adaptācijas procesu un attīstīt pro-sociālās (*pro-social*) kompetences. Tā ir psiholoģiski izglītojoša programma, kas palīdz pilnveidot bērnu iemaņas,

lai radītu alternatīvus risinājumus starppersonu problēmām, ar kurām viņi saskaras. Skolēniem māca ņemt vērā šo risinājumu sekas un mudina noteikt savas domas, emocijas un iemeslus, kas stāv aiz šīm problemātiskajām situācijām. Programma paredz iemācīt skolēniem, kā domāt (un nevis *ko* domāt), attīstīt viņu kognitīvās spējas un rezultātā pilnveidot viņu sociālo adaptāciju, iedrošināt pro-sociālo uzvedību un samazināt reaģēšanas impulsivitāti un vardarbību.

Programma domāta vidusskolu skolēniem, bet tā ir arī derīga pirmsskolas un pamatskolas bērniem.

Intervences apraksts: programmu pielieto trīs mēnešus 6-10 skolēnu grupai. Intervence sākas ar 10-12 grupu sesijām (20-30 minūšu garas), kurās konsultants māca skolēniem problēmu risināšanas un lēmuma pieņemšanas pamatiemaņas. Šīs iemaņas ir: daudzējādu risinājumu ģenerēšana, noteiktu lēmumu seku paredzēšana, citas perspektīvas problēmas risināšanai noteikšana un atzīšana. Šajā gadījumā bērni iegūst tādas izpratnes kā:

- *"daži/visi"* risinājums ir derīgs vienam cilvēkam, bet ne vienmēr visiem cilvēkiem un ne visās situācijās;
- *"vai"*: vēstījums – mēs mācāmies, lai noteiktu pēc iespējas vairāk alternatīvu problēmas risināšanai;
- *"ja ... tad"*: jebkura darbība atstāj sekas uz pašu un uz citiem;
- *"vienādi/dažādi"*: katrai problēmai ir daudzveidīgi risinājumi, vienai un tai pašai problēmai dažādos kontekstos vai momentos var būt citas risinājuma alternatīvas.

Nākošās 20 sesijas koncentrējas uz savu un citu emociju noteikšanu. Bērni mācās pazīt un noteikt savas emocijas dažādās problemātiskās situācijās, un izmēģina veidus, kā ģenerēt alternatīvus risinājumus.

Nākošajās 15 sesijās tiek izmantota lomu spēle, lai praktizētos problēmu risināšanā. Bērni izdomā risinājumus hipotētiskām situācijām un analizē savu lēmumu sekas.

Efektivitātes pētījumu rezultāti (*Shure, 1997*) atklāja ka metode veicināja problēmu risināšanas iemaņu pilnveidi, pro-sociālas uzvedības biežuma pieaugumu, pozitīvas starppersonu attiecības ar kolēģiem un skolēnu impulsīvas vai agresīvas uzvedības biežuma samazināšanos stundu un starpbrīžu laikā. Progress saglabājās četrus gadus pēc šīs programmas ieviešanas.

"Sociālās apziņas pilnveide – Sociālo problēmu risināšana"

Programma **"Sociālās apziņas pilnveide – Sociālo problēmu risināšana"** – Elias (1986, 1997, *apud Rixon, 1999*) pamatojas uz psiholoģijas teoriju par skolēnu spējām *tikt galā (coping abilities)* lēmumu pieņemšanas situācijās un atbildībā par savas uzvedības sekām. Programma tika izstrādāta galvenokārt indivīdiem, kas ir nonākuši stresa situācijās, tādās kā pāriešana no sākumskolas uz pamatskolu vai no pamatskolas uz vidusskolu, vai eksāmenu situācijās (piemēram, pārbaudes eksāmeni, iestāšanās augstskolā, koledžā vai universitātē). Viņi mācījās un praksē izmantoja problēmu risināšanas un lēmumu pieņemšanas prasmes.

Intervences saturs; stratēģija, kas ietver trīs stadijas: apzināšanos, mācīšanos un pielietošanu. Pirmā stadija sastāv no paškontroles rosināšanas, piedalīšanās grupu aktivitātēs un stresa iemeslu apzināšanās. Skolēniem māca identificēt stresu, noteikt tā avotus, personīgo reakciju uz stresu un veidus, kā pielāgoties. Mācīšanās stadija ietver problēmu risināšanā un lēmuma pieņemšanā nepieciešamo soļu praktizēšanu sociālās situācijās, koncentrēšanos problēmu analīzei, šķēršļu paredzēšanu un mērķu un uzdevumu formulēšanu. Pirmās divas stadijas ietver 20 sesijas (katra 40 minūšu gara), kas notiek divreiz nedēļā. Sesiju laikā tiek izmantotas šādas metodes: pārrunas grupā, lomu spēle lēmumu pieņemšanai, problemātisku situāciju analīze utt. Ieteicams mudināt skolēnus noteikt problemātiskās situācijas, ar kurām viņi paši vai viņu biedri ir saskārušies, vai paredzēt problemātiskas situācijas. Vienu piemēru var atrast 5. klasē (pārejas posms Rumānijas izglītības sistēmā, pārejot no sākumskolas uz pamatskolas klasēm), kad skolēns satiekas ar jauniem klases biedriem un skolotājiem, kā arī ar jauno mācību programmu. Grupas ietvaros bērni nosaka varbūtējās problēmas, kas var rasties, un iesaka risinājuma šķietamās alternatīvas katrai identificētajai problēmai. Risinājumi varētu būt diskusijas ar 6. klases skolēniem par to, kā viņi adaptējušies un ar kādām grūtībām saskārušies, iepazīšanās ar 5. klases skolotājiem, uzaicinot kādu no viņiem uz savu klasi, lai aprunātos par sev interesējošiem jautājumiem, piedalīšanās 5. klases stundās, 5. klases telpu apmeklējums utt.

Pielietošanas stadija iesaista konsultantu ikviena progresā nostiprināšanā, kuru veikuši skolēni, izmantojot problēmu risināšanas iemaņas raksturīgos kontekstos. Tieši konsultants būs par starpnieku skolēnu problēmām un konfliktiem, ar kuriem viņi saskarsies īstās situācijās, viņš mācīs bērniem izmantot pirmajā stadijā apgūtās iemaņas konkrētās dzīves situācijās. Ar skolotāju atbalstu skolēnus mudina izmantot savas problēmu

risināšanas spējas ikdienas aktivitātēs. Katrs skolēns ir atbildīgs par vienas apgūtās iemaņas pielietošanu praksē vismaz vienreiz nedēļā. Konsultanta pienākums ir pārraudzīt skolēnu progresu vismaz viena mācību gada laikā.

Šīs programmas lietderības pētījumi (Elliot, 1987; Rixon, 1999) akcentē labāku sapratni par stresa avotiem, ar kuriem skolēni nāk saskarē un daudz biežāku problēmu risināšanas metožu izmantošanu. Efekts pastāvēja četrus gadus pēc programmas pielietošanas. Programmas ierobežojumi tika noteikti metožu līmenī, kas jāva novērtēt skolēnu progresu programmas laikā attīstīto iemaņu iegūšanā.

Metodes novērtēšana

Problēmu risināšanai ir plašs pielietojums. Saskaņā ar problēmas sarežģītību un gadījuma formulējumu, to var izmantot gan kā unikālu intervences metodi, gan kā papildinošu metodi intervences metožu komplektā.

Metodes priekšrocību un trūkumu apzināšanās veicina tās racionālu izvēli un izmantošanu, mērķauditorijas vai personas īpašību funkcionēšanu.

Priekšrocības:

- pielietojama visdažādākos kontekstos: individuāli, skolēnu grupā, ģimenē;
- efektīva kā svarīga intervence emocionālos vai uzvedības traucējumos;
- derīga problēmu risināšanā, kas saistītas ar dusmām, pašpārliecinātību, sociālo spriedzi, darba meklēšanas iemaņu attīstīšanā, pāru konsultēšanā.

Trūkumi:

- neefektīva, ja lietota izolēti, vai kā sekundāra intervence. Ieteikta kombinācijā ar citām traucējumu mazināšanas metodēm (piemēram, stresa injicēšanas metode, relaksācija, dusmu vadības intervences kognitīva pārstrukturēšana, kognitīvās metodes depresijas intervences gadījumā, atklāšanas metode, progresīva desensibilizācija trauksmes intervences gadījumā).

Bibliogrāfija

- Beck, A. (1976). *Cognitive Therapy and the Emotional Disorders*. New York, International Universities Press.
- Bellack; Mueser; Gingerich; Agresta (1997). *Social Skills Training for Schizophrenia: a step by step guide*. New York, Guilford Press (apud Mueser, 1998).
- Brown-Chidsey, R. (2005). *Assessment for Intervention: A Problem-Solving Approach*, New York. Guilford Publications.
- Clinical Decision Making in Behavior Therapy: A Problem Solving Perspective* (1989). Nezu; Nezu (Eds.). Champaign, IL: Research Press.
- D'Zurilla; Goldfried (1971). Problem Solving and Behavior Modification. In: *Journal of Abnormal Psychology*. 78, p. 108-126 (apud Mueser, 1998).
- Davis; Bucher (1985). Sharing Psychological Skills. In: *British Journal of Medical Psychology*. 58, p. 207-216 (apud Mueser, 1998).
- Elliot, D. (1999). *Blueprints for violence prevention, book nine: Bullying Prevention Program*. Boulder, University of Colorado at Boulder, Institute of Behavioral Science, Center for the Study and Prevention of Violence.
- Greenberg, M. T. (2001). The Prevention of Mental Disorders in School-Aged Children: Current State of the Field. In: *Prevention and Treatment*. Volume 4, Article 1.

- Handbook of Psychological Skill Training: Clinical Techniques and Applications* (1995). O'Donohue; Krasner (Eds.). Boston, Allyn & Bacon (apud Mueser, 1998).
- Hay, I. et al. (2000). Evaluation of a conflict-resolution and problem-solving programme to enhance adolescents self-concept. In: *British Journal of Guidance and Counselling*. 28, 1.
- Liberman and all. (1989). *Social Skills Training for Psychiatric Patients*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon Publications (apud Mueser, 1998).
- Littrell, M.; Peterson, S. (2001). Facilitating systemic change using the MRI problem-solving approach: One schools experience. In: *Professional School Counseling*. 5, 1, p. 27.
- Mueser, K., T. (1998). Social Skills Training and Problem Solving. In: *Comprehensive Clinical Psychology*. 6, 08.
- Rixon, R.; Erwin G. (1999). Measures of effectiveness in a Short-term Interpersonal Cognitive Problem Solving. In: *Counseling Psychology Quarterly*. 12, 1.
- Shure, M. B. (1988). *How to think, not what to think: A cognitive approach to prevention*. In: Families in transition: Primary prevention programs that work. L. A. Bond; B. M. Wagner (Eds.). Newbury Park, CA: Sage, p. 170-199.
- Shure, M. B. (1997). *Interpersonal cognitive problem solving: Primary prevention of early high-risk behaviors in the preschool and primary years*. In: Primary prevention works. G. W. Albee; T. P. Gullotta (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage, p. 167-188.
- Skinner, B. F. (1938). *The behavior of organisms*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Zubin; Sping (1977). Vulnerability: A New View of Schizophrenia. In: *Journal of Abnormal Psychology*. 86, p. 103-123 (apud Mueser, 1998).

Lēmumu pieņemšanas tehnikas

Decision Making Techniques

Mihaela CHIRU
Izglītības zinātņu institūts, Budapešta

Vēsture

Pateicoties matemātiķu, ekonomistu, psihologu ieguldījumam pašlaik mūsu rīcībā ir krietni liels informācijas un datu klāsts par lēmumu pieņemšanu. Var droši teikt, ka pareizi lēmumi noved pie labiem rezultātiem, lai kāds arī būtu darbības lauks. Mēs zinām, ka lēmumu pieņemšana ir apgūta iemaņa (Anderson, 2002), tāpēc dažas amerikāņu universitātes piedāvā kursus lēmumu psiholoģijā (parasti tie ir koncentrēti uz pētījumu rezultātu un teorētisko skaidrojumu kā deklaratīvu un faktisku zināšanu prezentāciju), tikai nepietiekams uzsvars tiek likts uz lēmumu pieņemšanas praktizēšanu un atbilstošo prasmju iegūšanu.

Lēmumu pieņemšana vienmēr ir bijusi prioritātes jautājums un stratēģijas elements politiskajā un ekonomiskajā dzīvē, turpretim vidusmēra iedzīvotāju vidū lēmumu pieņemšana nošķir cienīgus un mērķtiecīgus individuus no tādiem, kas it kā ir tiesīgi gūt panākumus, bet tomēr cer, ka citi vai liktenis izlems viņu vietā.

Teorētiskais pamatojums

Mēs pieņemam lēmumus katru dienu, tomēr ne visi šajā procesā iesaista racionālus prāta mehānismus. Lēmumi ar minimālu pašpiepūli – vienkārši, parasti, neitrāli, nesvarīgi vai nediagnostiski lēmumi – neprasa apsvēšanu, citiem vārdiem sakot, lēmumu pieņemšanas process ir automātiski saistīts ar indivīda dzīves veidu, vērtībām un pieredzi. Turpretī lieli, izšķiroši lēmumi – tādi, kā darba, karjeras ceļa, dzīves partnera, dzīvesvietas, medicīnisko pakalpojumu izvēle – apvieno intereses, enerģiju un izredzes, kas ir nepieciešamas indivīda vispārējai labklājībai.

Konsultantiem jāzin, kādi personības iekšējie resursi aktivizējas lēmumu pieņemšanas brīdī, noteiktu kategoriju cilvēku raksturīgās tendences un raksturīgās tendences noteiktās darbības jomās, un jābūt spējīgiem brīdināt par to ietekmi uz indivīdu un sabiedrību. Šajā mācībā svarīgas ir personīgā līmenī noteiktās alternatīvas, lēmumu pieņemošās personas vērtību sistēma un tās doto apstākļu iespējami labākai izmantošanai.

Speciālajā literatūrā Brown (1990) un citi identificē **normatīvos modeļus** (preskriptīvie – kā lēmumus vajadzētu pieņemt) un **deskriptīvie modeļi** (heiristiskie – kā patiesībā lēmumus pieņem)

Normatīvs lēmumu pieņemšanas modelis ir **racionāls modelis**. Tas ietver šādus etapus:

- *informācijas vākšana* par tēmu no dažādiem avotiem un dažādiem kanāliem (lasot, runājot ar kompetentiem cilvēkiem, intervējot pakalpojumu saņēmējus);
- *informācijas apkopošana un analīze*, pārdomājot, izmantojot informāciju darba kontekstā, izveidojot komentārus. Šajā etapā darbības veicina noskaidrot un saprast pastāvošo iespēju loku, pamatojoties uz kritērijiem (objektīviem un/vai subjektīviem), lai izvērtētu priekšrocības un trūkumus un salīdzinātu alternatīvas;
- *izvēle*, kas sastāv no personas iesaistīšanas darbībā, kas saistīta ar noteiktu izvēli, kas dotajā momentā tiek uzskatīta par vislabāko rezultātu nesēju;
- *īstenošana*, kā lēmuma beigu moments;

Lēmums var būt *iekšēja darbība* (piem., "Es esmu nolēmis vairs nenožēlot savu veco darbu") vai *ārēja darbība* (piem., "Es esmu nolēmis lūgt rekomendācijas vēstules iepriekšējiem darba devējiem").

Lēmuma pieņemšana reti iet pa racionālu ceļu, un tā nekad nav lineāra. Patiesībā tā ir "apslēpta, netverama, nesistemātiska un brīžiem neracionāla" (Egan, 1998, apud Cossier, Schwenk, 1990; Etzioni, 1989; Stroh, Miller, 1993; Gati, Krausz, Osipow, 1996), tā kā tā apvieno jūtas, dziļas emocijas, vērtības, intereses, indivīda izpratni par to, kā lietas kārtojas sociālajā līmenī.

Otrā kategorija – **deskriptīvs modelis** – ietver mūsu interešu lokam raksturīgas teorijas:

Klasiskais uz klientu orientētais konsultēšanas modelis (Rogers, 1951) apspriešanas centrā ierindo drīzāk *reakciju* nekā praktiķa *iejaukšanos* klienta iniciētos procesos, lai sevi labāk apzinātos (ieskaitot profesionālo sevi) un pieņemtu lēmumus. Lai attīstītu un saglabātu ne-direktīvu perspektīvu, konsultantam jāizkopj spēja interpretēt un apvienot klienta neverbālo uzvedību ar attiecību veidošanas centieniem, kas balstās uz absolūtu cieņu, empātiju un patiesumu.

Uz konfliktu vērstis (conflict-based) lēmumu pieņemšanas modelis (Janis; Mann, 1977) ir deskriptīvs/heiristisks un tver procesu visā tā sarežģītībā. Katrs nozīmīgs personīgais lēmums tiek pieņemts apstākļos, kuros netrūkst nelabvēlīgu faktoru vai kuros pastāv risks izraisīt iekšējo konfliktu. Šī konflikta radītais stresa līmenis ir atkarīgs no mērķiem, vajadzībām un gaidām. Iespējamā uzvedība dzīves situācijās, kurās jāpieņem svarīgi lēmumi, ir šāda: *izvairšanās aizsardzības nolūkā* (glābšanās, izvēloties visvienkāršāko alternatīvu) un *pārmērīga piesardzība/panika* (noteiktiem aspektiem veltīta pārspīlēta vai selektīva uzmanība); optimāla uzvedība ietver *piesardzību*. Autori uzskata, ka "pareiza" lēmuma pieņemšanā (kura pieņemšanā nav obligāti jāiziet pilnīgi visi etapi, un pieeja lēmuma pieņemšanā līdzinās personiskajam stilam problēmas risināšanā) jāievēro zemāk norādītie algoritmi:

- pilnīga alternatīvu izvērtēšana;
- ar šīm alternatīvām saistīto mērķu un vērtību noskaidrošana;
- katras alternatīvas pozitīvo un negatīvo seku apsvēršana;
- jaunas, būtiskas informācijas meklēšana tālākai un nopietnākai alternatīvu izvērtēšanai;
- jaunas informācijas un/vai ekspertu viedokļu apkopošana un apsvēršana;
- visu alternatīvu (pat tādu, kas sākumā likās nepieņemamas) seku pārvērtēšana;
- vēlamu alternatīvu īstenošanas plānošana, īpašu uzmanību pievēršot iespējamajiem riskiem.

Sociālās mācīšanās modelis (Krumboltz, 1983) izvirza ideju, ka ar karjeru saistīti lēmumi ir neskaitāmu mācīšanās pieredžu (tikšanās ar cilvēkiem, institūcijām un notikumiem indivīda konkrētajā vidē) rezultāts. Autors apraksta *profesionālo izvēli kā sociālās mācīšanās procesu*, kur ģenētiskās spējas, konkrētais konteksts, personīgā mācīšanās pieredze un problēmu risināšanas spējas darbojas kopā, lai noteiktu paštēlu un darba pasauli.

Ierobežojuma (circumscription) un kompromisa modelis (Gottfredson, 1996) arī ir deskriptīvs modelis. Profesionālajā lēmumu pieņemšanā tas koncentrējas uz kompromisa procesu un izklāsta, kā nonākt pie pareizā lēmuma, pastāvot neskaitāmām izvēles iespējām. Tiek veiksmīgi atlasītas pieņemamās profesionālās alternatīvas, un iezīmētas trīs "ciešamo ierobežojumu" (*tolerable limits*) kategorijas: dzimumu identitāte, prestižs un centieni. Gala izvēle ir kompromisa starp indivīda atteikšanās līmeni un šī kompromisa patieso izpratni rezultāts. Pamatojoties uz eksperimentāliem pētījumiem, ir noformulēti šādi kompromisa sasniegšanas noteikumi:

- dzimumu identitātes, prestiža un centienu relatīvā nozīme ir atkarīga no kompromisa smaguma;
- tiekšanās drīzāk pēc labas izvēles nevis optimālās. Pūles, lai savāktu un izanalizētu informāciju, kāda nepieciešama optimālās izvēles veikšanai, var būt pārāk lielas;
- no nevēlamām izvēlēm izvairīsies, ja meklēs nākamās alternatīvas, pārskatīs piepūles robežas vai atliks lēmuma pieņemšanu un saistības uz vēlāku laiku;

- cilvēki darbā ir pieraduši ielaisties kompromisos (lai apmierinātu savas profesionālās intereses); maz ticams, ka varēs pierast pie zema prestiža vai pie izvēles, kas teju pārkāpj pieļaujamo dzimuma robežšķirtni.

Sevis-pārveidošana (self-turning) lēmumu pieņemšanā (*Omodei; Wearing, 1995*) atspoguļo konsultantu viedokli, kuri aktīvi meklē papildu informāciju un to saskaņo. Tajā pašā laikā viņiem istajā brīdī ir jāizlemj, kādu *atgriezenisko saiti* klientiem dot, par cik turpmāk tā nosaka formulējuma un kopējo lēmumu struktūru. *Bobevski un McLennan (1998)* norāda, ka sarežģīti lēmumi rodas *motivējošos procesos*, kuri ģenerē *nodomus, emocijas, koncentrētu uzmanību un konkrētās darbībās* pieņemtus lēmumus. Cilvēki uztver šīs darbības un to rezultātus emocionāli, tie ietekmē viņu uzmanību un tālāko lēmumu pieņemšanas gaitu, kā rezultātā viņi izvēlas iesaistīties jaunās darbībās. Modelis izvirza domu, ka jebkurā situācijā lēmuma pieņēmēji *meklē pret darbību (reaction)* savā vidē un *darbojas* tā, lai iegūtu kontroli. Lēmumu pieņemšanas situācijā efektivitāte slēpjas cilvēku spējā kontrolēt ne vien savus kognitīvos un uzmanības resursus, bet arī savu emocionālo un motivācijas stāvokli. *Bobevski un McLennan (1998)* pētījumi rāda, ka pieaugošai efektivitātei noteikti nav jāsaistās ar konsultanta nošķiršanu no klienta, bet gan drīzāk ar *uzdevumam atbilstošu emocionālās līdzdalības līmeni*. Konsultanti, kuri ziņoja par ļoti augstu līdzdalības līmeni, bija atvērti satrauktām vai nesvarīgām domām attiecībā uz klientu vajadzībām. Konsultantam lielākais raižu avots varētu būt *neadekvāta neveiksmes izjūta vai pašpārmetumi, ko izraisa klienta atbalstam domātās, savstarpējās mijiedarbības progresējošās secības kontrolēšana*.

Lai pieņemtu lēmumu, konsultanti necenšas iedomāties sevi klientu vietā, pat, ja ārēji vai teorētiski situācija viņiem šķiet skaidra. Konsultanti sniedz personisku palīdzību klienta problēmā iesaistīto spēku, interešu, praktisko pielietojumu noskaidrošanā, palīdz klientiem saskatīt savas priekšrocības un augšanas iespējas. Lai cik vilinošs ir racionālā lēmuma ceļš, tas paļaujas un satur emocionālus lēmumus, un ņem vērā daudzās sekas, kas iespaido indivīdu salīdzinājumā ar citiem, kas ir sociāli nozīmīgi.

Metodes prezentācija

Sociālo zināšanu teorijā (*Aronson, 2004*) ir princips, saskaņā ar kuru veids, kā mēs izskaidrojam sociālos notikumus, ir atkarīgs no tā, ko mēs pašlaik domājam par konkrēto tēmu, ticējumiem un kategorijām, kurus izmanto lietu interpretācijai. Šajā kontekstā tiek minētas šādas *procedūras*, kuras darbojas arī lēmumu pieņemšanas līmenī:

*Sagatavošana*⁹ (*priming*) balstās uz faktu, ka jaunās vai bieži aktualizētās idejas ir tās, kuras atceras, it īpaši, sociālo notikumu skaidrošanā vai kad vēlas atstāt iespaidu uz citiem. Mūsu pieredze un bieži vien varasiestādes, kas veido sabiedrisko domu, virza mūsu izvēles un piedāvā vispārīgos kritērijus mūsu panākumu novērtēšanai. Tas daļēji izskaidro to, kāpēc mēs individuālā vai sociālā līmenī piedzīvojam noteiktu profesiju un amatu vērtības pieauguma un tās krišanās viļņus.

*Strukturēšana*¹⁰ (*framing*) ietekmē veidu, kā mēs veidojam sociālo pasauli, prezentējot problēmas vai lēmumus noteiktos terminos, kā guvuma vai zaudējuma potenciālos avotus. Izvēļu viegla pārfrāzēšana un korektu argumentu akcentēšana katrai iesaistītajai personai/grupai rada dramatiskas izmaiņas atbildēs, tā kā mēs visi baidāmies no neveiksmēm un cenšamies no tām izvairīties.

Sistematizēšana (ordering) izskaidro to, kā mēs grupējam un izplatām iegūto informāciju. Informācija var saturēt šādas īpašības: *pārākuma (primacy) efekts* (ar dažiem izņēmumiem, pirmais iespaids ir izšķirošs un noturīgs, īpaši, ja mēs nekontrolējam kārtību, kādā mēs iegūstam informāciju) un *kvantitāte* (dažreiz bagātīga informācija palīdz nostiprināt uzskatu/lēmumu, turpretī citos apstākļos tā var novērst uzmanību no būtiskā ar *"aizstāšanas (dilution) efektu"* vai var izmainīt objekta uztveršanu un novērtēšanu).

⁹ *Higgins, Rholes and Jones (1977, apud Aronson, 2004)* pētījums pierāda saistību starp presē atspoguļotajiem notikumiem un sabiedriskajai domai dotajā brīdī šķietamo vissvarīgāko notikumu. Skaidrojums ir tāds, ka mediji saprotami skaidro noteiktus jēdzienus un attiecības un sagatavo sabiedrības politisko un sociālo dienas kārtību.

¹⁰ *Gonzales, Aronson un Constanzo (1988, apud Aronson, 2004)* pētījums rāda, cik daudz naudas cilvēki ir gatavi izdot, lai nodrošinātu savas mājas pret temperatūru galējām svārstībām. Pirmā grupa izzina, cik daudz viņi ietaupa, ja veic uzlabojumus, tikmēr otrā grupa tiek informēta par to, cik daudz viņi zaudē, ja šos uzlabojumus neveic. Cilvēki, kuri tika pakļauti "zaudējumu" perspektīvai, bija gatavi maksāt divkārt.

Vērtējuma heuristika izmanto "garīgās īsinājumikonas (*mental shortcuts*)", problēmu risināšanas aptuvenus likumus, funkcionējošus stereotipus un vispāratzītus minējumus. Mēs pieminam *reprezentatīvo heuristiku* (uzskats, ka dažas iezīmes ir obligātas visai atvasinājumu klasei), *esošā (available) heuristika* (citi piemēri lēmumu pieņemšanas atbalstam) un *attieksmes (attitudinal) heuristika* (nosaka iezīmes, kuras ir labvēlīgas vai nelabvēlīgas). Mēs izmantojam heuristisko pieeju šādās situācijās:

- nepietiek laika, lai iedziļinātos problēmā;
- mums ir pārāk liels informācijas apjoms, lai to pilnībā apkopotu;
- problēma ir mazsvarīga;
- mums trūkst fundamentālas informācijas, uz kuru balstīt savu lēmumu.

Disonanse ir faktors, kas iejaucas, kad mums vairs nav garantijas, ka alternatīva, kuru esam izvēlējušies no daudzajām izvēlēm, ir pati labākā. Ja reiz esam pieņēmuši kādu lēmumu, mēs veidojam – dabiskā ceļā vai ar profesionālu palīdzību – apzinātas nevērības izturēšanos pret attiecīgā lēmuma netiešo, nevēlamo ietekmi. Vēlāk mēs meklējam šī lēmuma pieņemšanai piemērotu informāciju un cenšamies būt pārliecināti, ka tā patiešām ir derīga.

Tehnika "kāja durvīs" (foot in the door) attiecas uz to, lai panāktu, ka indivīds piekrīt noteiktiem uzdevuma aspektiem, kas savādāk būtu pilnībā noraidīti. Iesaistīšanās dažu profesionālo standartu sasniegšanā ir izaicinājums, kas rada nodošanos lietai, piesaisti grupas vērtībām, komandas piepūli. Tā ir formālo vai neformālo līderu privilēģija nodrošināt uzdevumu pārvaldību, un, ja tas tiek izdarīts talantīgi, tad katrs atbalstītājs uz beigu rezultātiem raudzīsies ar gandarījumu.

Anderson (2002) ir apkopojis šādas tehnikas:

Caurskatīšana (Screening) samazina alternatīvas, katrai attiecinot vienu vienīgu pazīmi, un neielaižoties kompromisā. Sākotnējā alternatīvu atlase ir būtiski svarīga, tā kā iesāktais process atklāj sākumā izvēlēto materiālu. Šī tehnika ir raksturīga ētisku lēmumu pieņemšanai.

"Cīņas milži" ("Fighting giants") piedāvā, līdzīgi kā bērnu pasakās, pielietot zināšanas un eksperta padomu, lai izveidotu problēmu, kura ir jāatrisina.

Tīkls (the network) aicina lēmuma pieņēmēju konsultēties par strīdīgiem aspektiem ar iespējami vairākiem cilvēkiem, lai iegūtu vajadzīgos argumentus racionāla lēmuma pieņemšanai.

Inkubācija (Incubation) ir prāta apskaidrošanās tehnika, kad radošie resursi ir beigušies cerībā, ka reizē ar relaksāciju un garīgu atslodzi radīsies lietderīgs atrisinājums.

Indikatoru saraksti (Indicator lists) attiecas uz apspriežamās problēmas atslēgvārdu un tās īpašību slejas izstrādāšanu un būtiskāko īpašību izcelšanu attiecībā uz vērtībām, alternatīvām, šaubām.

Lēmumu tabulas (Decision tables) ir ideju saglabāšanas process, orientējot tās uz loģisku virzību, un salīdzinot situācijas. Visi varianti tiks vēlāk novērtēti, ņemot vērā tās pašas vērtības, ar racionālu simetriju (piem., prestižs un labi apmaksāts darbs).

Lēmumu koki (Decisions trees) palīdz klasificēt skaidrojumus kategorijās (piem., patība, ģimene, darbs, brīvais laiks, veselība u.c.).

Sabrukšanas dekompozīcija (Decomposition or breaking down) ir tehnika, lai risinātu sarežģītas problēmas, kas sastāv no apakšproblēmu atsevišķas analīzes, to atrisināšanas, un starprisinājumu apvienošanas sākotnējās problēmas atrisināšanā. Dekompozīcija satur bezaizsprieduma loģiska ietvara esamību, dažas vienlaicīgi izteiktas idejas un vispārēja rezultāta sasniegšanu.

Vērtību saraksti (Value lists) ir izstrādāti pozitīvās un negatīvās autobiogrāfiskās pieredzes, personību attiecīgo vērtību nesēju izteiksmē, vai pievienojot katrai vērtībai aprakstu (lietojot mērīšanas salīdzināmās vienības).

"Plus un minuss" tabulas izsaka vērtību nozīmību ar noteiktu kritēriju palīdzību. Vērtības var būt izceltas ar simboliem +, -, 0 un tad kvantitatīvi noteiktas, lai definētu lēmuma pieņemšanā iedomāto alternatīvu izdevīgo, kaitīgo vai neitrālo lomu.

Optimistiskie un pesimistiskie scenāriji izvērza pirmajā vietā dotās situācijas galējo versiju, tādu kā "labākajā gadījumā" un "sliktākajā gadījumā", projektēšanu un salīdzināšanu.

“Nulles punkts” (“Point zero”) ir tehnika, lai izvērtētu alternatīvas (pārņemta no atkarības terapijas), norādot uz kādu neitrālu lietu klienta esošajā pieredzē.

Dažreiz mēs izdarām izvēles acumirkļa vadīti (lai izmantotu izdevību vai izbēgtu no briesmām) un tikai tad mēs meklējam argumentus attiecīgo izvēļu atbalstam, lai aizsargātos no sevis noliegšanas un savas autoritātes (profesionālās vai cilvēka) graušanas. Tāds pats paskaidrojošs mehānisms darbojas, ja mēs esam pieķērušies (ja mēs jūtam vai esam parādā pieķeršanos) kādam cilvēkam. Šis ir gadījums, kad mēs nepametam kādu, pret kuru esam lojāli vai likumīgi pateicīgi, pat ja saprotam, ka tiek pieņemts kļūmīgs lēmums. Tādējādi mēs kļūstam par aizstāvjiem lēmumam, kuram nepiekrītam, bet kuru mēs pieņemam un kuram piešķiram jaunu spēku ar saviem pašu argumentiem. Brīvajai gribai ir jāizšķir lojalitātes robežas un personiskās uzpurēšanās riski.

Kritiskās situācijās, kad darbības nesaskan ar idejām, lēmumu pieņēmējiem ir nosliece uz savu ideju pārvēršanu darbos, un viņi piedāvā pamatojumu sākotnējam lēmumam.

Mērķauditorija

- Studenti, kuri grasās izvēlēties nākošo studiju līmeni (piem., obligātās izglītības nobeigumā).
- Vidusskolas beidzēji (piem., vai nu mācīties tālāk augstskolā vai uzsākt darba dzīvi).
- Cilvēki, kuriem ir profesionālā krīze (piem., atlaisti no darba, piedzīvojuši bankrotu).
- Cilvēki, kuri zaudējuši drosmi esošās situācijas dēļ (piem., neapmierināti ar savu darbu, priekšniekiem, tādi, kas nespēj saņemt drosmi, lai atvieglotu situāciju).
- Vecāki, kas sava bērna vietā pieņem lēmumus, to apzinās, ir neapmierināti ar realitāti un no sirds vēlas to labot.
- Cilvēki, kas kādu laiku nav panākuši ievērojamu progresu savā profesionālajā dzīvē, un neskatoties uz to, ka viņu darbi ir droši un sociāli komfortabli, izjūt vajadzību pilnveidoties vai vismaz vēlas kaut ko jaunu, pat ja tas ir saistīts ar risku.
- Viegli ietekmējami, emocionāli un/vai psiholoģiski nenoturīgi cilvēki (piem., kuri ir cietuši neveiksmi iepriekš pieņemtajos lēmumos, kuri paļaujas uz trešās personas atbalstu, kuri konflikta situācijās ir atbildīgi par citiem).
- Cilvēki, kas nedomā par to, ko paši savās interesēs var darīt (piem., pārspīlēts altruisms, zems pašvērtējums).
- Darba devēji, kuriem jāizlemj par saviem darbiniekiem (piem., kuru paaugstināt amatā, kā pateikt, ka kāds tiek atlaists no darba).
- Cilvēki, kas atrodas profesionālo struktūru vadošajos amatos, kuriem vajag saskaņot pakalpojumu saņēmēju vajadzības, partneru prasības, sponsoru cerības u.c.
- Cilvēki, kuri necik sen ir ieintegrējušies profesionālajā grupā un nevēlas izraisīt savos priekšniekos izbrīnu vai neapmierinātību (piem., sīvā konkurencē jaunpieņemtie darbā, par savām idejām un radošo potenciālu nedrošie cilvēki, cilvēki savas karjeras norietā).

Nav maz tādu gadījumu, kad lēmuma nepieņemšana ir vairāk vēlama nekā sasteigta vai kļūdaina lēmuma pieņemšana. Varam teikt, ka katrā lēmumā ir gandarījuma vai neapmierinātības iedīgļi, tādēļ nav nekas neparasts nožēlot izvēli, kura izdarīta tieši tai brīdī, kad izpausta, pat ja ir pārliecība par to; tie ir šaubīgi, pārlieku analītiskie un paškritiskie, ar saviem apstākļiem un evolūciju neapmierinātie, pretendenti uz mūžīgo “vēl kaut ko”. Ir arī citi, tādi, kas reiz pieņēmuši lēmumu, vairs nesaskata citu alternatīvu priekšrocības un iespēju mainīt sākotnējo lēmumu; viņi ir pilnīgi nodevušies sasniegtai idejai (droši vien pēc krietniem pūliņiem un bez sākotnējas pārliecības), bet nav pietiekoši elastīgi, lai kaut ko ceļā uz savas idejas īstenošanu mainītu. Fantāzija un konsekvence ir pozitīvie aspekti, turpretim patoss un ietiepība ir negatīvie aspekti.

Iepriekšminētajā tipoloģijā katrai situācijai mēs varam pieskaņot dažādus konsultēšanas veidus. Tomēr viena lieta ir kopīga; konsultantiem jāņem vērā klienta intereses un vispārējā labklājība, kuru veido labo rezultātu

akceptēšana un momentānas neapmierinātības kritiska izpratne. Klientiem jāiziet ar skaidru priekšstatu par to, kādas vajadzības viņiem turpmāk ir jāapmierina, un ar pilnveidotu pašizpratni.

Piemēri, situācijas analīze¹¹, vingrinājumi

Pāris (viņš students, viņa jau strādā) vēlas konsultēties par šādu problēmu:

“Viņš (X) grasās pabeigt medicīnisko skolu un viņam ir jāizlemj par tālāko specializēšanos. Viņa izvēle svārstās starp neatliekamo medicīnu (NM) un dzemdniecību-ginekoloģiju (DZG), nosliecoties tomēr uz otro. Viņš nav izlēmis, tomēr ir pārliecināts, ka var nolikt eksāmenu abās specialitātēs.”

Konsultants jautā, kas X piesaista dzemdniecībai-ginekoloģiju, un uzzina, ka viņam patīk darbs pats par sevi. Kas viņam patīk neatliekamajā medicīnā? 50 stundu darba slodze salīdzinājumā ar 80 stundām dzemdniecībā-ginekoloģijā; tas jautu viņam vairāk laika pavadīt ar savu ģimeni.

Konsultants aicina klientus uzzīmēt lēmuma diagrammu:

| | Mācības specialitātē | Darba raksturs | Darba slodze |
|-------------|-----------------------------|-----------------------|---------------------|
| NM | 0 | 0 | + |
| DZ-G | + | + | 0 |

Augšējā lēmuma tabulā līnija MN ir izvēle karjerai neatliekamajā medicīnā, bet DZG attēlo izvēli dzemdniecībā-ginekoloģijā. Pirmā aile attēlo sagaidāmo pieredzes kvalitāti katrā no specialitātēm, otrā – sagaidāmo darba pieredzi, trešā aile attēlo darbā sagaidāmās iknedēļas saistības. Plusi nozīmē labus rezultātus, bet nulles nozīmē pieņemamus rezultātus. Svarīgs faktors lēmuma izvērtēšanā ir ietekmes ilgums. Pēc 3-4 gadu mācībām specialitātē ir sagaidāma 40 gadus ilga karjera. Konsultants norāda, ka darba raksturs un darba slodze ir 10 reīzu svarīgāka nekā mācību laika posms, tā kā tie ilgst desmit reīzu ilgāk.

X piekrīt, ka, skatoties no šīs perspektīvas, mācības specialitātē vairs nav tik svarīgas, un iesaka to pavisam izslēgt.

Konsultants no jauna zīmē diagrammu ar jaunajiem datiem un saņem no klientiem apstiprinājumu:

| | Darba raksturs | Darba slodze |
|-------------|-----------------------|---------------------|
| NM | 0 | + |
| DZ-G | + | 0 |

Konsultants piedāvā abu kritēriju salīdzinošo analīzi. Darba rakstura ietekme uz X ilgs 40 gadus, bet X attiecības ar saviem bērniem – lai kāds to raksturs nebūtu – ilgs visu viņa mūžu.

Kas attiecas uz divu kritēriju ikgadējo ietekmi, klienti kopā spriež, ka nedēļas darba slodze ir daudz nozīmīgāka, tā kā bērni ir būtiskais faktors šajā lēmumā, un papildus laiks, kas jāvelta darbam, iespaidotu ģimenes dzīvi visiem uz visu atlikušo dzīvi. Klienti skaidri redz, ka neatliekamajā medicīnā priekš viņiem ir pareizā izvēle. Viņi saprot, ka sprieduši par lēmuma nozīmi no sava viedokļa, aizmirstot būtisko, proti, bērnus. Konsultants novērtē viņu jūtīgumu, izprotot izvēles smagumu, un viņu apņēmsanos lūgt profesionālu palīdzību.

¹¹ Aizgūts no Andersona (2002)

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- lēmumi, kuri tiek pieņemti uz nepietiekamas un nepilnīgas informācijas pamata, stimulē indivīda jūtīgumu pret sociāliem notikumiem, palielina viņa atraktivitātes, izaicinājuma un interešu līmeni;
- lēmuma pieņēmēji (īpaši īstenošanas stadijā) uzņemas pilnu atbildību, lai kas arī būtu iniciators vai atbalsītājs. Lēmumi ir personīgā pieredze, un atbildīgi par lēmumu rezultātiem ir to pieņēmēji;
- lēmumu pieņemšana sašaurina iecietības sliekšni līdz kļūdai vai kompromisam. Tie, kas darbojas pretēji saviem lēmumiem pamatotu iemeslu dēļ, kļūst elastīgāki un ar tieksmi uz dziļāku lietu izpratni;
- var konsultēties ar citiem, lai pieņemtu lēmumu (piem., ar draugiem par personiskiem lēmumiem, ar ģimeni par finansiāliem lēmumiem, ar konsultantu par profesionāliem jautājumiem u.c.);
- Lēmumu pieņemšana rada visdažādākās iespējas, lai izteiktu un nostiprinātu personīgās vērtības konkrētās situācijās. Izdarītā izvēle raksturo mūsu patību un mūsu dzīves problēmu risināšanas stilu.

Trūkumi:

- lēmums ir pieņemts – individuāli vai kopā ar citiem – bet tas vēl nav īstenots. Konsultants, pēc klienta lūguma, var labākajā gadījumā brīdināt un novērtēt pieņemto lēmumu izpildi;
- lēmumi ne vienmēr spēj nomainīt pretējus ieradumus;
- emocijām ir mainīgs svars lēmumu pieņemšanā un tās var pārspēt saprātīgu pierādījumu;
- pārliecība par kompetenci savu lēmumu pieņemšanā var būt noturēta par lēmuma pieņemšanas kompetenci ikvienā situācijā;
- nav nekādu garantētu panākumu, ja pārņem/atdarina kādu noteiktu lēmumu pieņemšanas modeli vai citu veiksmīgo pieredzi;
- negrozāms dažu lēmumu raksturs, izņemot pagaidu lēmumus;
- vienreizējais raksturs vai alternatīvas, vērtības, iespējamā nākotne, svārstīšanās un vienpusēja koncentrēšanās, kas var iespaidot lēmuma pieņēmēja taisnīgo spriedumu;
- ilūzija par to, ka pārvalda muļķīgas, nejaušas vai standarta situācijas;
- vieglu lēmumu esamība, kuri acumirkļi ir derīgi, lai gan individuāli nav pamatoti, bet pieņemti, pastāvot pašreizējam viedoklim vai grupas spiedienam (piemēram, iestāšanās universitātē ģimenes locekļu vai klasesbiedru iespaidā);
- lēmumu pieņemšana sadzīves sektorā, ignorējot saistību ar citiem sektoriem (piemēram, piedāvājuma pieņemšana strādāt citā pilsētā par labāku algu un iespējamo negatīvo ietekmi uz savas ģimenes dzīvi, ignorēšana);
- normatīvo modeļu robežas formulēja *Ertelt* un *Schulz* (2002) šādi: normatīvie modeļi neizskaidro lēmumu pieņemšanas procesu, ignorē klientu spēju pārņemt un apstrādāt informāciju, vairās no iesaldētām strātīgijām, konfliktiem, emocijām, kas rodas no pārmērīga informācijas daudzuma, nejaušību ietekmes. Tomēr mēs uzskatām, ka normatīvie modeļi iezīmē konsultēšanas procesa teorētisko un centienu struktūru vispār;
- *Ertelt* un *Schulz* (2002) kritiski un globāli analizē deskriptīvi – heuristisko teoriju kategoriju, liekot uzsvāru uz šādiem aspektiem: ir pieņemts, ka cilvēki izmanto metodes, lai vienkāršotu reālas situācijas, caur pārbaudījumiem un kļūdām soli pa solim atrisinātu problēmas, ņemtu vērā tikai dažas alternatīvas un dotajā brīdī pielietotu tikai noteiktus vērtēšanas kritērijus, turētu lēmumus atvērtus jaunas informācijas integrēšanai.

Bibliogrāfija

- Anderson, Barry F. (2002). *The Three Secrets of Wise Decision Making*. Single Reef Press, Oregon, Portland.
- Aronson, Elliot (2004). *The Social Animal. (Ninth edition)*. NY: Worth Publishers.
- Bobevski, I.; McLennan, J. (1998). The Telephone counseling Interview as a Complex, Dynamic, Decision Process: A Self-Regulation Model of counsellor Effectiveness. In: *The Journal of Psychology*. 132, 1, p. 47-60.
- Brown, D. (1990). *Models of Career Decision Making*. In: D. Brown; L. Brooks (eds.), *Career Choice and Development*. San Francisco, Jossey-Bass, p. 395-421.
- Egan, Gerard (1998). *The Skilled Helper. (Sixth edition)*. Brooks/Cole Publishing Company.
- Ertelt, B. J.; Schulz, W. E. (2002). *Handbuch Beratungskompetenz*. Leonberg, Rosenberger Fachverlag.
- Janis, I. L.; Mann, L. (1977). *Decision Making: A Psychological Analysis of Conflict, Choice an Commitment*. NY: The Free Press.
- Krumboltz, J. D. (1983). *Private Rules in Career Decision Making*. Columbus, Ohio State University, National Center for Research in Vocational Education.
- Omodei, M. M.; Wearing, A. J. (1995). Decision making in complex dynamic settings: A Theoretical Model Incorporating Motivation, Intention, Affect and Cognitive Performance. In: *Sprache und Kognition*. 14, p. 75-90.
- Osipow, S. H. (1983). *Theories of Career Decision Scale*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy*. Boston, Houghton Mifflin.

Karjeras plānošana un attīstība

Career Planning and Development

Irina COZMA

Izglītības zinātņu institūts, Budapešta

Vēsture

Vienu no daudzajām karjeras attīstības definīcijām deva *Gysbers un Moore (1974)*: “*pašattīstība visas savas dzīves garumā, kas notiek lomu, kontekstu un piedzīvoto notikumu mijiedarbībā un integrācijā*”. Karjera tika saistīta ar **lomām**, kuras cilvēki atveido (ģimenes loceklis, sabiedrības loceklis, darbinieks), ar **kontekstiem**, kādos viņi nokļūst (mājas, skola, sabiedrība, darba vieta) un ar plānotiem vai neplānotiem **notikumiem**, kādi atgadās viņu dzīvē (darbs, laulība, vecāku stāvoklis). Šai definīcijai mēs varam pievienot citus faktorus, kas ir raksturīgi darba vietai un var ietekmēt karjeras attīstību: dzimums, etniskā piederība, reliģija, sociālā izcelšanās (*Gysbers; Hughey; Starr; Lapan, 1992*).

Karjeras attīstība tiek aplūkota kā veids, lai apmierinātu gan darbinieka, gan organizācijas prasības – pretstatā vecajām stratēģijām, kuras atbilda tikai organizāciju vajadzībām. Tādēļ karjeras attīstības uzdevums ir indivīdu profesionalizācija un viņu personīgā labklājība, kā arī organizāciju, kurās viņi strādā, veiksmes nodrošināšana.

Teorētiskais pamatojums

Jēdziens *karjera*, nerunājot par lomām, kādas indivīds izpilda savas aktīvās dzīves laikā, ietver darbību kopumu. Savai karjerai ir jāpievērš uzmanība, jo tā ir galvenais pašizteiksmes veids.

Karjeras plānošana ir “nepārtraukta pašnovērtēšana un uzdevumu noteikšanas process” (*Hudson, 1999*). Plašākā izpratnē, karjeras plānošana ietver racionālu procesu, kurā indivīds izvirza virkni mērķu savas karjeras attīstībai, nosakot arī veidu, kā to sasniegt.

Karjeras attīstība ir labas karjeras plānošanas izpildes rezultāts, kuras iznākumā indivīds iegūst attiecīgās kompetences un pieredzi noteiktam amatam.

Karjera tiek aplūkota arī kā attīstības process pa posmiem, kurus indivīds iziet visas savas dzīves laikā. *Ginzberga teorija (1951)* par karjeras plānošanu un attīstību balstās uz trim postulātiem.

a. *Profesijas izvēle ir process, kas ilgst no dzīves pirmajiem 4-5 gadiem līdz vēlam briedumam. Šajā procesā ir noteikti trīs posmi:*

- *fantāziju periods (6-11 gadiem):* bērni tic, ka profesionāli viņi var kļūt, par ko vien vēlas; šo periodu raksturo tas, ka bērniem nav pietiekami lielas paredzēšanas spējas par ilgtermiņa sekām, ko izvēle var izraisīt, un nepietiekamas zināšanas par attiecīgajai profesijai nepieciešamajām profesionālajām kvalifikācijām;
- *eksperimentu periods (11-17 gadiem):* vairāki posmi – nedrošība, izpēte un apzināta pašanalīze:
 - *interesu posms (11-12 gadiem):* bērni sāk apzināties, ka viņiem būs jāizvēlas sava nākotnes profesija (viņi izvēlas profesijas, kurās strādā viņu vecāki vai tādas, kas saistās ar jaunajiem mācību priekšmetiem skolā),
 - *spēju posms (13-15 gadiem):* skolēni koncentrējas uz tām profesijām, kuras saistās ar mācību priekšmetiem, kas viņiem vislabāk padodas,

- *vērtēšanas posms* (15-16 gadiem): pusaudži saskata saistību starp savām spējām un to gandarījumu, ko izvēlētā profesija viņiem var sniegt,
- *pārejas posms* (16-17 gadiem): kļūst svarīgi izveidot tiešu saikni starp personīgajām interesēm un līdz šim gūtajiem sasniegumiem;
- *reālas izvēles periods* (17-22 gadiem) ietver:
 - *izpēti* (17-20 gadiem): indivīdi vāc informāciju par fiziskām un garīgām prasībām noteiktām profesijām,
 - *kristalizēšanu* (20-22 gadiem): cilvēkiem ir pietiekama informācija karjeras izvēlei,
 - *precizēšanu* – profesijas izvēle.

Šiem attīstības periodiem nav stingri jāiekļaujas minētajos laika limitos. Dažiem jauniešiem jau agri ir skaidrība par to, ko viņi vēlas darīt, kamēr citi ilgi ir neizlēmīgi vai bieži maina savas domas.

b. Process ir neatgriezenisks.

Jo ilgāk notiek sagatavošanās noteiktai karjerai, jo grūtāk būs to mainīt. Tāpēc ir ļoti svarīgi jauniešiem pēc iespējas agrāk būt informētiem par iespējām saistībā ar savām potenciālajām, intelektuālajām un praktiskajām dotībām.

c. Kompromiss ir būtisks katrā izvēlē.

Profesijas meklējumos cilvēki bieži saskaras ar izvēlēm: starp to, kas viņiem patīk un to, kas viņiem ir noderīgs/nepieciešams/vēlams izvēlēties, starp personīgajām interesēm un piemērotību, starp savu vecāku un pašu vēlmēm, starp saviem sapņiem un to, ko skola un darba tirgus piedāvā. Katra no šīm izvēlēm iepriekš paredz saprātīgu atteikšanos un kompromisu.

Supers (1953) izvirzīja teoriju par profesijas izvēles procesa rašanos un evolūciju. Viņš noteica šādus posmus:

- *augšanas posms* (4-10 gadiem): indivīds sāk domāt par savu nākotni, vairāk uzņemas atbildību par savu dzīvi, ir pārliecināts, ka sekmēm skolā un darbā jābūt labām, iegūstot uz kompetencēm balstītu atbalstu un iemaņas;
- *izpētes posms* (14-24 gadiem): labāka izpratne par apkārtējo vidi un sevi pašu (identitātes kristalizācija), sašaurinot izvēles loku (izvēles precizēšana);
- *stabilizēšanās posms* (24-44 gadiem): nodarbinātība, sava stāvokļa nostiprināšana, paaugstinājums;
- *saglabāšanās posms* (45-65 gadiem): interese par sekmīgu darba izpildi, veicot izmaiņas un jauninājumus, lai izvairītos no rutīnas;
- *ddarba pārtraukšana* (pēc 65 gadiem): aiziešana pensijā, savas dzīves veida pārstrukturēšana.

Supera teorija balstās uz šādiem postulātiem:

- jāņem vērā individuālās atšķirības katra spējās, interesēs un personībā;
- ikkatrs no mums ir apveltīts ar daudzveidīgām spējām, kas ļauj mums iegūt kvalifikāciju vairākām profesijām un amatiem. Tos var noteikt, pielietojot interešu un piemērotības izpētes metodes;
- profesionālā izvēle un kompetences laika gaitā mainās, tas padara karjeras izvēli par nepārtrauktu procesu;
- darbs ir dzīves veids. Ir vēlama profesijas atbilstoša pielāgošana personiskai dzīvei.

Karjeras plānošana un attīstība ir cieši saistīta ar *ģimenes dzīvi*; starp šiem diviem aspektiem ir iespējamās vairākas saistības (Zedeck; Mosier, 1990, apud Gysbers, 2003):

- *pilnīga saplūšana* – pastāv ļoti cieša saistība starp darbu un ģimeni, tā, ka gandarījums vai neapmierinātība vienā ietekmē otru;

- *kompensācija* – attiecības starp darbu un ģimeni ir savstarpējas: tās var cita citu kompensēt;
- *segmentēšana* – darbs un ģimene var līdzāspastāvēt bez savstarpējas ietekmes;
- *starpniecība* – vienu lomu izmanto, lai kaut ko saņemtu no citas lomas;
- *konflikts* – panākumi vienā lomā saistās ar upurēšanu otrā.

Karjeras plānošanas process organizācijā satur trīs iespējamus karjeras attīstības virzienus, kas maina organizācijas lieluma funkcijas un darbības kategorijas tajā:

- tradicionālais virziens*: darbinieki tiek paaugstināti vertikāli, virzienā no apakšas uz augšu (nepārtraukta paaugstināšana laika gaitā);
- sistēmas virziens*: kad dažādiem posteņiem nepieciešamas vienādas darbības, amatu saimes veidošana; darbinieki virzās mijā vertikāli un horizontāli, darba aktivitāšu un nepieciešamo spēju funkcionēšana;
- duālais virziens*: kad darbinieki iegulda savas spējas citās aktivitātēs, nenovirzoties no sava iepriekšējā virziena.

Tā kā mūsdienu sabiedrība piedzīvo nozīmīgas pārstrukturēšanās fāzi, īpaša uzmanība ir jāvelta karjeras attīstībai, kas ir saistīta ar darbaspēka ātru pielāgošanos. Sagaidāmās pārmaiņas ir šādas:

- tā kā globalizācija turpinās, daži darbinieki kļūst lieki;
- ir radīts aizvien vairāk jaunu darbu pakalpojumu sektorā;
- elastībai, radošumam, piemērošanās spējām un nepārtrauktam mācīšanās procesam ir lielāka nozīme nekā uzkrātajai pieredzei;
- daudzos sektoros darba drošība vairs nav spēkā;
- no darbiniekiem prasa elastību, pielāgošanās spējas, novatorismu (nevis darba ātrumu un zemas ražošanas izmaksas);
- ražošanas decentralizācija (uzņēmumi tikai ražo to, kas labāk padodas, visu pārējo saņem no citiem uzņēmumiem);
- īslaicīgi darbi kļūst aizvien vēlamāki;
- vairākumam cilvēku ģimene un organizācija, kurai viņi strādā, kļūst par centrālajām institūcijām viņu dzīvēs.

Metodes prezentācija

Karjeras plānošana un attīstība nav lineārs process, bet gan tāds, kas atkārtojas un ir nepārtraukts, kas saistās ar darba tirgus pazīšanu, personības vājo un stipro pušu izvērtēšanu, savas karjeras redzējuma skaidru formulējumu, savas nākotnes reāla plāna sastādīšanu un savu resursu izmantošanu, lai sasniegtu izvirzītos profesionālos mērķus (*Donner, 1998*).

Karjeras plānošanā ir nepieciešami vairāki informācijas avoti, pēc kuriem indivīdam vadīties.

- *Pašnovērtēšana*: cilvēkiem ir jāapsver savi centieni savstarpējā saistībā ar savām dotībām, zināšanām un attīstības iespējām nepārtrauktā mācīšanās procesā. Turklāt viņiem ir jāizvērtē vides īpašības, kurā viņi dzīvo/strādā. Pašnovērtēšanas priekšnoteikums ir zināšanas par savu piemērotību, interesēm un vērtībām.
- *Došanās pie ekspertiem/konsultantiem*: padomu lūgšana cilvēkiem, kuru pieredze un profesionālais stāvoklis ļauj dot ieteikumus.
- Attīstības *iespēju* gūšana, iesaistoties mācību programmās, izvirzot jaunus personīgos mērķus.

Kad savas personības profils ir izanalizēts, ļoti svarīgi ir padomāt par tādiem akadēmiskiem aspektiem kā tituli, izcelšanās, zinātniskie grādi, valodas utt., kam jābūt personas dokumentu mapes (portfolio) daļai. Analīzes beigās tiek sastādīta SVID forma, lai pretstatītu stiprās (resursi un iespējas) un vājās (trūkumi un draudi) puses. Doma ir šāda: uz kādām priekšrocībām indivīds var paļauties, apsverot savas iespējas darba tirgū, un pie kādiem trūkumiem ir jāpiestrādā, apsverot pašreizējos draudus?

Labas karjeras plānošanas sākums ir *sevis-apzināšanās*: tā ir savas personības iezīmju apzināšanās. Puchol (1994) iesaka izmantot pamatjautājumus, lai iepazītu sevi:

| | |
|---|---|
| <i>Kas es esmu? Ko es protu?</i> | <i>Personības un prasmju/piemērotības novērtēšana</i> |
| <i>Par ko es vēlos kļūt?</i> | <i>Personīgo interešu/motivācijas/cientienu novērtēšana</i> |
| <i>Kas man jā dara?</i> | <i>Personīgo vajadzību/ieguldījuma izglītībā mācībās un darbā novērtēšana</i> |

Šo jautājumu godīga apsvēršana ļauj indivīdam koncentrēties noteiktam mērķim un sekot profesionālās izglītības noteiktai jomai. Tādēļ karjeras plānošana ir racionāls process, kas liek atbildēt uz šādiem jautājumiem.

- *Kas es esmu? Ko es protu?*
 - Piemērotības noteikšana:
 - saraksta sastādīšana par 20 sasniegumiem, lieliem vai maziem, profesionāliem, personīgiem, akadēmiskiem, emocionāliem utt.;
 - spēju noteikšana: inteligence, neatlaidība, motivācija, empātija utt.;
 - neveiksmes momentu noteikšana un neveiksmi izraisījušo faktoru konstatācija.
- *Par ko es vēlos kļūt?*
 - Kur lai pastiprinu pūliņus un virzu attīstītās prasmes?
- *Kas mani motivē?*
 - Drošība – palikt organizācijā uz ilgu laiku.
 - Brīvība – autonomija un sava telpa.
 - Rezultāti – atstāt aiz sevis kaut ko labi paveiktu.
 - Līdzsvars – veltīt vienādu laiku karjerai un ģimenei.
 - Nauda – augsts ienākumu līmenis.
- *Kas man jā dara? Kā es tur nokļūšu?*
 - Esošo un slēpto spēju attīstīšana.
 - Mācību turpināšana.
 - Lielu paužu un dīkstāves momentu darbā novēršana utt..

Tādējādi, katram ir sev jāuzdod virkne jautājumu saistībā ar:

- savām vērtībām.
 - Kas man ir svarīgs (manā personīgajā un darba dzīvē)?
 - Kādas ir manas prioritātes: ģimene, es pats/i, sabiedrība, darbs utt.?
- savām interesēm.
 - Kas man patika manos iepriekšējos darbos un kas man patik pašreizējā darbā;
 - Kādā vidē man vislabāk viss padodas;
 - Kas īsti mani motivē?

Analizējot savas spējas un vēlmes, ir svarīgi tās pretstatīt realitātei, uzdodot vēl šādus jautājumus.

- Kādus novērojumus un komentārus saistībā ar maniem sasniegumiem esmu saņēmis/usi no saviem kolēģiem, draugiem, ģimenes?
- Kādas stiprās un vājās puses viņi manī ir atklājuši?
- Kas līdzīgs un kas atšķirīgs ir starp manu un viņu vērtējumu ?

Nākošais solis ir karjeras plāna sastādīšana, ņemot vērā darba devēju prasības darba tirgū, kompetences, kādas nepieciešamas konkrētajam darbam, un indivīda iespējas un spējas.

Relatīvi līdzīga pieeja ir *Gysbers, Hughey, Starr and Lapan (1992)*, kuri uzskata, ka stratēģiskajam profesionālajam plānam jāietver šādi etapi:

- *mērķu izvirzīšana*. Šis ir veids, kā indivīds var koncentrēties nākotnes darbībām, vēlmei visu padarīt vislabākajā līmenī. Profesionālajiem mērķiem jābūt reāliem (sasniedzamiem) un interesantiem;
- *darbības soļu precizēšana*. Kad ir izvirzīti mērķi, viņiem ir jāpārtop par konkrētiem darbības soļiem un noteiktām darbībām;
- *resursu noteikšana*. Plānošanas process un mērķu sasniegšana ietver arī atbildes uz jautājumiem "kas" un "ar ko";
- *laika noteikšana*. Konkrēta un precīza plānošana veicina karjeras plānošanas un īstenošanas efektivitāti. Gala termiņu noteikšana nedrīkst izraisīt bailes, bet tai ir jābūt stimulējošai;
- *veiksmes indikatoru noteikšana*. Vienmēr pirms karjeras plāna ieceres mums sev jāpajautā, ko mēs saprotam ar veiksmi, un kā mēs zināsim, ka mūsu plāns darbojas. Indikatori izpildes vērtēšanai var būt iekšēji vai ārēji.

Lai sasniegtu efektīvu profesionālo izaugsmi, jāiziet trīs etapi (*Sanchez, 1994*):

- 1) *orientācijas etaps* – ietver sev vēlamā karjeras veida un nepieciešamo soļu mērķa sasniegšanai noteikšanu; šis etaps prasa individuālu profesionālās karjeras atbalstu un daudzveidīgus informācijas avotus;
- 2) *attīstības etaps* – sastāv no darbībām, kas rada un attīsta nepieciešamās īpašības dažādām situācijām: darbā pieņemšana, darbaudzināšanas programmas, darba rotācija, mācības utt.;
- 3) *novērtēšanas etaps* – ietver aktivitātes, kas saistās ar pašnovērtēšanu un citu cilvēku vērtējumu; etapa mērķis ir noteikt indivīda stiprās un vājās puses.

Karjeras plānošana nav prioritāte vienīgi indivīdam, bet arī organizācijai. *Winterscheid (1980)* nosaka karjeras plānošanas galvenos mērķus organizācijā:

- kvalitātes vajadzību apmierināšana attiecībā uz cilvēka resursiem, gan pašreizējiem, gan plānotajiem;
- efektīvas iekšējās komunikācijas izveidošana saistībā ar darbinieku nākotnes profesionālo pārvietošanos;
- esošo cilvēku resursu programmas efektivitātes palielināšana, integrējot nepārtrauktu mācību procesu un karjeras vadību.

Karjeras plāniem jābūt dinamiskiem, pielāgotiem indivīda apstākļiem, un profesionāli stimulējošiem. Katram indivīdam jāpiemēro savs plāns, ja notiek kādas pārmaiņas plašākā kontekstā vai kad ir sasniegts jauns attīstības etaps.

Mērķauditorija

Kad runājam par karjeras plānošanu un attīstību, mēs iedomājamies ļoti plašu potenciālo pakalpojumu saņēmēju kategoriju, sākot ar cilvēkiem, kas vēl iet skolā, un beidzot ar tiem, kas jau sasnieguši pensijas vecumu.

- *Skolēniem*, kas gatavojas iestāties universitātē, jāzina, ko viņi spēj darīt un ko darba tirgus piedāvā/ieprasa.

- *Universitātes beidzējiem ļoti cītīgi jāanalizē savas spējas un pieejamā informācija, lai izlemtu par nākošo savas dzīves soli (maģistra grāds, doktora grāds, specializācija, darbs).*
- *Jaunieši un pieaugušie, kas vēlas analizēt savu profesionālo profilu un izstrādāt stratēģiju, lai attīstītu savas kompetences un īstenotu savus centienus.*
- *Pieaugušie dažādās savas personības attīstības stadijās, kuri vēlas pārorientēt savu karjeru.*

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

1. vingrinājums

Spēju interpretācija

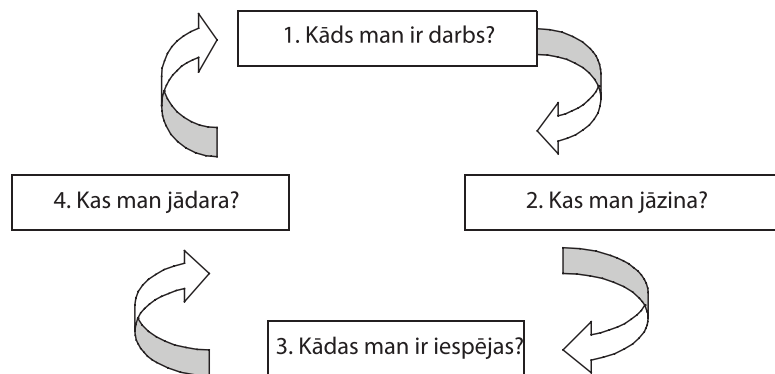
Zemāk seko kontrolsaraksts, kas palīdz noteikt kandidāta prasmes, lai varētu sastādīt karjeras plānu:

| SPĒJAS | Esošās | Vajadzīgās | Trūkstošās |
|--|--------|------------|------------|
| 1. Verbālās spējas | | | |
| 2. Matemātiskās spējas | | | |
| 3. Telpiskās uztveres spējas | | | |
| 4. Fiziskās spējas (spēks, ātrums utt..) | | | |
| 5. Saskarsmes spējas | | | |
| 6. Manuālās spējas | | | |

Tālāk spējas ir sarindotas hierarhijā pēc identificētajām stiprajām un vājajām pusēm.

2. vingrinājums.

Četri soļi pretī jaunai karjerai



1. *Kāds man ir darbs? Ko es pašlaik daru?* Klienta alternatīvas: iepazīstas ar apstākļiem, vidi, analīzē.

- Ko es pašlaik daru?
- Ko es esmu darījis?
- Ko es gribētu darīt?
- Ko es negribētu darīt?

2. *Kas man jādara? Ko es varu darīt? Ko tirgus piedāvā?* Klienta alternatīvas: domā par to, ko viņš/viņa grib un var darīt; pēc tam saņem informāciju par to, ko viņš/viņa var darīt esošajā darba tirgū.

- Ko es varu darīt (piemērotība, kompetences, iemaņas, spējas)?
- Kādi darba veidi man ir pieejami?

3. *Kādas alternatīvas man ir?* Klienta alternatīvas: analizē katru iespēju, izvēlas to, kas visvairāk ir piemērots?

- Kā es varu vairāk uzzināt par profesijām, kuras mani interesē?
- Kādu profesiju es izvēlēšos?

4. *Kas man jādara?* Klienta alternatīvas: plāno, kā īstenot lēmumu, un rīkojas saskaņā ar plānu.

- Kas man ir jādara izvēlētajā profesijā/amatā/darbā?
- Kurā etapā es pašlaik atrodos?
- Kā lai es izstrādāju darbības plānu?

Situācijas analīze (četri soļi)

Mihaijs mēdza vasarā strādāt celtniecībā, bet ziemā viņš devās uz mežu. Jau kopš zēna gadiem vectēvs vienmēr ņēma viņu līdz uz mežu, lai iemācītu viņam izdzīvot. Mihaijam nevajadzēja strādāt ziemā. Viņš pietiekoši sapelnīja naudu vasarā, lai varētu izdzīvot visu gadu. Viņš nebija bagāts, bet viņam nekā arī netrūka.

Vienu vasaru Mihaijs cieta nelaimes gadījumā. Ārsti viņam teica, ka viņš nekad vairs nevarēs strādāt celtniecībā, kas nozīmēja, ka ir jāatrod cits iztikas avots. Tad viņš **ieturēja pausi un apsvēra** savas alternatīvas. Runājot ar konsultantu no nodarbinātības dienesta, Mihaijs ieminējās, ka viņam patīk pavadīt laiku mežā. Tad viņam ieteica mežziņa kursus, kas palīdzēja viņam atrast darbu. Kāds vēl ieteica strādāt par gidu kalna tūrismā ar zirgiem, bet viņš pieturējās pie pirmās izvēles.

Sākumā Mihaijs satraucās par to, ka jāiet skolā, jāsēž solā utt., bet viņš **apvaicājās un uzzināja**, ka mācību programma neilgs ilgāk par 9 mēnešiem. Rezultātā viņš **izvēlējās** iestāties.

Viņš **plānoja** uzsākt mācības rudenī. Tiklīdz saņēma ārsta atļauju, Mihaijs sāka strādāt jaunajā darbā.

Četri soļi

1. *Ko es pašlaik daru?* – Mihaijs mēdza strādāt celtniecībā, bet pēc nelaimes gadījuma viņš pārstāja to darīt un pārdomāja savu dzīvi. Viņš domāja par to, kas vēl viņu interesē, un saprata, ka viņam tiešām patīk laiku pavadīt mežā.
2. *Kas man jāzina?* – Mihaijs uzzināja no autoritatīviem avotiem par mežziņa mācību programmu.
3. *Kādas man ir alternatīvas?* – Mihaijs analizēja iespējas uzsākt mācības. Beidzot viņš izlēma par labu tām.
4. *Kas man jādara?* – Mihaijs plānoja uzsākt kursu jau rudenī un sekoja savam plānam.

3. vingrinājums.

Zemāk dotā uzdevuma mērķis ir noteikt īpašības, ar kurām katrs indivīds var vadīt savu karjeru.

- *Attieksmes* ir elementi, kuri nosaka uzvedību (iedzimtā un iegūtā), ar kuru palīdzību uzvedība pielāgojas videi.
- *Spējas* ir tieksme, kas ļauj gūt labus rezultātus fiziskās un garīgās darbībās. Galvenokārt tā ir iekšēja, taču to var attīstīt vai pavājināt, ikdienas dzīvē tā var funkcionēt uz stimulu pamata.

Beigās indivīds var noteikt savas *stiprās un vājās puses*, kas vēl ir jāattīsta vai kas jau ir vajadzīgajā līmenī. Apakšā dotā tabula palīdz noteikt šīs īpašības:

Attieksmes

| Apgalvojumi | Jā | Nē | Nezinu |
|--|-----------|-----------|---------------|
| Strādājot es dodu priekšroku sekot skaidriem mērķiem | | | |
| Vairāk uzmanības veltu savam darbam nekā savai ģimenei | | | |
| Es jūtu, ka ielaižos ētiskā un morālā kompromisā ar noteiktu ideju cilvēkiem | | | |
| Mani vairāk saista alga, nevis pats darbs | | | |
| Idejas nosaka manus uzskatus par citiem un manu attieksmi pret viņiem | | | |
| Darbā man ir nepieciešams, ka mani novērtē priekšnieks vai kolēģi | | | |
| Es vērtēju drošību un stabilitāti darbā vairāk par visu | | | |
| Es uzskatu, ka mobilitāte un pārmaiņas ir stimulējošas | | | |
| Man patīk individuāli uzdevumi | | | |
| Man patīk, ka savā darbā varu pats/i pieņemt lēmumus | | | |
| Es esmu sajūsmināts par to, ko daru | | | |
| Man patīk uzņemties atbildību | | | |
| Man nepatīk strādāt vienam pašam | | | |

Spējas

| Jautājumi | Labi | Vidēji | Slikti |
|--------------------------|-------------|---------------|---------------|
| Teksta izpratne | | | |
| Rakstīšana | | | |
| Publiska uzstāšanās | | | |
| Problēmas noteikšana | | | |
| Jauna pieeja problēmām | | | |
| Pētīšana | | | |
| Vadīšana | | | |
| Grupas darbs | | | |
| Pārliecināšana | | | |
| Tirdzniecība | | | |
| Nodarbību plānošana | | | |
| Efektīva laika plānošana | | | |
| Individuālais darbs | | | |
| Ilgtermiņa projekti | | | |
| Darbs ar detaļām | | | |
| Matemātiskās spējas | | | |

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- savlaicīga personīgo spēju identificēšana no karjeras atbalsta viedokļa;
- spēju un kapacitātes dinamikas periodiska pārbaude visā karjeras laikā, lai atrastu jomas, kurās jāpilnveidojas;
- profesionālā ceļa organizēšana, ņemot vērā nepārtrauktu pašattīstību.

Trūkumi:

- neelastīgas personas nespēj piemēroties reiz izstrādātajam karjeras plānam;
- ja periodiski neizvērtē karjeras plānu no jauna, cilvēki var turpināt profesionālo ceļu, kas viņiem vairs neder (zaudējot dažas spējas, iegūstot jaunas, prasību izmaiņas darba tirgū).

Bibliogrāfija

Donner, G. J. (1998). Taking control of your future: The time is now. In: *Taking control of your career and your future: For nurses by nurses*. G. Donner; M. Wheeler (Eds.). Ottawa: Asociación de Enfermeras del Canadá. p. 3-11.

Ginzberg, E.; Ginsburg, S. W.; Axelrad, S.; Herma, J. L. (1951). *Occupational choice: An approach to a general theory*. New York, Columbia University Press.

Gysbers, N. C. (2003). *Career Counseling: Process, Issues, and Techniques*. Boston, MA: Allyn & Bacon.

Gysbers, N. C.; Hughey, K. F.; Starr, M.; Lapan, R. T. (1992). Improving School Guidance Programs: A Framework for Program, Personnel and Results Evaluation. In: *Journal of Counseling and Development*. 70 (5), p. 565-570.

Gysbers, N. C.; Moore, E. J.; Magnuson, C. (1974). Career education concepts, methods and processes for pre- and in-service education. In: *Journal of Career Education*. 1 (2).

Hudson, F. (1999). Career coaching. In: *Career Planning and Adult Development Journal*. 15(2), p. 69-86.

Puchol, L. (1994). *Reorientación de carreras profesionales*. Madrid: Ed. ESIC.

Sanchez, J. C. (1994). *Planificación y desarrollo de carreras*. Salamanca Universita.

Super, D. E. (1953). A theory of vocational development. In: *American Psychologist*. 8, p. 185-190.

The Career Planner (1993). Alberta, Canada, Advanced Education and Career Development.

Winterscheid, B. C. (1980). A Career Development System Coordinates Training Efforts. In: *Personnel Administrator*. August, p. 28-32.

www.monografias.com

Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts skolu programmu ietvaros

Curricular Area Counselling and Guidance

Angela Musca
Speranta Tibu

Izglītības zinātņu institūts, Budapešta

Vēsture

Interese par *karjeras izglītības* metožu noteikšanu ir pastāvējusi jau kopš tā laika, kad tika formāli izveidoti karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu centri ar specializētiem kadriem un sistemātisku refleksiju konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta jomā. Mūsdienu prakse pasvītro *izglītojošo (educational) pieeju konsultēšanā un karjeras attīstības atbalsta sniegšanā*, kura radās Rumānijā obligātās izglītības vecumrobežas pagarināšanas kontekstā, dažādojot vidējo izglītību un atceļot gala termiņu profesionālajai izvēlei. Šī koncepcija akcentē sistemātisku izglītību visas mācību dzīves laikā ar informācijas sniegšanu par izglītības un profesionālām iespējām, ar pašizpēti veicināšanu un jauniešu iesaistīšanu karjeras izpētē un izvēlē.

Votss (*Watts*) un Sultana (2004) Eiropas karjeras konsultēšanas sistēmu salīdzinošajā pētījumā piemin mūsdienu tendenci veltīt pieaugošu uzmanību karjeras attīstības atbalstam un karjeras izglītībai skolās. *Karjeras izglītības un konsultēšanas* nodarbības ir iekļautas daudzu valstu mācību programmās. Tās var būt gan atsevišķi mācību priekšmeti, gan tajos integrētas tēmas. *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* programmas tiek uzlabotas ar dažādu profesiju darba devēju, vecāku, vietējās sabiedrības pārstāvju aktīvu iesaistīšanu. Skolēniem palīdz pašiem organizēt un plānot savas ilgtermiņa mācību nodarbības, iesaistot viņus portfolio veidošanā, personīgu un profesionālo projektu rūpīgā izstrādē utt..

Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pasākumi skolās tiek īstenoti labāk un biežāk tad, kad skolēniem jāpieņem svarīgi lēmumi, taču pastāv tendence īstenot šādus pasākumus, cik drīz vien iespējams. Starptautiski izglītojošais karjeras attīstības atbalsts iesākas jau sākumskolā ar vērtēšanas un informācijas nodarbību palīdzību un turpinās visā obligātās izglītības laikā. Piemēram, Kanādā pieeja, kuru nosauca par *l'ecole orientante*, uz *karjeras attīstības atbalstu orientēta skola*, kura radās Kvebekā, saistās ar noteiktām izglītības reformām, kuru pamatā ir kompetenču attīstība. Ja vispārējās izglītības galvenais uzdevums ir palīdzēt skolēniem aprakstīt galvenajos vilcienos savu personīgo identitāti, tad vidusskolā viņi jau ir gatavi izvēlēties profesiju. Šim nolūkam ir atvēlēti resursi, kas ļauj palielināt speciālistu skaitu karjeras attīstības atbalsta un konsultēšanas jomā, un papildus tiek veicināta sadarbība starp skolotājiem un skolu konsultantiem, kā arī partnerība ar vecākiem un vietējās sabiedrības pārstāvjiem.

Teorētiskais pamatojums

Lo (*Law*) (1996) piedāvā **karjeras izglītības** un **karjeras attīstības atbalsta** aktivitāšu salīdzinošo analīzi.

| Kritēriji | Karjeras izglītība | Karjeras attīstības atbalsts |
|-----------------|---|---|
| <i>Kontakts</i> | Aktivitātes īsteno grupās, tiek veicināta speciāla grupu mijiedarbība | Aktivitātes notiek individuāli vai mazās grupās, kuras bagātinās no cilvēku savstarpējās saskarsmes |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| <i>Būtība (Relevance)</i> | Akcentēta tiek mācīšanās vispār, mācīšanās kas ir būtiska grupai | Akcentēta tiek diferenciālās mācīšanās loma, kas ir svarīga indivīdam |
| <i>Pamats</i> | Mācību programma tiek iepriekš izstrādāta | Klients apspriež programmu ar konsultantu |
| <i>Attīstība</i> | Mācīšanās ir progresējoša, no pamatkompetencēm uz daudz sarežģītākām kompetencēm | Mācīšanās balstās uz pieredzi, sākot ar to, kas klientam pašlaik jādarā |
| <i>Rezultāti</i> | Mācīšanās vispārīga ietvara veidošana, kas paredz individuālu atbildi iekļaušanu un atbalstīšanu | Indivīda sagatavošana noteiktu problēmu risināšanai vai lēmumu pieņemšanai |

Lo (*Law*) iestājas par karjeras izglītības un konsultēšanas organizētiem, sistemātiskiem un rūpīgi izstrādātiem pasākumiem, kas motivē indivīdus aktīvi tajos iesaistīties, izmantot savu potenciālu, un sagatavo viņus mūž-izglītībai.

Konsultēšanas elementu iekļaušana mācību programmā ir svarīgs arguments informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu attīstībai skolās. Mācību programmu saturs katrā valstī ir atšķirīgs, tomēr tie satur fundamentālu aspektu virkni, saskaņā ar Lo (*Law*) un Votsa (*Watts*) DOTS modeli (1977):

- iespēju apzināšanās: izdevības, prasības, klientu intereses, piedāvātās priekšrocības;
- pašizziņa (*self-knowledge*): darbaspējas, spējas, prasmes, vajadzības, vērtības un intereses;
- lēmumu pieņemšana: reālu lēmumu pieņemšanas veidu apgūšana;
- spēju attīstīšana: piemēroties pārmaiņām, piemērot lēmumus un pieņemt to sekas.

Tālāk mēs sniedzam pārskatu par situāciju dažādās Eiropas valstīs.

- **Dānijā** 14-16 gadus veciem *folkeskole* skolēniem skolotājs konsultants palīdz daudz iegūt vismaz 48 nodarbības, lai viņi varētu izvēlēties izglītības vai profesionālo ceļu (*education des choix*).
- **Vācijā** pastāv *Arbeitslehre*, orientācijas programmas par darba pasauli 5-7 stundas nedēļā. Tās paredzētas 13-15 gadus veciem skolēniem *Hauptschulen* un *Realschulen* skolās. Mācību programma ietver darba pasaules izzināšanu, tā ir strukturēta kā atsevišķs mācību priekšmets vai kā starpdisciplīna, vai kā integrēta programma.
- **Grieķijā** 12-14 gadus veci skolēni apmeklē 45 nodarbības par izglītības izvēli, un vidusskolas pirmo gadu skolēniem (15-16 gadus veciem) palīdz 30 šādas nodarbības.
- **Nīderlandē** 12-15 gadus veciem skolēniem karjeras attīstības atbalsta nodarbības īsteno atsevišķi vai iekļauj obligātajos mācību priekšmetos.
- **Portugālē** 14-15 gadus veci skolēni katru nedēļu piedalās karjeras konsultēšanas sesijās, kas ilgst 50 minūtes.
- **Lielbritānijā** karjeras izglītība prezentē vienu no transuniversāliem mācību priekšmetiem, kas ir iekļauts mācību programmā 14-16 gadus veciem skolēniem. Daudzās skolās tā ir daļa no *personīgās un sociālās izglītības* (PSE – *personal and social education*).
- Arī **Īrijā, Itālijā, Luksemburgā** ir programmas, kas paredz skolēnu sagatavošanu viņu profesionālajai dzīvei.
- **Beļģijā** konsultēšana psiholoģiskajos, ārstnieciskajos, sociālajos centros (PMS – *psycho-medical-social centres*) izvēles izglītībā īsteno grupu nodarbības ar skolēniem, un **Francijā** konsultanti-psihologi organizē līdzīgas sesijas informācijas un karjeras attīstības atbalsta centros (CIO).
- **Luksemburgā** karjeras konsultēšana vidusskolās ir saistīta ar plašām skolas reformām un sadarbības palielināšanu starp skolu un vietējo sabiedrību. Karjeras izglītības mērķis ir: sniegt atbalstu pārejas posmā no pamatskolas uz vidusskolu, *savoir être* kompetenču un sociālo spēju attīstīšana ar grupas mācīšanās

metožu un konsultēšanas palīdzību. Tādā veidā skolotāji un skolas psihologs palīdz skolēniem pieņemt lēmumus un uzlabot paškontroli.

Eiropas komisijas ziņojums (Watts, 1994) identificē dažas problēmas skolas un profesionālās izvēles izglītības nodarbību īstenošanā attiecībā uz skolotāja lomu (kuram ir jābūt par dinamiska mācīšanās procesa multiplikatoru un koordinatoru) un novērtēšanas trūkumu. Lai vadītu kvalitatīvākas nodarbības, ir nepieciešams atbilstoši sagatavoties.

Rumānijā konsultēšanā un karjeras attīstības atbalsta sistēmā tiek sekmētas šādas pieejas:

- *autonomais modelis*, kas apskata konsultēšanu un karjeras attīstības atbalstu kā neatkarīgu procesu, kas ir ārpus izglītības sistēmas (īpaši noderīgs pieaugušo konsultēšanā);
- *dinamiskais modelis*, kas ietver konsultēšanu un karjeras attīstības atbalstu skolas mācību programmā (sevišķi noderīgs jauniešu konsultēšanā sākumizglītībā un mācībās).

Tādā veidā konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pasākumi, kurus īsteno specializētas iestādes, tādās kā: psiholoģiski pedagoģiskās palīdzības centri un kabineti pirmsuniversitātes (*pre-university*) izglītībā vai informācijas un konsultēšanas centri augstākajā izglītībā, cits citu pilnveido un pastāv līdzās pasākumiem, kas ir specifiski skolu programmās paredzētajā konsultēšanā un karjeras attīstības atbalstā (2005).

Profesionālās un personīgās attīstības aktivizēšanas (AVPD – Activating vocational and personal development) pieeja prezentē teorētisko bāzi karjeras izglītībā pielietoto modeļu un metožu virknei, kuras pašlaik izmanto **Francijā**. Tās ir nosauktas par *Izvēles izglītību (Education des choix)* un *Ceļu uz veikšanu/darīšanu (Chemin faisant)*. AVPD izstrādāja kanādiešu akadēmiķu grupa 1970. gados: Peletjē (*Pelletier*), Nuazo (*Noiseux*), Bužols (*Bujold*), pamatojoties uz Supera (*Super*) idejām – attīstības psiholoģiju, Gilforda (*Guilford*) – kognitīvo psiholoģiju un Rodžersa (*Rogers*) – humānistisko psiholoģiju.

AVPD argumenti ir [Gišārs(*Guichard*), Ito (*Huteau*), 2001]:

- profesionālās mobilitātes fenomens, kas nozīmē dažu arodu izzušanu un citu parādīšanos, daudzu profesionālo aktivitāšu rakstura un apstākļu izmaiņas;
- atšķirības starp esošajām spējām un tām, kas ir novērtētas ar psiholoģisko testu palīdzību, un spējām, kas nepieciešamas noteiktām profesijām;
- pasīvā un reaģējošā subjekta tēla nomaiņa uzvedības psiholoģijā ar aktīvā un autonomā subjekta tēlu, ko veicina kognitīvā psiholoģija [Piažē (*Piaget*)] un humānistiskā psiholoģija [Rodžers (*Rogers*)];
- skolu satura izmaiņas, pagarinot gadu skaitu obligātajā izglītībā, un vajadzības rašanās pēc agrākas sagatavošanas lēmumu pieņemšanā attiecībā uz mācību vai profesijas izvēli;
- sabiedrībā izvirzīto vērtību evolūcija, kas akcentē autonomiju un personīgo pilnveidošanos.

Profesionālās un personīgās attīstības aktivizēšana atgriežas pie indivīda pieredzes no kognitīvā viedokļa (heiristisks princips) un no fenomenoloģiskā viedokļa (pieredzes princips). Saskaņā ar AVPD indivīdi savā attīstībā iziet cauri posmu virknei, kur katrs posms saistās ar kognitīvo procesu pēc Gilforda (*Guilford*) izstrādātā *intelektā modeļa*:

- *"izpēte"* paredz esošo iespēju pārbaudi un aktīvu daudzveidīgas informācijas meklēšanu par patību un pasauli, process balstās uz diverģento domāšanu;
- *"kristalizācija"* tiek veikta ar iepriekšējā posmā nepieciešamās informācijas sakārtošanu un strukturēšanu, process balstās uz *konceptuālo domāšanu*;
- *"precizēšana"* ir līdzīga lēmuma pieņemšanai, un to veic, pakalpojuma saņēmējam pieņemot pareizo lēmumu, process balstās uz *vērtējošo domāšanu*;
- *"īstenošana"* nozīmē padarīt lēmumu konkrētu, virzoties uz darbību, process saistās ar *komplicēto domāšanu*.

Metodes prezentācija

Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts mācību programmu ietvaros tika iekļauts Rumānijas Nacionālajā mācību programmā 1998.-1999. mācību gadā, tādējādi izveidojot sistemātisku struktūru individuālajiem un grupas konsultēšanas karjeras attīstības atbalsta pasākumiem¹².

Rumānijas Izglītības ministrija tobrīd atbalstīja šādu viedokli:

“...konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts mācību programmu ietvaros reprezentē organizētu tikšanos ar skolēniem un skolas administrācijas pilnvarotiem konsultantiem – skolotājiem.”

Mācību programmas saturs ietvēra:

- a. konsultēšanu ar efektīviem mācīšanās līdzekļiem;
- b. konsultēšanu un karjeras attīstības atbalstu skolā;
- c. skolēnu ar mācību grūtībām konsultēšanu;
- d. kompetentu skolēnu konsultēšanu un karjeras attīstības atbalsta sniegšanu;
- e. konsultēšanu personīgos jautājumos;
- f. skolotāju konsultēšanu, saistītu ar mācīšanas/apgūšanas metodoloģiju.

2003.–2006. gadu laikā šīs nozares pētnieku un praktiķu grupa izstrādāja un pastāvīgi uzlaboja *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* programma šādām klasēm:

- 1.–4. klasēm;
- 5.–8. klasēm;
- 9.–10. klasēm;
- 11.–12. klasēm;
- profesionālajām skolām, 9. un 10. klasēm;
- profesionālajām skolām, 11. klasei, nobeiguma klasei;
- tehniskajām vidusskolām, 11. un 12. klasēm.

Jaunā mācību programma ir vērsta uz modeli, kas apvieno kompetenci un saturu, veicinot Eiropas līmenī pieņemto pamatkompetenču (Barcelona, 2002) attīstību, un jo īpaši šādos aspektos:

- starppersonu, starptautiskās, sociālās un civilās kompetences;
- “mācīšanās mācīties”;
- uzņēmējdarbības kultūra;
- informācijas un komunikācijas tehnoloģija (ICT – *Information and communication technology*).

Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta programma ietver šādus **tematiskus moduļus**, kas konstatēti katrā mācību gadā trīs mācību ciklos: sākumskolas (6-10 gadiem), pamatskolas (10-16 gadiem) un vidusskolas (16-18 gadiem):

- **pašizziņa (Self-knowledge) un personīgā attīstība;**
- **saskarsme un sociālās iemaņas;**

¹² Patiesībā pilnīga konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta programmas ieviešana – speciāli ierīkotās klašu telpās: vispārīgo, vidējo un profesionālo skolu līmenī – sākās 2006. gadā pēc plaša apmācības posma, kurā nacionālā līmenī izglītojās visi skolotāji, kuri jau bija vai pretendēja uz klases audzinātāja statusu, kas saucās konsultants – skolotājs.

- **informācija un mācību vadīšana;**
- **karjeras plānošana;**
- **dzīvesveida kvalitāte.**

Esošās mācību programmas struktūra sākumskolām un pamatskolām ietver šādas sastāvdaļas:

- **struktūras (framework) uzdevumi** (sasniedzamie mērķi katra mācību programmas cikla beigās);
- **vērtības un attieksme** (kas veidojušās ar *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* programmas palīdzību visā skološanās laikā);
- **uzziņas (reference) uzdevumi** (kas izriet no struktūras uzdevumiem un katram mācību gadam noteiktiem uzdevumiem);
- **mācību nodarbību** piemēri (nodarbības, kas paredzētas izziņas mērķu sasniegšanas atbalstam);
- **saturs** (izstrādāts saskaņā ar individuālu skolēnu un visas klases vajadzībām un specifiskumu, un kas satur tēmas, lai veicinātu izziņas mērķu sasniegšanu);
- **metodoloģiski ieteikumi** (piedāvāto metožu un līdzekļu piemēri, lai apgūtu saturu un izpildītu uzdevumus; tie ietver globālas un elastīgas rekomendācijas attiecībā uz metodēm un līdzekļiem, kas ir raksturīgi katram izglītības un mācību posmam, un kas nav obligāti);
- **bibliogrāfija un avoti** (publikācijas, interneta mājas lapas, iestādes, kurās konsultanti un skolotāji var meklēt papildu informāciju).

Sākumskolai izstrādātā mācību programma ņem vērā izmaiņas, kas ir notikušas Rumānijas izglītības sistēmas struktūrā, ievērojot prasības attiecībā uz obligātās izglītības sākumu sešu gadu vecumā. *Konsultēšanu un karjeras attīstības atbalstu* sākumskolā pasniedz fakultatīvi 0-1 reizi nedēļā saskaņā ar 2003. gada ministra rīkojumu Nr. 4686, kas nosaka izglītības struktūru un mācību programmu 1. un 2. klasēm. Tādējādi skolotāji var plānot *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* nodarbības katrā no četriem mācību gadiem vai tikai sākumskolas cikla noteiktos mācību gados, kā arī ņemt vērā klases vajadzības un īpatnības.

Ar 2001. gada ministra rīkojumu Nr. 3638 apstiprinātais izglītības struktūras plāns nosaka, ka **ģimnāzijas (pamatskolas)** (10-16 gadi) **ciklā** *Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts* ir obligāts, īstenojot vienu nodarbību nedēļā. Papildus skolotāji var novadīt *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* fakultatīvu kursu (0-1 nodarbību nedēļā, ja skola tā nolemj). Pašreizējās mācību programmas struktūra ieliek pamatus obligātajiem *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* pasākumiem vidusskolā, bet tiek arī piedāvāti ieteikumi fakultatīvām nodarbībām saskaņā ar konkrētās klases vajadzībām un prasībām.

Vidusskolas (16-18 gadi) mācību programmas elementi.

- **Vispārējās kompetences** (zināšanu un prasmju strukturēta kopa, kas tiek attīstīta visā vidusskolas laikā).
- **Vērtības un attieksmes** (veidotas visā skolas laikā).
- **Specifiskas kompetences** (kuras izriet no vispārējām kompetencēm un kuras jāattīsta, un jāattiecina uz katra mācību gada satura daļām).
- **Saturs** (izstrādāts saskaņā ar individuālu skolēnu un visas klases vajadzībām un specifiskumu, un kas iekļauj tēmas, ar kuru palīdzību tiek attīstītas noteiktas kompetences).
- **Metodoloģiski ieteikumi** (globālas un elastīgas rekomendācijas attiecībā uz metodēm un līdzekļiem, kas ir raksturīgi katram mācību gadam).

9. un 10. klases mācību programma ievēro noteikumus, saskaņā ar kuriem Rumānijā tiek pagarināta obligātā izglītība līdz 10. klasei, un šiem diviem mācību gadiem tiek piešķirts sevišķs statuss, tie vienlaikus attiecas uz obligāto izglītību un vidusskolas vai profesionālo izglītību. Turklāt *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* programma **11. un 12. klasēm** definē šo divu gadu statusu kā daļu no izglītības, kuru iegūst pēc obligātās izglītības, un kā pāreju uz universitāti vai sociālo un profesionālo dzīvi.

Mācību programma *Profesionālā informācija un konsultēšana* **profesionālo skolu 9. un 10. klasēm** ņem vērā izmaiņas pirms-universitātes izglītībā: no vienas puses, obligātās izglītības pagarināšana līdz 10. klasei, un, no

otras puses, īpašais 9. un 10. klases statuss profesionālajās skolās, kuras beidzot, skolēni var izvēlēties vai nu turpināt profesionālo izglītību (līmeni 2 un 3), vai arī mācīties vidusskolā. Šie nosacījumi piedāvā kopīgus un specifiskus profesionālo skolu elementus pretēji vidusskolai vai tehnoloģiskai (*technological*) skolai.

Mācību programmas struktūra **profesionālo skolu 9. un 10. klasēm, karjeras attīstības atbalsts un konsultēšana 11. klasei profesionālajā mācību iestādē (nobeiguma gads) un 11. un 12. klasēm tehnoloģiskajā vidusskolā**, ietver vienādus elementus:

- **kompetenču vienība:** loģisks un skaidrs kompetenču kopums, kas raksturo lietas, kuras skolēniem ir jāzina, jāsaprot vai jāspēj darīt mācību vai profesionālās izglītības beigās, 1. līmenis;
- **individuālās kompetences:** kompetenču vienības apakškomponenti, kuri personīgā līmenī īstenojas izmērāmos rezultātos. Individuālās kompetences seko vispāratzītajiem pielietošanas nosacījumiem, un tās tiek attīstītas, izmantojot specifiskus tematisku saturu;
- **pielietošanas un novērtēšanas nosacījumi:** prasa līdzdarbīgas mācīšanas metodes, kuru centrā ir skolēni un tas, kas viņiem jāspēj izdarīt katra mācību gada beigās. Kompetenču vienības ietvaros piedāvātie nepārtrauktās vērtēšanas instrumenti ir saistīti ar izpildes kritērijiem un vērtēšanas testiem;
- **Metodoloģiskie ieteikumi:** korelācija starp kompetenci un saturu, metožu un līdzekļu piemēri, kā apgūt saturu un attīstīt kompetences, un kā lietot vērtēšanas instrumentus.

Individuālās kompetences, kuras jāattīsta **profesionālo mācību iestāžu 9. un 10. klasēs**, nosaka:

- personīgās īpašības, kas palīdz sasniegt profesionālu izpildījumu;
- efektīgas mācīšanās prasmes;
- izvēles attiecībā uz personīgo izglītības un profesionālās mācīšanās trajektoriju;
- profesiju pasauli.

Ar īpašu *karjeras attīstības atbalsta un konsultēšanas* pasākumu palīdzību **11. klasēs profesionālajās mācību iestādēs (nobeiguma gads)** mērķis ir sasniegt tādu zināšanu, attīstības un brieduma līmeni, kāds skolēniem ir jāiegūst profesionālajā mācību iestādē 10. klases beigās, un arī nepieciešamība pilnveidot zināšanas un attīstīt kompetences, kas nodrošinātu beidzēja integrāciju vidusskolā. Individuālās kompetences tiek strukturētas, balstoties uz:

- personīgajām īpašībām un faktoriem, kuri tiek iesaistīti karjeras attīstībā;
- izvēlēm attiecībā uz personīgo izglītības un profesionālās mācīšanās trajektoriju.

Mācību programma *profesionālās informācijas sniegšanai un konsultēšanai* **tehnoloģisko vidusskolu 11. un 12. klasēm** nosaka, ka šajās klasēs uzņem beidzējus no tehnoloģisko mācību plūsmas (10. klase) un no profesionālajām mācību iestādēm (nobeiguma gads). Šī mācību programma veicina to, ka tiek veiksmīgi sekots kompetenču vienībai "personīgā attīstība, ņemot vērā izpildījumu – 3. līmenis". Individuālās kompetences koncentrējas uz:

- personīgo iespēju vadīšanu;
- nepārtrauktas mācīšanās projektu izstrādāšanu;
- uzņēmējdarbības kompetencēm;
- personīgās pieredzes guvumiem karjeras attīstībā.

Karjeras attīstības atbalsta izglītības metodes, kuras izmanto **Francijā: Izvēles izglītība (*Education des choix*) un *Ceļš uz veikšanu/Path to Doing (Chemin faisant)* (Boy, 1999, apud Guichard; Huteau, 2001)**. Galvenās šo metožu izvirzītās idejas ir:

- izglītojošā pieeja novieto indivīdu pieredzes, karjeras attīstības atbalsta un izaugsmes centrā;
- cilvēki iedziļinās personīgajā motivācijā, dzīvo, apvienojot pieredzes, kuras ir veidotas pašizziņas procesā, tad pašuztveres un beidzot savas identitātes noteikšanas procesā.

- izglītojošā un empīriskā pieeja iesaista skolēnus aktīvā personīgās izaugsmes un projektu izstrādāšanas procesā, kas izmainīs viņu perspektīvas sociālajā un ekonomiskajā vidē.

Metode **izvēles izglītība** akcentē jauniešu konsultēšanu adaptācijas procesā, kurā viņiem jāpielāgojas mūsdienu sabiedrības apstākļiem, jāprot vadīt sava dzīve un jāatrod risinājumi problēmām, ar kurām viņi saskaras; šādi viņi gūst atbalstu iekšējās kontroles attīstībai.

Izvēles izglītība ir adresēta vidusskolas skolēniem, un tās mērķis ir:

- sagatavot skolēnus karjeras izvēlei;
- attīstīt pakalpojuma saņēmēja spējas vadīt sevi skolas laikā, personīgajā un profesionālajā dzīvē;
- attīstīt motivāciju mācīties un uzlabot sekmes skolā;
- iesaistīt vecākus izglītībā kā partnerus;

Katram *skolēnam* ir piezīmju burtnīca, kura ietver: vingrinājumus, vietu, kurā pierakstīt personīgās izpētes rezultātus, un būtisku jēdzienu izskaidrojumus. Piezīmju burtnīca vēstules formā, kura atrodas tās pirmajā lapusē, tiek parādīta *vecākiem*. *Skolotājiem/konsultantiem* ir rokasgrāmatas katram mācību gadam. Tās ietver: metodes prezentāciju, katra kursa mērķus un precīzu darba izklāstu. Turklāt skolēni un konsultanti izmanto profesiju indeksu, kas satur vairāk nekā 600 profesiju, darbu un amatu aprakstus.

Ikgadējā mācību programma tiek strukturēta, pamatojoties uz AVDP secību, un tā ietver 3-5 tematiskus moduljus, no kuriem katrs sastāv no 2-4 kursiem, katrs 55 minūtes garš. Mēs paskaidrojam moduli, kas ir izstrādāts 8. klasei.

- I. *Ietekmes, ticējumi un reprezentācijas*
- II. *Mācīšanās būt informētam*
- III. *Vērtības un pašizziņa*
- IV. *Lēmumi un stratēģijas*

Nodarbības tiek īstenotas gan visā klasē, gan mazās grupās. Katrs kurss ietver noteiktus etapus: iepriekšējās tēmas iegaumēšana, vingrinājuma veikšana ("pieredze", AVDP valodā) un vingrinājumā iegūtā izmantošana, un beidzot sanāksmes sintēze ("novērtējums"). Konsultanta skolotāja loma ir palīdzēt skolēniem izteikt un analizēt savus personīgos viedokļus un izaicināt skolēnus uzskatīt pretstatīt savu vecāku, biedru un skolotāju uzskatiem. Sanāksmes beigās skolēnus aicina saziņēt 1-2 lapas, kurās tiek sniegts pārskats par visu, ko viņi ir atklājuši, iemācījušies, sajutuši.

Metodes **Chemin faisant** (*Mouillet; Morel, 1997, apud Guichard; Huteau, 2001*) mērķauditorija ir jaunieši, kuri ir pabeiguši skolu un meklē darbu, kā arī pieaugušie savā profesionālajā pārtapšanā/reintegrācijā. Karjeras attīstības atbalsta process norit visās raksturīgajās fāzēs: sākot no problēmas noteikšanas līdz stratēģijas pielietošanai, lai izpildītu personīgo un profesionālo plānu.

Metode satur šādus etapus, kur katrs asociējas ar kādu mērķi:

- prezentācija (3 sekvences) attiecas uz sanāksmes sagatavošanu;
- mērķa un līdzekļu noteikšana (4 sekvences): noskaidrot pakalpojuma saņēmēja situāciju, palīdzēt viņam vai viņai saprast darba metodi un veidu;
- personīgs un profesionāls pārskats (11 sekvences): priekšrocību, interešu, vērtību, rakstura īpašību, kompetenču noteikšana, kā arī noteiktu profesiju darba apstākļu noskaidrošana;
- profesijas izvēle (4 sekvences): profesijas noteikšana ir atkarīga no kompetenču izvērtēšanas rezultātiem;
- lēmuma apstiprināšana (6 sekvences): subjekta vēlmju pretstatīšana darba pasaulei no lēmuma pieņemšanas viedokļa;
- rīcības plāns un šķēršļu novēršana (5 sekvences): nepieciešamo posmu plānošana, lai īstenotu iecerēto, grūtību paredzēšana un stratēģijas noteikšana to pārvarēšanai.

Sanāksmes tiek noturētas individuāli un grupās, un pakalpojuma saņēmējus mudina paust un pretstatīt savus uzskatus, lai iepazītu sevi un pasauli, kurā viņi dzīvo.

Vēl viens mācību programmas piemērs ir skolu **vispārējās (comprehensive) konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta programma** Mičiganā, ASV (1992). Tā sevī ietver strukturētu attīstības pieredžu virkni, kas sistemātiski tiek prezentētas grupu konsultēšanas pasākumos pirmskolas vai skolas laikā. To mērķis ir attīstīt skolēnu spēju iemācīties mācīties, iemācīties strādāt visas savas dzīves garumā un iemācīties dzīvot. Visvairāk skartās tēmas ir: *zināšanas par sevi un citiem, izglītības un karjeras attīstība, karjeras izpēte un plānošana*. Turpretim konsultanti ir atbildīgi par mācību programmas īstenošanu, skolas pārstāvji un vietējā sabiedrība ir tie, kas sniedz atbalstu jauniešiem. Izmantotās stratēģijas ir šādas:

- klases izglītošanās pasākumi;
- ārpusklases grupu pasākumi, ņemot vērā skolēnu vajadzības un intereses.

Apspriestās tēmas: *pašizziņa, konflikta atrisināšana, personīgā atbildība, karjeras izpēte un apzināšanās, lēmuma pieņemšanas prasmes, vardarbības novēršana, mācīšanās iemaņas, darba meklēšana*.

Mičiganas Skolu konsultantu asociācija (*School Counsellor Association*) iesaka *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta programmas* pasākumiem atvēlēto laiku sadalīt šādi:

- sākumskolas klasēs: 30-40 %;
- pamatskolas klasēs: 20-30 %;
- vidusskolas klasēs: 15-25 %.

Mērķauditorija

- sākumskolu, pamatskolu, vidusskolu, profesionālo mācību iestāžu skolēni;
- dažādu izglītības un mācību līmeņu jaunie beidzēji, kuri meklē darbu;
- pieaugušie profesionālās pārtapšanas procesā (kuri tiek stimulēti un motivēti iestāties īstermiņa un ilgtermiņa mācību procesā), no jauna atsākot aktīvu dzīves veidu utt.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

1. pielikumā mēs uzskaitām mācīšanās secības pēctecību *Komunikācijas un sociālo prasmju* modulim, dažādiem līmeņiem un klasēm, ko 2005. gadā ieviesa Rumānijā *Konsultēšanā un karjeras attīstības atbalstā skolu programmu ietvaros*.

2. pielikumā mēs prezentējam virkni tēmu un mācīšanās rezultātu (sākumskolā un pamatskolā) no *vispārējās konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta programmas* Mičiganā, ASV (1992).

1. pielikums

Komunikācija un sociālās prasmes

Adaptēts no *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsts skolu programmu ietvaros, 2005*

Obligātā izglītība

| Līmenis | Izziņas mērķi | Mācīšanās pasākumu piemēri | Saturs | Novērtēšanas stratēģijas |
|----------|--|--|---|--|
| 1. klase | <p>Pabeidzot 1. klasi, skolēni spēj:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ noteikt galvenās emocijas daudzveidīgās situācijās ■ praktizēt sadarbības uzvedības modeļus grupā. | <p>Mācīšanās pasākumu piemēri</p> <p>1. klasē iesaka šādas nodarbības:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ vingrinājumus, lai izrādītu galvenās emocijas dažādās situācijās; ■ tēlu emociju analīze dažādās situācijās (dzejoļi, stāsti, karikatūras); ■ darbs pāros: emociju atdarināšana un to atpazīšana citos; ■ grupu nodarbības, komandas darbs, sadarbība, nesadarbošanās, ko vēlāk analizē un salīdzina. | <p>Saturs</p> <p><i>Emociju vadība</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Galveno emociju izrādīšana ■ Citu cilvēku emociju saprašana un cienišana <p>Sociālās prasmes</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sadarbība grupā ■ Attiecības ar grupasbiedriem, kuriem nepieciešams atbalsts | <p>Novērtēšanas stratēģijas</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Personīgo ideju un argumentu paušana, izmantojot: plakātu, zīmējumu, kolāžu ■ Individuālais un grupu projekts ■ Portfolio ■ Praktiskas nodarbības ■ Individuālās pašnovērtēšanas formas |

| | | | | |
|----------|--|---|--|---|
| 5. klase | <p>Pabeidzot 5. klasi, skolēni spēj:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ izstrādāt stratēģijas, lai adekvāti un droši paustu emocijas ■ izvērtēt sadarbības uzvedību | <p>5. klasē iesaka šādas nodarbības:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ grupu darbs: verbālu/neverbālu faktoru izpausme, kas veicina vai kavē domas izteikšanu; ■ situāciju, kad tiek izraisītas negatīvas emocijas; apskats: uzvarot vai zaudējot sacensībās, zaudējot draugu, pārmaiņas ģimenē; ■ karikatūras, diskusijas, kas izrāda cieņu un uzmanību pret citiem; ■ sadarbības/nesadarbošanās scenāriji grupā. | <p><i>Emociju vadība</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Attiecības starp notikumiem, domām un izraisītajām emocijām ■ Kā mēs tiekam galā ar negatīvām emocijām (dusmām, grūtsirdību)? <p><i>Sociālās prasmes:</i> Katra grupas locekļa ieguldījuma nozīme Sadarbības priekšrocības grupā</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Personīgo ideju un argumentu paušana, izmantojot: plakātu, zīmējumu, kolāžu ■ Individuālais un grupu projekts ■ Portfolio ■ Praktiskas nodarbības ■ Individuālās pašnovērtēšanas formas |
| 8. klase | <p>Pabeidzot 8. klasi, skolēni spēj:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ izskaidrot sociālās atbildības nozīmi dažādos kontekstos ■ izrādīt cieņu pret paustajiem viedokļiem ■ paredzēt ģimenes lomas izmaiņas mūža garumā | <p>8. klasē iesaka šādas nodarbības:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ vingrinājumi, lai noteiktu situācijas, kurās ir nepieciešama sociālā atbildība; ■ vingrināšanās stipro un vājo pušu noteikšanā; ■ preses pārbaude: kā ziņās, atspoguļojas aizspriedumi un stereotipi; ■ grupas uzdevumi, kolāža, scenāriji par tēmu "sievietes/vīrieša loma privātajā un sabiedriskajā dzīvē". | <p><i>Sociālās prasmes</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sociālā atbildība šādos kontekstos: skola, ģimene, kopiena <p>Komunikācija</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dažādu uzskatu respektēšana. Aizspriedumi un stereotipi: avoti un sekas <p><i>Ģimene</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Izmaiņas ģimenes lomā visas dzīves garumā. Lomas stereotipu ietekme | <ul style="list-style-type: none"> ■ Personīgo ideju un argumentu paušana, izmantojot: plakātu, zīmējumu, kolāžu ■ Individuālais un grupu projekts ■ Portfolio ■ Praktiskas nodarbības ■ Individuālās pašnovērtēšanas formas |

2. pielikums

Adaptēts no Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts skolu programmu Mičiganas skolām, 1992

| Izglītības līmeņi Tēmas | Sākumskola Mācīšanās rezultāti | Pamatskola Mācīšanās rezultāti |
|--|---|---|
| <p>I. Karjeras izpēte un plānošana</p> <p>A. Karjeras izpēte, plānošana, attīstība</p> <p>B. Būt zēnam vai meitenei skolā vai darbā</p> <p>C. Kā es izmantoju savu brīvo laiku</p> | <p>A. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ atrast vairāk informācijas par karjeras iespējām; ■ saprast, kāpēc cilvēki izvēlas noteiktu darbu; ■ saprast, ko viņi vēlas un kas viņiem vislabāk padodas. <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pieņemt klases biedru jokus gadījumos, ja interesē; ■ profesijas, kuras parasti izvēlas pretējais dzimums; ■ apzināties to, ka var izvēlēties jebkuru darbu, kas patīk un kuru spēj ļabi veikt. <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ atpazīt dažādas profesijas, sporta veidus un brīvā laika pavadīšanas iespējas. | <p>A. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ apzināties savas intereses un spējas un to ietekmi uz viņu karjeru; ■ izprast nākotnes plānu izstrādes nozīmi attiecībā uz izglītību, mācībām un darbu. <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ignorēt nosodījumu gadījumos, ja interesē mācību kurss vai darbs, kuru parasti izvēlas pretējais dzimums; ■ apzināties to, ka jebkurš mācību kurss vai darbs ir pieņemams gan sievietei, gan vīrietim. <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ noteikt piemērotas brīvā laika pavadīšanas aktivitātes. |

| | | |
|---|--|---|
| <p>II. Zināšanas par sevi un citiem</p> <p>A. Pašizziņa un pašakcepti</p> | <p>A. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ prast izteikt sev svarīgas domas un jūtas; ■ apzināties savus dotumus un priekšrocības; ■ zināt, kā tikt galā ar grūtībām un kur meklēt palīdzību. | <p>A. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ apzināties personīgās vērtības; ■ saprast, kā domas un jūtas var ietekmēt uzvedību; ■ apzināties fiziskās, sociālās un emocionālās izmaiņas, kas ir raksturīgas personīgajā izaugsmei. |
| <p>B. Lēmumu pieņemšana</p> | <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ noteikt mērķus un izstrādāt rīcības plānus; ■ saprast, kā pieņemt lēmumus un rīkoties saskaņā ar tiem. | <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast, kā starp vairākām alternatīvām izvēlēties pareizo, lai atrisinātu problēmu; ■ uzņemties atbildību par saviem lēmumiem. |
| <p>C. Citu cilvēku izprašana</p> | <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ apzināties, ko nozīmē būt labam draugam; ■ saprast draugus un kolēģus; ■ palūgt palīdzību no vecākiem, skolotājiem vai citiem pieaugušajiem, kad vien tāda viņiem ir vajadzīga. | <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ prast efektīvāk izteikt savas domas un jūtas; ■ cienīt citus cilvēkus, pat ja viņi ir citādi. |
| <p>D. Ko narkotikas un alkohols var nodarīt man un maniem draugiem</p> | <p>D. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast, kā alkohols un narkotikas kaitē cilvēka ķermenim un prātam; ■ zināt, kā pateikt "nē" cilvēkiem, kuri mēģinās viņus pierunāt dzert alkoholu vai lietot narkotikas; ■ zināt, kur griezties pēc palīdzības sev vai saviem draugiem alkohola un narkotikas problēmu gadījumā. | <p>D. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast, kādu ietekmi atstāj alkohols un narkotikas uz cilvēka ķermeni un prātu; ■ apzināties, kā alkohols un narkotikas ietekmē cilvēku attiecības; ■ saprast, kā viņi var palīdzēt, sniegt atbalstu cilvēkiem, kuriem ir problēmas ar alkoholu un narkotikām. |
| <p>E. Ģimenes pienākumi</p> | <p>E. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast, ko viņi var darīt savu vecāku, māsu un brāļu, vecvecāku vai citu ģimenes locekļu labā; ■ apzināties, ka daži notikumi (pārceļšanās uz citu dzīves vietu, šķiršanās, bezdarbs, nāve) var radīt ģimenei noteiktas problēmas; ■ zināt, kā pildīt pienākumus ģimenei. | <p>E. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast, ka daži notikumi (pārceļšanās uz citu dzīves vietu, šķiršanās, bezdarbs, nāve) var radīt ģimenei noteiktas problēmas; ■ zināt, kā pildīt pienākumus ģimenei; ■ zināt, kur meklēt palīdzību, ja ģimene nokļūst nelaimē. |

| | | |
|---|---|---|
| <p>III. Izglītības un karjeras attīstība</p> <p>A. Sagatavošanās darbam</p> | <p>A. -</p> | <p>A. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ zināt, kā pieteikties darbam ■ būt informēti par darba devēja prasībām ■ zināt, kādi darbi ir pieejami tuvumā <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ organizēt savu laiku ■ klausīties un uzdot jautājumus klasē ■ izmantot maksimāli savu potenciālu problēmu risināšanā <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast izaicinājumus, prasības nākamajos mācību posmos ■ zināt, kur var atrast informāciju par citām vidusskolām <p>D. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ iegūt informāciju par vidusskolas kredītpunktu sistēmu un skolas beigšanas prasībām ■ izvēlēties mācību kursu saskaņā ar savām vajadzībām, interesēm un karjeras mērķiem ■ apzināties, ka vidusskolas pabeigšana sagatavo viņus darbam vai tālākai izglītībai |
| <p>B. Fundamentālas mācības un mācīšanās spējas</p> | <p>B. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ organizēt savu laiku; ■ klausīties un uzdot jautājumus klasē; ■ izmantot maksimāli savu potenciālu problēmu risināšanā. | |
| <p>C. Kā uzzināt par skolu no draugiem un citiem</p> | <p>C. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast izaicinājumus, prasības tālākos mācību posmos; ■ zināt, kur var atrast informāciju par citām pamatskolām un vidusskolām. | |
| <p>D. Mācību plānošana</p> | <p>D. Pabeidzot šo mācību posmu, skolēni spēs:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ saprast prasības un izredzes nākamajos mācību ciklos; ■ izvēlēties fakultatīvos mācību priekšmetus saskaņā ar savām interesēm un dotībām; ■ apzināties, ka visi mācību priekšmeti ir svarīgi darbam un ikdienas dzīvei. | |

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- ļauj pakalpojumu saņēmējam aktīvi piedalīties konsultēšanas procesā;
- reprezentē atbalstu pašizziņai, kompetenču attīstībai un nostādnei, kas nepieciešama, lai izstrādātu nākotnes plānus;
- pozitīvi ietekmē mācīšanās motivāciju, veicinot skolēnu un studentu izpratni par tālākas izglītības nepieciešamību vai pieaugušo izpratni par tālākizglītības nepieciešamību;
- ar personificētu pieeju palīdzību atbalsta vienādas iespējas izglītībā;
- veicina maksimālu cilvēka resursu izmantošanu, iepriekš novēršot neveiksmes un sasniedzot mācību un profesionālā darba kvalitāti;
- sagatavo pakalpojuma saņēmējus mūžizglītībai.

Trūkumi:

- vienotas nacionālās stratēģijas trūkums *Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts* mācību programmas ietvaros ieviešanā, iesaistot galvenās ieinteresētās puses (skolēnus, vecākus, skolotājus, skolu konsultantus, direktorus, sabiedrības pārstāvjus);
- pastāv ierobežota pieeja gan sākuma, gan tālākizglītības skolotājiem, kas ir atbildīgi par *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* pasākumiem, kuros uzmanība tiek pievērsta atbilstošai atmosfērai, interaktīvu stratēģiju izmantošanai un tematiem, kuriem ir pielietojums ikdienas dzīvē.
- pārtraukums starp *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* pasākumiem izglītības sistēmā un tiem, kuri tiek veicināti nodarbinātības sistēmā.

Bibliogrāfija

Aria curriculară Consiliere și orientare (2005). M. Jigău, (coord.). București, Editura Afir.

Consiliere și Orientare. Ghid (2000). M. Jigău, (coord.). București, Editura Afir.

Curriculum național pentru învățământul obligatoriu. Cadru de referință (1998). București, MEC, CNC, Editura Corint.

Guichard, J.; Huteau, M. (2001). *Psychologie de l'orientation*. Paris, Dunod.

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Law, B. (1996). *Careers education in a curriculum*. In: A. G. Watts; B. Law; J. Killeen; J. M. Kidd; R. Hawthorn. *Rethinking Careers Education and Guidance*. Routledge, London and New York.

The Michigan Comprehensive Guidance and Counseling Program for Michigan Schools. A Guide for Program Development, Implementation and Evaluation (1992). Michigan School Counselor Association.

Orientation scolaire et professionnelle dans la Communauté Européenne (1994). A. G. Watts. (coord.). Luxembourg.

Perspectives documentaires en education (2003). In: *L'education en orientation*. Lyon, Institut National de Recherche Pédagogique, No. 60.

Sollazi, R. (1997). *Apprendre a s'orienter*. Paris, Editions E.A.P.

Tomșa, Gh. (1999). *Orientarea și dezvoltarea carierei la elevi*. București, Casa de editură și presă Viața Românească.

Watts, A. G.; Sultana, R. G. (2004). Career Guidance Policies in 37 Countries: Contrasts and Common Themes. In: *International Journal for Educational and Vocational Guidance*. vol. 4, no. 2-3.

www.cnc.ise.ro/glosar

www.oecd.org/els/education/careerguidance

Realitātes spēle

Real Game

Andreea-Diana Marutescu
Izglītības zinātņu institūts, Budapešta

Vēsture

Realitātes spēli izveidoja Bills Berijs (*Bill Barry*). Šī doma ienāca viņam prātā, kad viņa meita izteica protestu pret to, ko viņai mācīja skolā: “*es nekad neizmantošu nevienu no šīm lietām, kad pabeigšu skolu*”. Septiņus gadus vēlāk gandrīz trīs miljoni skolēnu spēlēja šo spēli.

Programma izstrādāta Ņūfaundlendā, Kanādā, un tā ir ieviesta Kanādas un Amerikas Savienoto Valstu skolās. Jau kopš 1997. gada ir pastāvējusi pieaugoša interese šīs spēles ieviešanā Lielbritānijas skolās, kur to saīsinātā versijā sāka izmantot mazās grupās. 1998.-1999. gadu laikā sākās spēles paplašināšanas otrā fāze. 2000. gada sākumā Lielbritānijā veica spēles izvērtēšanas pētījumu, un rezultātā šo spēli pašlaik izmanto vienā vienīgā versijā.

Teorētiskais pamatojums

Realitātes spēle reprezentē simulācijas metodes eksperimentālo variantu. Tas sakņojas izglītības, industriālajā, militārajā un ekonomiskajā praksē. Būtībā, tā ir situācijas simulēšana (lēmumu pieņemšana, komunikācijas iepriekšparedzēšana utt.), kura, saistībā ar attiecīgo tematu, iezīmē ietvaru kognitīvai darbībai un liek dalībniekiem izpildīt noteiktas lomas.

Psiholoģijā, Freids (*Freud*) uzskata, ka iedomātie tēli ir bērna vēlmju izskaidrojums, rast risinājumu viņu piemeklējušajiem konfliktiem, turpretī *Schiopu* (1997) uzskata, ka simulācijas spēle ir “darbības fundamentāla forma, kas ir tikpat svarīga kā mācības un darba aktivitātes”.

Socioloģijā, Mīds (*Mead*) un Kuli ir pētījuši mazas tradicionālas kultūras un pirmatnējās sociālās grupas un atklājuši trīs socializācijas stadijas, kuras tiek skatītas kā lomu uztveres process:

- *imitācija* – novēroto darbību mehāniska atkārtošana;
- *spēle* – pāreja no vienas lomas uz otru, attālināšanās no jau nospēlētās lomas;
- *grupas dalībnieks* – savas lomas uztveršana, kad formulējums “es” kļūst iedarbīgs kā novērtēšanas mehānisms grupai, vērtējot biedra tēloto sociālo lomu.

Lalemē (*Lallement*) (1993) uzskata, ka simulācijas spēle ir lomas asimilācijas mehānisms vēlamās uzvedības nozīmē (“*Kādu es sevi vēlētos redzēt citu skatījumā?*”).

Pedagoģijā simulācijas spēle, saskaņā ar Bruneru (*Bruner*), nozīmē aktivizēšanas veidu. Skolēni iejūtas aktieru, galveno varoņu, nevis tikai pasīvu skatītāju lomā, un tas atbilst viņu domāšanas, iztēles un aktīvas dzīves dinamikai, viņu darbības un tās apstiprinājuma iekšējai vajadzībai. Skolēni izjūt vajadzību nostiprināt saistību starp abstrakto domāšanu un konkrētiem žestiem, un tieši tas ir iemesls, kāpēc viņi piekrīt spēlēt lomu spēli.

Kas ir simulācija Realitātes spēles kontekstā?

- Tā ir realitātes imitācija, kur spēles dalībnieki nonāk noteiktās situācijās, kurās ir nepieciešams pieņemt lēmumus.

- Tas ir mācīšanās modelis, kas ļauj spēles dalībniekiem paust savas idejas citiem dalībniekiem grupā, kuru parasti veido trīs vai četri cilvēki.
- Tā ir radniecīga *lomu spēlei*, tomēr simulācijā cilvēki saglabā savu individualitāti, un viņiem neprasa spēlēt citu lomu.

Realitātes izjūtu var paaugstināt tieši ilglaicīgās simulācijās, orientējot grupu uz to, lai tā atveidotu vairumu vides apstākļu, kādos ir paredzēts veikt vingrinājumu. Piemēram, darbībai, kas notiek birojā, klases telpa ir jāpārkarāta tā, lai tā izskatītos pēc īsta biroja. Var izmantot mācību līdzekļus, lai konsultēšanas sesijā telpa atbilstu realitātei, piemēram: klases tāfeli var pielāgot tā, lai tā izskatās pēc sludinājuma dēļa, solus var sagrupēt vai atdalīt, lai tie veidotu kabīnes utt.

Metodes prezentācija

Realitātes spēle sastāv no sešām interaktīvām mācību programmām, kas paredz izveidot ciešu saikni starp klases aktivitātēm un reālo dzīvi, un kas vienlaikus veicina karjeras attīstības pētīšanu. Citiem vārdiem sakot, tā reprezentē programmu, kas ir veidota kā spēle, lai klases telpā ienāktu reālā dzīve un/vai konsultēšanas sesija. Šī darba izteiksmes mērķis ir panākt savu centienu apzināšanos un izpausmi attiecībā uz turpmāko personīgo un profesionālo dzīvi. Aktivitāšu saturs lielā mērā ir atkarīgs no konsultanta spontānuma un radošā gara.

Spēles mērķis: nepieciešamo kompetenču apgūšana un pilnveidošana savas personīgās karjeras pilnveidei.

Programmas uzdevumi ļauj dalībniekiem:

1. uzzināt, kādā veidā jau iegūtās kompetences un zināšanas ir tieši saistītas arnākotnes darba lomām, un kā, veicot vingrinājumus, atklājas jaunas attīstības iespējas;
2. pozitīvi un aktīvi savstarpēji sadarbojoties atklāt personīgās dotības un kompetences attiecībā uz dzīves un darba lomām;
3. izveidot pozitīvu un reālu paštēlu;
4. izpētīt finanšu vadību un saprast saistību starp izglītību un mācīšanos, ienākumiem un dzīvesveida aspektiem (piemēram, pieejamība ģimenei, vietējai sabiedrībai, brīvā laika izmantošanai);
5. strādāt komandā, lai atrisinātu problēmas, pieņemtu lēmumus, attīstītu saskarsmes kompetences un uzņemtos neskaitāmas lomas dzīvē un darbā;
6. izmēģināt dažādas lomas darbā un vietējā sabiedrībā un atklāt tās lietas, kas sagādā profesionālu un personīgu gandarījumu;
7. analizēt gadījumus, kuri bijuši veiksmīgi, un pārvērst dzīves likstas par dzīves iespējām;
8. uzzināt par darba meklēšanas veidiem, palielināt pašrealizācijas un laika vadības efektivitāti;
9. izmantot dažādus lēmuma pieņemšanas veidus un līdzekļus attiecībā uz darbu un citiem personīgās dzīves aspektiem.

Spēles principi

1. **Pārmaiņas ir pastāvīgas** – mēs maināmies pastāvīgi, tāpat arī pasaule, kas ir mums apkārt, ieskaitot darba pasauli. Tā kā darba ņēmējs nespēs strādāt vienu un to pašu darbu no savas profesionālās dzīves sākuma līdz tās beigām, pateicoties izmaiņām paša darba saturā un darba tirgus dinamikas dēļ, piemērošanās spēja būs svarīga un nepieciešama rakstura īpašība.
2. **Mācīšanās ir nepārtraukta** – pabeidzot vidusskolu, koledžu, universitāti, mācīšanās vēl nebeidzas. Cilvēkiem ir jāpieņem un jāapsver pastāvošās mūžizglītības iespēju priekšrocības.
3. **Koncentrēšanās uz dzīves gājumu** – “ceļojums” ir kā braukšana: ir jābūt gala mērķim, progress ir pakāpenisks, uzmanību jāpievērš neparedzamiem gadījumiem, šķēršļiem, alternatīvām utt.

4. **Centienu un interešu ievērošana** – centieni, sapņi palīdz cilvēkiem saprast, ko viņi patiesībā vēlas. Sapņus var būt grūti īstenot, taču tam nevajadzētu nevienu traucēt no mēģināšanas.
5. **Cilvēkiem svarīgs citu atbalsts** – “dzīves ceļojumu” neveic pats, draugi, ģimene, skolotāji, kaimiņi – jebkurš no viņiem var būt labprātīgs un spējīgs sabiedrotais noteiktos karjeras attīstības posmos.

Šie principi palīdz spēles dalībniekiem sistemātiski izvērtēt katras aktivitātes segmenta svarīgumu, jo katrs segments ir saistīts ar plašāku dzīves ilustrāciju.

Spēles metodoloģija

Spēles dalībniekiem lūdz prezentēt savu skolā apgūto pieredzi, kvalifikāciju vai kompetences. *Konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta* nodarbībās, spēles laikā karjeras jēdziens tiek saprasts kā “ceļojums”.

“Ceļojums” nozīmē virzību pa posmiem ar pamatdomu, izveidot ceļu uz vēlamo karjeru. “Ceļojums” tiek veikts 13 sesijās, kuras pārmaiņus satur gan darbības, gan diskusiju vienības. Šīs sesijas reprezentē robežzīmi veidam, kā skolotājs konsultants var vadīt spēli.

1. stunda – *Reāla pāreja (Real transition)*

Konsultants pāris vārdos pastāsta klasei par spēli (mērķi, uzdevumi utt.).

2. stunda – *Reāli darbi (Real jobs)*

Skolēni saņem noteiktu amatu/darbu/profesiju aprakstus, un viņi iemācās, kā ar spēles palīdzību izmantot darba raksturojumus (spēj saskatīt atšķirības starp profesijām, piemēram, atšķirt profesijas atbilstoši dzīvesveidam, ar kuru tās saistās).

3. stunda – *Reālas izglītības iespējas (Real openings)*

Skolēnus iepazīstina ar pieciem svarīgajiem spēles principiem (pārmaiņas ir pastāvīgas, mācīšanās ir nepārtraukta utt.), pēc tam skolēni izveido darba grupas un izzina karjeras uzsākšanas iespējas (uzņemšanas noteikumi dažādos izglītības līmeņos un iespējas, kandidātu atlases kritēriji, praktiskā izglītība un mācības utt.).

4. stunda – *Reāla loma*

Skolēniem piedāvā izvēlēties vēlamo profesiju, kas viņiem asociējas ar noteiktu karjeru nākotnē (ārsts, inženieris, pilots, skolotājs, pulksteņmeistars, zobu tehniķis utt.). Papildus viņi izvēlas atbilstošu izglītības veidu savai izvēlētajai karjerai. Izvēlēta profesija un karjera visas spēles laikā tiek saglabāta, lai nodrošinātu secību.

5. stunda – *Spēle “Laimē rats”*

Skolēnus iepazīstina ar spēles “Laimē rats” sastāvdaļām; to veido spēles dēlis un iegriezama bultiņa. Uz dēļa ir atzīmēti šādi laukumi/skolas mācību priekšmeti: “Vispārējās zināšanas, Matemātika, Valodas un māksla, Sociālās zinības, Eksaktās zinātnes, Veselība un sports”. Jautājumi ir atšķirīgi dažādiem mācību priekšmetiem un vecuma grupām.

6. stunda – *Pāreja uz spēli “Laimē rats” – I*

Skolēni mēģina pirmo reizi uz dēļa iegriezt bultu, kura apstājas – pēc pavēles – noteiktā laukumā (sk. 1. vingrinājumu, zemāk); pēc tam viņi spēlē savu lomu, mēģinot aktivizēt profesiju, uz kuru norāda bulta. Atbilstošās problēmas tiek risinātas ar simulācijas palīdzību.

7. stunda – *Laiks un pārēja – I*

Skolēni analizē izvēlēto profesiju/laukumu – kā jau iepriekš minēts – nepieciešamo izglītības līmeni/kvalifikāciju, personīgo pieredzi, darba apstākļus, lomu, kādu ieņem vecāki un vietējā sabiedrība (uzņēmēji, NVO utt.) šajā profesijā. Viņi uzzīmē nepieciešamā laika grafiku, lai apgūtu profesiju, ņemot vērā konkrētu laika sakarību starp tagadni un nākotni.

8. stunda – *Pāreja uz spēli “Laimē rats” – II*

Skolēni atsāk griezt bultu uz spēles dēļa un izvēlas tos laukumus, kuri atbilst viņu mācībām (starp 3. un 12 klasi). Viņi apspriež un aktivizē situācijas, pamatojoties uz pieredzi, kas gūta skolā. Papildus viņi izzina dažādas

karjeras attīstības iespējas (profesionālos ceļus, rezultātus, priekšrocības, ierobežojumus, svarīgas personīgās nostādnes un vērtības utt.).

9. stunda – *Laiks un pāreja – II*

Skolēni turpina analizēt izglītības un mācību procesa iedarbību uz nākotnes karjeru, kā arī vietējās sabiedrības ietekmi uz viņu profesionālo attīstību (piemēram, vietējās sabiedrības rīcību krīzes situācijās, sociālā palīdzība utt.). Šādi tiek veikta skolā iegūtās pieredzes sintēze. Tiek noteikti pamatnoteikumi un intervijā nepieciešamās prasmes.

10. stunda – *Sagatavošanās intervijai*

Skolēni sadalās grupās un izstrādā atsevišķus scenārijus, lai informētu un sniegtu sev atbalstu attiecībā uz svarīgajām kompetencēm, kuras iegūtas dzīves laikā. Viņi piedalās mākslīgās/simulētās intervijās, kuras palīdz viņiem saprast attiecības starp sekmēm skolā un veiksmi personīgajā un profesionālajā dzīvē.

11. stunda – *Intervija*

Skolēnus pēc kārtas intervē citas grupas biedrs, lai noskaidrotu, vai viņiem visiem piemīt nepieciešamās spējas un pieredze veiksmīgai intervijas mērķu sasniegšanai. Skolēni klasē palīdz cits citam veikt piecas intervijas, kur katra ilgst apmēram 10 minūtes. Tad viņi mēģina kopā noteikt dažādās modalitātes darba iegūšanai.

12. stunda – *Gatavošanās pārejai*

Izmantojot personīgajā pieredzē gūtās zināšanas, skolēni gatavojas sava Reālā pārejas perioda plāna izstrādei

13. stunda – *Reāls rīcības plāns*

Skolēni izstrādā savu Rīcības plānu un Budžeta plānu (piemēram, kā tērēt naudu brīvdienās, kā pavadīt brīvo laiku, kā sev palīdzēt utt.). Sesijas beigās skolēni saņem apliecinību par piedalīšanos plāna izstrādē.

Spēles darbības laiks: to var spēlēt visa mācību gada laikā, sākot ar sākumskolas skolēniem līdz pat vidusskolas skolēniem. Ieteicamais nodarbības ilgums ir viena līdz divām stundām.

Novērtēšana: konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta stundu beigās (vingrinājumi, debates, diskusijas utt.) konsultanti gūs iespaidu par veidu, kā spēles dalībnieki un grupas rīkojās un vai vingrinājums ir izdevies. Lai novērtētu spēles efektivitāti, konsultantam ir jāņem vērā daži aspekti.

- Vai grupas bija spējīgas darboties bez palīdzības?
- Vai dalībnieki rīkojās efektīvi, un vai viņi izpildīja visus uzdevumus?
- Vai dalībnieki pieņēma lēmumus, un pēc tam apsprieda citus spēles variantus?
- Vai visi spēles dalībnieki/grupas bija pietiekami motivētas?
- Vai lielākā mījiedarbības daļa bija reāla un dabiska?
- Vai spēles dalībnieki saprata vingrinājuma lietderīgumu?

Vietējās sabiedrības loma spēlē

Vārds "spēle" programmā reprezentē operatīvu jēdzienu. *Realitātes spēle* koncentrējas uz aktivitātēm, kuras ir praktiskas un pielietojamas, jo īpaši skolēnu orientētas, un kuras ņem vērā ietekmi, kādu spēle atstāj uz skolēniem. *Vietējās sabiedrības loma:* iegūt reālistisku, veidojošu, ar pieaugušo darbu saistītu nozīmi. Spēles dalībnieki dodas "ceļojumā" uz pieaugušo pasauli. Pamudināti, skolēni praktiski uzņemas pieaugušo lomu, pelna un tērē naudu, noskata māju, uzceļ pilsētu utt. – viss tiek veikts klasē kopā ar vecākiem un vietējās sabiedrības pārstāvjiem.

Vērā ņemamie faktori

A) Vai dalībnieki jūtas pietiekami atslābinājušies, lai izpildītu simulācijas vingrinājuma prasības?

Ja daži dalībnieki nejūtas komfortabli spēles laikā, simulācijas spēle varētu ļaut viņiem izstāties no tās, un viņu

lomu varētu pārņemt kāds grupā vairāk darboties gatavs biedrs. Konsultantam jāieņem diezgan neitrāla loma, lai iedrošinātu skolēnus būt aktīviem un vairāk izrādīt savu iniciatīvu.

B) Vai grupas sastāvam vajadzētu balstīties uz savu biedru dažādajām prasmēm vai vienādajām interesēm?

Tā kā konsultanti vislabāk pazīst savus dalībniekus, tad tieši viņiem ir jāizlemj, kā lai lielākā daļa dalībnieku maksimāli gūtu no spēles. Ja viņi nolemj, ka mazāk pieredzējis spēlētājs varētu gūt no savu daudz pieredzējušāko dalībnieku palīdzības, ir ieteicams izvēlēties vienu no dažādu prasmju grupām. Konsultantiem vajadzētu balstīt savu lēmumu par grupas sastāvu uz dalībnieku zināšanām un prasmēm. Veidojot grupas, ir jāņem vērā iespaidojamība, tā lai dalībnieki nemana "labu" vai "sliktu" grupu esamību.

C) Konsultanta loma

Konsultantiem, būtu noderīgi padomāt par diagnostisku/vērtēšanas vingrinājumu, kuru var veikt, vērojot dalībnieku uzvedību, jūtas, emocijas, neirofizioloģiskos aspektus, svārstīšanos konkrētā situācijā.

Mērķauditorija

Realitātes spēles mērķauditorija ir 3.-12. klases skolēni un pieaugušie (pavisam ir sešas programmu kategorijas):

- 3. un 4. kl. (izklaidēšanās)
- 5. un 6. kl. (radīšana, darīšana)
- 7. un 8. kl. (spēlēšana)
- 9. un 10. kl. (esamība)
- 11. un 12. kl. (darba meklēšana)
- Pieaugušie (reāla dzīve)

Katrai mērķa grupai ir noteikti mērķi.

Skolēni/pieaugušie – pozitīva un reāla paštēla veidošana un nostiprināšana, personīgo kompetenču, prasmju un spēju atklāšana; komandas darba praktizēšana, lēmumu pieņemšana, komunikācija un problēmu risināšana un citas dzīvē pastāvošās lomas; atbilstošās zināšanas un skolā iegūtā pieredze, lai spētu izvēlēties karjeras ceļu; izpratnes par saistību starp mācīšanos un ilgtermiņa guvumu attīstīšana; pašinformēšanas prasmju iegūšana saistībā ar izglītību un mācību piedāvājumiem; koncepta *mūžizglītība* izpratne un integrācija vietējā sabiedrībā.

Vecāki – tiešs atbalsts saviem bērniem izglītības un karjeras attīstībā; palīdzot jauniešiem pārvarēt personīgās, ģimenes, sociālās barjeras, kas stājas ceļā izvēlētajai profesijai, palīdzot izstrādāt karjeras plānu, kas atbilst iekšējām sasniegumu vajadzībām un nesakrīt ar citu vajadzībām.

Skolotāji/konsultanti – izstrādā mācību programmu atbilstoši vietējai situācijai, skolēnu interesēm un vajadzībām; atbalstot vispārējo, karjeras veidošanā nepieciešamo kompetenču attīstību, izmantojot jau savāktu darba instrumentu kopu; veicinot savstarpējo mijiedarbību starp skolotājiem, skolēniem, vecākiem un vietējo sabiedrību; veicinot un uzlabojot ar mācību programmas saturu saistītās prakses: "Cilvēki un sabiedrība", "Valoda un komunikācija", "Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts", lai atvieglotu karjeras izvēli.

Vietējā sabiedrība un uzņēmēji – tiešs atbalsts izglītībā nākotnes darbiniekiem; izglītības, profesionālās izglītības un veiksmīgas karjeras piemēri, paaugstinot skolēnu/pieaugušo socializāciju; iepazīstinot dalībniekus ar noteiktam profesionālajam statusam atbilstošu domāšanas, dzīves un rīcības veidu; attīstot problēmas risināšanas prasmes un iejūtības spējas, kas palīdz saprast apkārt esošo cilvēku viedokļus, emocijas un centienus.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

1. vingrinājums: "Valodas un māksla"

Ja bultiņa uz spēles dēļa apstājas uz trīsstūra, norādot uz "Valodas un māksla", dalībniekam lūdz izvēlēties kartiņu no šīs paketes. Dalībnieks var uzdot šādu jautājumu: "Kura no šīm specialitātēm, kas ir saistītas ar kaislību pret grāmatām, apvieno datorprasmes un sabiedriskās attiecības?"

- a. grāmatu redaktors
- b. rakstnieks
- c. bibliotekārs

Pareizā atbilde ir *bibliotekārs*. Šādi tiek izskaidrota saistība starp skolas mācību priekšmetiem un darba pasauli.

2. vingrinājums

Saskaņā ar klases un/vai grupas līmeņi vingrinājumu var paplašināt līdz sešām sanāksmēm ar atbilstoši komplikētām nodarbībām.

1. sesija: Konsultants klasei paskaidro, ka pateicoties ārstu trūcumam Āfrikā, Rumānijas speciālistiem ir iespēja doties turp strādāt. Brīvas ir tikai dažas vietas, un atalgojums nav liels. Principā skolēniem ir jāizvēlas desmit cilvēki, kuriem būs iespēja uzsākt darbu jaunos apstākļos un izdzīvot konkrētajā situācijā.

Pateikts, ka katrai grupai ir:

- jākoordinē medicīniskā personāla atlase;
- jāsaprot viss nepieciešamais jaunajā vietā pirmajām dažām nedēļām;
- jāizveido jaunas sabiedrības pamati ar dzīvotspējīgu medicīnisko palīdzību.

Konsultants paziņo, ka uzsākot attiecīgo spēles posmu, viņš vai viņa simulācijā vairs tieši nepiedalīsies.

2. sesija: Dalībniekus lūdz grupas ietvaros izlemēt, kādas speciālistu kategorijas ir nepieciešamas un tieši kādās jomās. Grupām ir arī jāizvēlas savi runātāji. Spēles vadītājs izlemj, kā grupa strādās dažu nākošo sesiju laikā, taču vērā ir jāņem attiecīgo grupu viedokļi.

3. sesija (vai 3. un 4. sesija, daudz detalizētākai diskusijai): Grupas uzsāk nodarbību ar nepieciešamā medicīniskā personāla "atlasī" jaunajai vietai ārzemēs. Sekretārs pieraksta norises aspektus. Grupa izlemj, kā notiks ceļojums uz jauno darba vietu.

4. sesija (vai 4. un 5. sesija): Grupas diskutē par veidu, kādā pirmajās dažās nedēļās noritēs aktivitātes jaunajā valstī, un debatē par to, ko darīt, ja vietējā sabiedrība ilgu laiku izrāda pretestību.

5. sesija (vai 6. sesija): Katras grupas runātājs prezentē izdarītos slēdzienus un attiecīgo lēmumu iemeslus. Piemēram, grupa X ir nolēmusi, ka neviena persona, kurai ir pāri 50, nevar doties ceļojumā un strādāt tādos apstākļos. Grupa var izjautāt runātājus par izdarīto izvēli un pieņemtajiem lēmumiem; ja nepieciešams, paši speciālisti (ārsti) var piedalīties beigu diskusijā grupas runātāju atbalsta vārdā. Ja laiks ļauj, katras grupas lēmumus varētu uzrakstīt un izlikt visas klases apskatei.

3. vingrinājums

Konsultantam jāpādomā par reālu situāciju profesijā, kura ir pārstāvēta vietējā sabiedrībā. Piemēram, viens skolēns ir inženieris, otrs ir skolotājs, cits vēlas strādāt bankā utt. Pēc tam skolēniem ir jāiedomājas saruna, kurā viņi pastāsta par dažādiem savas profesijas aspektiem. Dialogam ir jābūt tik tuvam attiecīgās sabiedrības reālajai situācijai, cik vien iespējams.

4. vingrinājums

Visām klasēm.

Divus vecākus lūdz pastāstīt ieinteresētajiem skolēniem par saviem profesionālajiem uzdevumiem. Tā kā viņi prezentē savu reālo darbu, abiem vecākiem ir jāparāda autentisks un praktisks sava darba elements, (profesijas nosaukums – specialitāte – ieņemamais amats-darbs, kvalifikācija, darba priekšmets, atmosfēra, riski, priekšrocības/trūkumi, iespējas, nepieciešamās prasmes, alga, atvaļinājums utt.).

5. vingrinājums

Visām klasēm

Dalībniekiem var pajautāt: "Vai jūsu karjera sākas ..."

- a. ... ar skolas beigšanu?"
- b. ... ar darba uzsākšanu?"
- c. ... kad jūs atklājat, ka jums īpaši patīk šis darbs?

Sniegto atbilžu rezultātā, konsultants var iesaistīties sarunā ar visu klasi, lai noskaidrotu skolēnu nodomus attiecībā uz savu karjeru, pamatojoties uz viņu spējām, piemērotību, interesēm, attieksmi, ticējumiem, konfliktiem, aizspriedumiem, jūtām un vērtībām.

Pielikums

Iespējamais modelis **REALITĀTES SPĒLES** integrēšanai mācību programmā paredzētajai **KONSULTĒŠANAI UN KARJERAS ATTĪSTĪBAS ATBALSTAM**

| <i>Konsultēšana un karjeras attīstības atbalsts mācību programmas ietvaros – 11. klase</i> | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|----------------|-------------------------------|---------------|------------------------|--------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------|---------------------------|-------------------------|
| SATURS | 1. Reāla pāreja | 2. Reāls darbs | 3. Reālas izglītības iespējas | 4. Reāla loma | 5. Spēle "Laimēs rats" | 6. Pāreja uz spēli "Laimēs rats" - I | 7. Laiks un pāreja - I | 8. Pāreja uz spēli "Laimēs rats" - II | 9. Laiks un pāreja - II | 10. Sagatavošanās intervījam | 11. Intervija | 12. Sagatavošanās pārejai | 13. Reāls darības plāns |
| Personīgā pašizziņa un pilnveide: <i>Piedāvāto metožu un līdzekļu piemēri satura izklāstam</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Personīgā SVID analīze (stiprās puses, vājās puses, iespējas, draudi) | X | | X | | | | | | X | X | X | X | X |
| Centieni un mērķu plānošana dažādos vingrinājumos: "Mana vēlamā nākotne, mana iespējamā nākotne" | | | X | | X | X | | X | | X | X | X | X |
| Personīgās dienasgrāmatas, aptaujas, savstarpēji saistītu zināšanu vingrinājumu veikšana | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | | X | X |
| Informācijas un izglītības vadība: <i>Piedāvāto metožu un līdzekļu piemēri satura izklāstam</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Debates ar skolēniem – skolotājiem – konsultantiem par mācīšanās lomu, lai sasniegtu personīgos un profesionālos panākumus | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Ieteikumu saraksta izveidošana, lai padarītu informāciju par izglītības un karjeras attīstības iespējām daudz pieejamāku | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

Metodes novērtēšana

Pārskats par programmas lietderību

Kanādas skolēnu aptauja par *Realitātes spēli* atklāja, ka programma piedāvā skolēniem informāciju un ļauj viņiem apzināties sekojošo.

| Indikatori | Procenti (%) |
|--|--------------|
| Savu nākotni un paštēlu | 100 |
| Darba pasauli/profesijas | 97 |
| Komunikāciju | 95 |
| Darba gandarījumu | 95 |
| Finansiālo plānošanu | 92 |
| Pašapziņu | 92 |
| Komandas darbu | 90 |
| Karjeras plānošanu | 89 |
| Stāvokli | 89 |
| Personīgās līdzdalības spējas | 86 |
| Taisnīgumu un nodarbinātības iespējas | 82 |
| Mūžizglītību | 82 |
| "Mācīšanos, kā mācīties" mainīgajā pasaulē | 78 |
| Informāciju par karjeras iespējām | 72 |

Priekšrocības:

Papildus noteiktu aktivitāšu specifiskajiem izziņas aspektiem, šāda programma veicina skolēnu un pieaugušo sasniegumus attiecībā uz attieksmes, vērtību, motivācijas veidošanu.

Tādā veidā

1. No klientu (skolēnu vai pieaugušo) viedokļa *Realitātes spēle* ļauj:

- atklāt savas prasmes, spējas, attieksmi;
- pozitīvi stiprināt paštēlu;
- izveidot tiešu sakarību starp skolā iegūtajām zināšanām, profesionālajām izvēlēm un darba pasaulē raksturīgajām lomām;
- izmantot jaunu vārdu krājumu un jaunas komunikācijas struktūras;
- brīvi pieņemt savus lēmumus;
- risināt uzdevumus patstāvīgi vai grupā;
- balstīt savu izvēli un lēmumus pieredzē.

2. No konsultantu viedokļa *Realitātes spēle* ļauj:

- nodrošināt prezentēto situāciju nozīmīgumu un stimulēt dalībnieku interesi, parādot skolas aktivitāšu praktiskos aspektus;
- veidot darba grupas pēc dalībnieku interesēm;

- organizēt starpnieciskas mācības, lai attīstītu karjeras veidošanai raksturīgas spējas un attieksmi;
 - koncentrēties uz idejām, motivācijām, nepārtrauktu informācijas iegūšanu un mācībām utt. karjeras attīstībā un darba tirgus prasību adaptēšanā agrā vecumā;
 - apvienot interaktīva darba stratēģijas: prāta vētra, debates, problēmas izvirzīšana, lomu spēle, kritiskā domāšana, vingrinājumi utt., nesamazinot citu tradicionālu metožu nozīmi, tādu kā: izskaidrojumi, demonstrēšana, teorētisks izklāsts, saruna, novērojumi;
 - pārraudzīt jēdzienu lietošanu grupā un individuāli;
 - izlabot kļūdas, programmas norises gaitā.
3. Attiecībā uz skolas *mācību programmu Realitātes spēle* ļauj:
- adaptēt mācību programmu (izstrādātu pēc vietējām prasībām) pakalpojumu saņēmēju interesēm un vajadzībām;
 - ieviest citas papildu metodes līdztekus tām, kuras jau ir iekļautas mācību struktūrā, lai konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta nodarbību laikā izklāstītu saturu un attīstītu kompetences;
 - pārraudzīt un novērtēt programmu, kura var dot cita veida gūvumus, saistītus ar dalībnieku pašapziņas līmeņa celšanos jomā, kuru viņi maz pārzina, bagātinot savu vārdu krājumu, veidojot uzskatus, attieksmes un vērtības.
4. Attiecībā uz *vietējo sabiedrību un uzņēmējiem Realitātes spēle* ļauj:
- palielināt objektivitāti, raksturojot kompetences kā manāmus rezultātus, kurus var novērtēt darba tirgū;
 - piedāvāt konsultācijas un konsultēšanu darba tirgus vajadzībām, lai uzlabotu zināšanas par šādiem aspektiem: darba tirgus vispār, politika nodarbinātības sfērā, cilvēku resursu vajadzības, ekonomiskā sistēma utt.;
 - radīt informācijas iegūšanas un mācību iespējas ar konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta stundu laikā novadīto nodarbību palīdzību, kā arī ar motivācijas perspektīvu atvēršanu dalībniekiem;
 - padarīt cilvēkus zinošus, sniedzot pakalpojuma saņēmējiem lietderīgu informāciju mūžizglītības nolūkā.

Trūkumi:

- programmas lietošana ir saistīta ar noteiktiem materiāliem un finansiāliem resursiem (lietošanas tiesību iegādāšanās, tulkošana, adaptēšana, iespiešana);
- prasība pēc atbilstošas un detalizētas konsultantu sagatavošanas un klientu instruēšanas par metožu izmantošanu precīzu zināšanu iegūšanai programmas noteiktos posmos;
- pastāv risks, ka mazāk motivēti vai kautrīgi dalībnieki var programmas gaitā izstāties;
- konsultanti var justies neprasmīgi un/vai izslēgti no nodarbībām, kurās paši nepiedalās.

Bibliogrāfija

Aria *curriculară Consiliere și orientare* (2005). București, CNC, Editura AFIR.

Cerghit, Ion (1997). *Metode de învățământ*. București, EDP.

Lallement, M. (1993). *Istoria ideilor sociologice. De la origini până la Weber*. (vol. I). Oradea, Editura ANTE.

Programa școlară pentru Consiliere și orientare – clasa a XI-a – a XII-a (2005). București, CNC.

Dicționar de psihologie (1997). Șchiopu, Ursula (coord.). București, Editura, Babel.

<http://uk.cambridge.org/elt/ces/methodology/simulation.htm>

www.realgame.ca (*Barry, B. Real Game Canada*)

www.realgame.org/assets/flash/MIRG_demo.html (*Online demonstration*¹³)

¹³ Es vēlētos pateikties Filam Jarves kungam (Mr Phil Jarvis), Partnerības attīstība, Nacionālā mūža/darba centra (Kanāda) viceprezidentam, par sniegto atbalstu informācijas vākšanā par šo metodi. I would like to thank Mr Phil Jarvis, Vice-President of *Partnership Development, National Life/Work Center* (Canada), for the support provided in gathering information on the method.

Skolēna lieta

Student Record

Luminita Tasica

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Marcela Marcinschi Calineci

Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centrs, Bukareste

Vēsture

Skolēna personības iepazīšana ir bijusi katra profesionāla pedagoga būtiski svarīgs uzdevums, un tas ir netieši izteikts mācību procesā.

Sokrāta patiesības iegūšanas metode, kā heirstiska izziņas un izglītības metode, iespējams, ierindojama starp pirmajiem vingrinājumiem, apzinot vajadzību dokumentēt datus par mācību progresu mācību procesā. Priekšgājēji tika konfrontēti ar grūtībām šādu ierakstu veikšanai, tāpēc vēsture tomēr ir saglabājusi mazliet informācijas par dažu izcilu seno laiku pasaules personību akadēmisko evolūciju.

Daži "ziņojumi" nāk no viduslaikiem, lai vēstītu, ka galma mestriem bija pienākums prezentēt saviem kungiem viņu atvašu veikumu bruņinieku mākslas mēģinājumos vai garīdznieku mācībās.

Renesance veicina humānistu izglītību un dod ieguldījumu dziļākām zināšanām, pateicoties tādām personībām kā: Komenius, Loks, Ruso, kuri sagrupē izglītību pa vecuma posmiem un uzsver skolēnu datu ievadišanas un saglabāšanas nozīmi no viena vecuma posma uz otru.

Sekmju dokumentēšana (*school record*) kļūst par pastāvīgu rūpi 19. gadsimtā, kad eksperimentālā pedagoģija aktualizē pētījumus par skolēnu individualitātes attīstību. 20. gadsimts, kuru Elena Kī (*Ellen Key*) nosauca par "bērna gadsimtu", centrā liek bērnu un pusaudžu zinātnisko pētniecību. Binē, Klapareds, Deveijs, Sterns, Gidioneskū, Teodosiu (*Binet, Claparede, Dewey, Stern, Ghidionescu, Theodosiu*) savos darbos pamato datu pierakstīšanas (*data recording*) metodoloģiju, un piedāvā "modeļu virkni ar dažādiem nosaukumiem, tādiem kā: diagrammas, piezīmju burtnīcas, ieraksti, mape, tabula utt., ar piezīmi, ka tie ir: individuāli, psiholoģiski, pedagoģiski, antropoloģiski, medicīniski-pedagoģiski, aroda, izglītojoši" (*Muster, 1971*).

Skolēnu lietas (*student records*) izmantošana tika veicināta pagājušā gadsimta beigās, kad radās nepieciešamība pēc diferencētas pieejas un izglītības un profesionāla atbalsta kā izglītības sistēmas atsevišķa mērķa attīstības.

Eiropas līmenī izšķir četrus posmus skolēna lietas (*student record*) evolūcijā:

- no gadsimta sākuma līdz Pirmā Pasaules kara beigām: vairākums Eiropas valstu, ieskaitot Rumāniju, ieviesa skolēnu lietas (*student records*), un tās ar likumu bija skolās obligātas (Austrija 1910, Bavārija 1913, Saksija 1920, Francija 1923, Rumānija 1923);
- posms starp abiem Pasaules kariem: skolēnu lietas (*student records*) kļūst par vispārēju metodi (ASV 1930, Vācija 1935). To ieviešana tiek veikta paralēli ar izglītības un profesionālo atbalsta sniegšanu;
- pēc Otrā Pasaules kara; izglītības un profesionālā atbalsta sniegšana un skolēnu lietas (*student records*) kļūst obligātas ar likumu (Bulgārija 1968, Polija 1957, Ungārija 1961, Čehijas republika 1967, Zviedrija 1962, Kanāda 1966, Japāna 1963);
20. gadsimta pēdējās desmitgades un 21. gadsimta sākums: pastāv organiska saikne starp konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta sistēmas evolūciju un skolēnu lietas (*student records*) lomu. Katrā valstī specializēta karjeras attīstības atbalsta un konsultēšanas sistēma gan skolā, gan ārpus tās darbojas atšķirīgi.

Tur, kur šie pakalpojumi ir apstiprināti gan skolā, gan izglītības sistēmā un ārpus tās, neatkarīgi sabiedriski vai privāti pakalpojumi, skolēna lietas (*student records*) funkcionalitāte ir ievērojami palielinājusies.

Praktiķi iesaka veikt skolēna lietas (*student records*) ierakstus tikai izņēmuma gadījumos (speciālā izglītība, riskanta uzvedība) vai pēc skolas vadības pieprasījuma. Kā dokumentāls instruments, tas vienmēr tiek integrēts skolas failā līdzās citai dokumentācijai vai, nesēn ieviestajā, karjeras attīstības atbalsta portfeli (portfolio), kuru sagatavo speciālisti kopā ar skolēniem un viņu ģimenēm.

Jaunākie pētījumi psiholoģijā un izglītības zinātnēs runā par personīgās pieredzes, efektīvas pielāgošanās mūsdienu sabiedrības straujajai evolūcijai nozīmi, tā ka "ielikt" skolēnu "rāmjos", kurus uzspiež studentu lieta attiecībā uz zināšanu, kompetences kvantitāti un kvalitāti, garīgo procesu un nostājas raksturojumu, vecuma īpatnībām utt., vairs nav prioritāte, kā tas bija pirms dažām desmitgadēm.

Teorētiskais pamatojums

Skolēna lietas struktūras un satura analizē mēs izmantosim vairāku ekspertu viedokļus, lai mēģinātu definēt šo dokumentu (*instrument*).

Skolēna lieta ir "darba dokuments/instruments, kurš ir paredzēts, lai vāktu un sistematizētu svarīgu informāciju par skolēna personību un viņa pilnveides prognozēm" (Radu, 1974, apud Cristea, 2002).

Skolēna lieta tiek definēta arī divās Rumānijas pedagoģiskajās vārdnīcās (1979, 1984) kā "darba instruments... kas pieļauj, dokumentējot datus, garenisku un šķērsenisku skolēnu personības attīstības pētīšanu. Lieta satur dažādu informāciju, kas ir zinātniski apstrādāta, sagrupēta pēc vecuma un attiecas uz sociālo vidi, ģimenes izglītību, fizisko stāvokli, darba kapacitāti, darba stilu un rezultātiem skološanās laikā, intelektuālo, tehnisko, māksliniecisko, organizatorisko un sportisko kapacitāti, temperamenta un rakstura iezīmēm utt."

Izglītības un profesionālās attīstības atbalsta vārdnīcā psiholoģiski-pedagoģiskā vai skolēna lieta tiek uzskatīta par "dokumentu, kurš sintezē un sistematizē informāciju par skolēnu, kura ir savākta skološanās laikā ar psiholoģisku metožu palīdzību, kuras ir aizgūtas no statistiskām metodēm un interpretētas no psiholoģiskā un pedagoģiskā aspekta." Lieta ir dokuments par karjeras attīstības atbalstu atbildīgiem profesionāļiem, kuri palīdz "noteikt garīgo diagnozi un sniegt padomus karjeras attīstības atbalstā" (Tomşa, 1996). Pēc Voiculeskū (Voiculescu) (2001) domām, lieta ir "personības rengenogramma, garīga un fiziska evolūcija, vides apstākļi, sekmes skolā un pilnveides perspektīvas".

Skolēna lieta konsultantam nozīmē:

- dokumentēšanas līdzekli, lai veiktu izrakstus no nodarbībām, rakstiskiem darbiem vai kontroldarbiem skolēna mācību progresa dokumentēšanas nolūkā;
- lapa ar citātiem un informatīviem materiāliem, galvenajiem personīgiem/biogrāfiskiem datiem;
- datu vākšanas un pierakstīšanas metode, kura ir personificēta, izglītojoša, sociāla;
- sistemātiskas informācijas vākšanas plāns par skolēnu, lai zinātu un izskaidrotu viņa/viņas izturēšanos;
- zinātnisks darba instruments gareniska/šķērseniska pētījuma veikšanai par skolēna personību;
- līdzeklis, lai veicinātu efektīvu formatīvu intervenci skolēna personības veidošanā un atbalsta sniegšanā;
- skolēna personīgā vēsture izglītības ciklā;
- skolas dzīves, direktora žurnāla (*principle's book*), karjeras attīstības atbalsta un konsultēšanas portfolio neatņemama sastāvdaļa.

Psiholoģisku zināšanu iegūšana ir grūts un komplicēts process, kurš prasa īpašas kompetences un spējas tā objektīvam novērtējumam. Abi skolas speciālisti (izglītības konsultants un psihologs) un tie, kas tieši strādā ar bērniem un pusaudžiem: skolotāji, audzinātāji, skolotāji-konsultanti utt. koncentrējas uz šādiem aspektiem, kad aizpilda skolas dokumentāciju (*school record*):

- datu vākšana skolēna identificēšanai;
- uzvedības, prasmju, kognitīvo īpatnību sistemātiska, nevis spontāna novērošana visa izglītības procesa laikā;
- personīgās pieredzes/stila pētīšana: Ko viņi domā? Ko viņi jūt? Kā viņi izturas? Ar kādām grūtībām saskaras? Kas viņiem vislabāk patīk? Kā viņi izturas pret citiem? Ko viņi gribētu izmainīt? Kādi ir vissvarīgākie mērķi? Kas viņu dzīvē sastāda svarīgo personu loku? Kā viņi uztver savu ģimeni? Kādas savas priekšrocības viņi saskata? utt.;
- datu sintēzes veikšana, lai sniegtu atbalstu skolēniem lēmumu pieņemšanā.

Konsultantiem lūdz sniegt kompetenču praktisku pierādījumu psiholoģiska novērtējuma šķēršļu identificēšanā, kas šādā metodē ir svarīgi: mērķauditorijai domāto standartizēto instrumentu trūkums, pieredzes trūkums to izmantošanā, pamata mācību programmu neesamība (piemēram, psiholoģiskās diagnostiskas elementi, psiholoģiskā novērtējuma metodoloģija, personības novērtēšanas metodes, projektīvi testi, psiholoģisko datu apstrādes statistika utt.), svārstīga uzticēšanās konsultantam un beidzot licences vai novērtēšanas testu un aptauju neatbilstība saskaņā ar likumu Nr. 213 no 2004. gada attiecībā uz ārštata psihologu praksi, Rumānijas Psihologu koledžas (*the College of Psychologists in Romania*) dibināšana, struktūra un funkcijas. (www.apsi.ro, www.copsi.ro)

Metodes prezentācija

Atpazīstama pēc vairākiem nosaukumiem (piemēram, psiholoģiski-pedagoģiskais raksturojums, pedagoģiskais dokuments (*record*), izglītības un karjeras attīstības atbalsta dokuments, novērojumu tabula utt.), un jau ieviests izglītībā strādājošo cilvēku vārdu krājumā, esam secinājuši, ka **skolēna lieta**:

- ir darba instruments, lai novērtētu un raksturotu bērnu, iespējams, ka visbiežāk lietots un zināms izglītības jomā;
- pēta bioloģiskus, kognitīvus, emocionālus, uzvedības, nostāju attīstošus aspektus;
- ietver datus par svarīgiem konkrētā vecuma sasniegumiem, kas saistīti ar personību, piemērošanos skolas prasībām utt., kas iegūti ar īpašu izpētes instrumentu palīdzību, vispārēju un specifisku novērtēšanu attiecībā uz attīstības līmeni;
- fiksē informāciju par skolēniem attiecībā uz sociālo vidi vispār, un detalizēti attiecībā uz draugu loku, klasi, ģimeni, sabiedrību utt.;
- ir faila daļa par uzņemšanu 1. klasē kopā ar medicīnisko karti (*record*). Turklāt tā ir skolotāja-konsultanta/klases audzinātāja žurnāla neatņemama sastāvdaļa;
- ir kvintesence bērna paziņai noteiktā mācību ciklā un (dažās valstīs) darba vietā, vienādi derīgs gan personai, kas veic dokumentēšanu, gan pakalpojuma saņēmējam.

Parasti skolēna lieta ietver šādas sadaļas:

- bērna/skolēna personības detalizēts raksturojums;
- ģimenes raksturojums;
- aktivitātes pirmskolas iestādē/pamatskolā/vidusskolā;
- ārpus stundu nodarbības;
- informācija par skolēna fizisko, garīgo un sociālo stāvokli;
- vispārīgi secinājumi un vērtējumi;
- priekšlikumi, ieteikumi, rīcības plāns personīgai un karjeras attīstībai.

Dinamiskam un komplicētam raksturojumam Badea (1997) piedāvā "nobriešanas jomu" ("maturity fields") koncepciju, kas ietver bioloģisko, psiholoģisko, uzvedības, sociālo, ģimenes jomu. Piemēram, bioloģiskā joma veidojas no: fiziskās augšanas sistēmas (augums, svārs, maņas orgāni, orgāni, sistēmas, seksuālās īpatnības, biotips, dispozīcija, saslimšanas), psiholoģiskās attīstības, ikdienas diētas (miegs, ēšana, higiēna, ģērbšanās, brīvā laika pavadīšana) utt. Pastāv dažas korelācijas starp tādām jomām, kā fiziskā audzināšana: ikdienas diēta – sekmes skolā, veselība – sekmes skolā utt. Vērojama arī mijiedarbība psiholoģijas un uzvedības jomā: motivācija-izziņa-spējas-darbība.

Aspekti, kas padara cilvēcisku būtņi par vienreizīgu, tiek izcelti arī studentu lietā: sekmes vai nesekmība, vajadzības, intereses, darba spējas, temperaments, emocijas, attieksme, personība, intelektuālās spējas, intereses, sekmju vispārējais līmenis, īpašie akadēmiskie sasniegumi, esošā situācija, vēlamā situācija utt.

Katrs skolēns ir atšķirīgs, autonomš, unikāls, kas ļauj secināt, ka skolēnu lieta ir "identitātes kartes" veids, kurš ir īpašš katram.

Dažās valstīs skolu konsultanti, strādājot komandā ar skolas direktoru, dokumentē skolēnu lietas. Tās ietver akadēmiskos sasniegumus, īpašas izglītības vajadzības, vispārīgas un īpašas personības iezīmes, tādās kā: attiecības ar kolēģiem skolotājiem, psiholoģiski-sociālais briedums, pašdisciplīna, enerģija, pašapziņa, humora izjūta, neatlaidība, līderība, noturība pret stresu, personīgās rakstura iezīmes, īpašie talanti utt. (www.marymountrome.org).

Pateicoties faktam, ka nesen obligātā izglītība Rumānijā tika pagarināta līdz 10 gadiem, skolas konsultantu iesaistīšanai skolēnu vērtēšanā vajadzētu būt labā kvalitātē. Rumānijas Izglītības zinātņu institūta izglītības un profesionālā atbalsta departaments (2001) (*The Department of Educational and Vocational Guidance in the Institute of Educational Sciences – Romania*) uzskata, ka skolēna lieta vai psiholoģiski-pedagoģiskais dokuments (regulāri precizēts) ir novērtēšanas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta portfolio neatņemama sastāvdaļa, kas pavada skolēnu pārejā no 8. klases uz 9. klasi, uz vidusskolu vai profesionālo mācību iestādi.

Ir svarīgi piezīmēt, ka skolēna lieta vairs nav obligāta pašreizējā izglītības sistēmā, bet tur, kur tā ir, tā sniedz vērtīgu atbalstu, lai iegūtu komplicētās zināšanas par skolēniem un lai vadītu informāciju ar nolūku uzņemties atbildību un pieņemt pamatotus ar karjeru saistītus lēmumus.

Kādas ir efektīvas psiholoģiski-pedagoģiskas zināšanas?

Labā skolēna lieta tiek aizpildīta pēc psiholoģiski-pedagoģiskas novērošanas un intervences organizēta, sistemātiska un pastāvīga procesa, vācot datus par skolēna personības iezīmēm. Lai iegūtu objektīvas un efektīvas psiholoģiski-pedagoģiskās zināšanas, ir nepieciešams nodrošināt procesa zinātniskos parametrus (Ezechil; Lăzărescu Păiși, 2002). Tas ir iespējams ar:

- skolotāju un skolotāju-konsultantu specializētām instrukcijām;
- zināšanu daudzējādo veidu izmantošanu (standartizēti testi un aptaujas, skolu dokumentācija/school records);
- uzvedības un attieksmes novērošanu, pētot skolēna personību dažādās situācijās un vietās: stundu laikā, starpbrīžos, ārpus klases nodarbībās, mājās utt.;
- informācijas iegūšanu no vecākiem vai aizgādņiem attiecībā uz noteiktiem skolēna personības psiholoģiski-pedagoģiskajiem aspektiem;
- atbilstošu bioloģiskās, psiholoģiskās un sociālās attīstības individuālo un sociālo faktoru identificēšanu;
- sadarbošanos ar psiholoģijas un pedagoģijas speciālistiem, kam ir īpaša pieredze lietot testus un aptaujas.

Mērķauditorija

Skolēna lietu var ieviest pirmskolas bērniem, skolēniem, studentiem, augstskolu beidzējiem, izmantojot palīdzību no: skolu konsultantiem, skolotājiem, skolu ārstiem. Informāciju iegūst no paša skolēna, vecākiem,

radniekiem, kaimiņiem, sociālajiem darbiniekiem, draugu loka, klases biedriem, skolu vadītājiem un administratīvajiem darbiniekiem (laboratorijas strādniekiem, skolas sekretāres), ar kuriem ikdienā saskaras skolēns.

Izglītības iestādes (bērnudārzi, pamatskolas, profesionālās mācību iestādes, vidusskolas, koledžas, universitātes, citi valsts un privātās izglītības un mācību sniedzēji) ir izstrādājušas savu dokumentāciju (*records*) tik personificētu, cik iespējams. Tā ietver detalizētu raksturojumu, ģimenes sociālo un ekonomisko kontekstu, garīgās un fiziskās iezīmes, apstākļus skolā utt.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Skolēna lietas personificēts modelis (patiesš gadījums)

Personas dati: Uzvārds: I.Vārds: M-A; Personas kods: 1900306XXXXXX; Dzimšanas datums: 1990. gada 6. marts, Sibiu; Adrese: XX XXXXX iela, Sibiu.

Pašlaik vispārējās izglītības skolas Nr.XX 7. klases skolēns, Sibiu. No 1. līdz 4. klasei šīs pašas skolas skolēns.

Ģimene: Izcelšanās; laulība.

Tēvs: Uzvārds: I. Vārds: M.; Vecums: 44; Sibiu. Izglītība: 12. klases; pašlaik santehniķis.

Māte: Uzvārds: I. Vārds: D.; Vecums: 40; Sibiu. Izglītība: 12. klases; pašlaik apmeklē grāmatvedības kursus.

Bērni:

| No. | Uzvārds un vārds | Dzimšanas datums un vieta | Nodarbošanās |
|------|------------------|---------------------------|--------------------|
| 1. | I. R. | 22.06.1987, Sibiu | 10. klases skolēns |
| 2. | I. S. | 14.04.1982, Sibiu | 3. klases skolēns |
| | | | |

Pārējie ģimenes locekļi: vecāmāte, pensionāre.

Ģimenes klimats: labvēlīgs izglītībai un pilnveidei.

Dzīves apstākļi: vecākiem piederošs dzīvoklis, sastāv no trijām istabām un labierīcēm, ūdens, gāzes apkure, elektrība, laba higiēna.

Ģimenes ienākumi uz personu: XXXX lejas/naudas vienības (kopējais ģimenes budžets). Citi vajadzību apmierināšanas avoti: radnieki valstī.

Veselība: ļoti laba; specifiskas bērnu slimības, viegli runas traucējumi – koriģējami; rekomendācijas runas korekcijai.

Skolas sekmes:

| Nr. | Klase | Gada vidējā atzīme | Matemātika | Dzimtā valoda | Vēsture | Ģeogrāfija | Fizika | Angļu valoda | Franču valoda | Sports | Uzvedība |
|-----|-------|--------------------|------------|---------------|---------|------------|--------|--------------|---------------|--------|----------|
| 1. | 5. | 8,96 | 9,03 | 7,55 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 2. | 6. | 9,02 | 9,26 | 7,60 | 10 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 3. | 7. | 9,33 | 9,03 | 7,50 | 10 | 9 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

Skolas konkursi: matemātika, vēsture (reģionā 2. vieta), angļu valoda.

Psiholoģiskie dati

Uzmanība – stabila koncentrēšanās, sadalīšana.

Atmiņa – loģiska matemātiskā domāšana, ļoti laba atmiņa.

IQ = 118/Raven – Standarta progresējošā matrice.

Kreativiāte – iztēles bagāta personīgā iniciatīva.

Valoda – viegli runas traucējumi – stigmatisms – labojams ar terapiju.

Temperaments – dominējoši: sangvīnisks un flegmātisks, ekstraverts, optimistisks, apdomīgs.

Personība – labs kolēģis, disciplinēts, pastāvīgs izglītības progress, organizēts, pašpārliecināts līderis.

Spējas – kognitīvas, intelektuālas.

Īpašas spējas – angļu valoda.

Emocionalitāte – relatīvs līdzsvars; viegla emocionāla nestabilitāte.

Sintētiskais raksturojums (*Synthetic characterization*):

Inteliģence: intelektuālās attīstības koeficients (I.Q.)=118.

Spējas vai īpašās intereses: eksaktās zinības un angļu valoda.

Vairāk izteiktās rakstura iezīmes: vienkāršs, disciplinēts, ambiciozs, organizēts, līderis.

Dominējošās temperamenta iezīmes: optimistisks, jautrs.

Izglītības un profesionālās attīstības atbalsts:

- Vecāku vēlēšanās: medicīnas skola;
- Skolēna tieksmes: matemātika vai IT (ņemot vērā viņa spējas matemātikā un angļu valodā);
- Skolotāja viedoklis: jebkuras zinātnes joma.

Skolēna lietas vadība (*Student record guide*) iesaka šādus etapus skolēna datu ievadišanā: vākšana, kvantitatīvā analīze, sintēze un interpretēšana.

Metodes novērtēšana

Lai "pacenstos" un uzskicētu šādu dokumentu, skolotājs konsultants apsvērs **priekšrocības** un klienta (skolēna, studenta) guvumus:

- piedāvā sintētisku raksturojumu un prognozi, turpinot veikt formatīvu un iepriekš nosakošu vērtējumu;
- palīdz identificēt un ātri un efektīvi atpazīt personības būtiskos aspektus, kas var ģenerēt emocionālas, sociālas, uzvedības vai mācīšanās problēmas;
- novērst nepiemērotības riskus, izglītības un sociālas neveiksmes;
- izvēlēties vislabāko pieeju skolēna iepazīšanai (stipro un vājo pušu, iespēju un draudu analīze, svarīgākais skolas un dzīves veiksmi);
- integrēt skolēnus ar īpašām izglītības vajadzībām "normālās" skolās un samazināt diskrimināciju;
- spēju un talantu identificēšana un attīstīšana;
- izglītības un profesionālās attīstības atbalsts.

Trūkumi:

- gadījumos, kad skolēnu lietas tiek formāli un neprofesionāli ieviestas, uzskatot to par "papildu uzdevumu" pedagoģiskajā praksē;
- prasa komplicētu psiholoģiski-pedagoģisku sagatavotību, un pašlaik Rumānijā specializēšanos psiholoģijā;
- negatīvs personas apzīmējums, raksturots ar "viņa/viņas evolūcijas vērtēšanu", kuras pamatojas uz rezultātiem, kas iegūti testos vai novērojumos laika gaitā, var būt par neuzticēšanās avotu, un tādēļ var ietekmēt skolēna paštēlu.

Bibliogrāfija

Badea, E. (1997). *Caracterizarea dinamică a copilului și adolescentului (de la 3 la 17-18 ani) cu aplicație la fișa școlară*. București, Editura Tehnică.

Ciascai, L.; Secară, R. (2001). *Ghid de practică pedagogică. Un model pentru portofoliul studentului*. Oradea, Editura Universității.

Cosmovici, A.; Iacob, L. (1999). *Psiho-pedagogie școlară*. Iași, Editura Polirom.

Cucoș, C. (1998). *Pedagogie*. Iași, Editura Polirom.

Cristea, S. (2002). *Dicționar de pedagogie*. Chișinău, Litera Educațional.

Ezechil, L.; Lăzărescu Păiși., M. (2002). *Laborator preșcolar. Ghid metodologic*. București, Editura V&I Integral.

Consilierea carierei adulților (2003). M. Jigău (coord.). București, Editura Afir.

Quintilianus (1974). *Arta Oratorică*. București, Editura Minerva.

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

Fișe pedagogice pentru orientarea școlară și profesională (1971). D. Muster (coord.). București, EDP.

Șuteu, T.; Fărcaș, V. (1982). *Aprecierea persoanei*. București, Editura Albatros.

Stanley, Thomas J. (2003). *Gândirea milionarului american*. Oradea, Editura Aquila '93.

Tomșa, Gh. (1999). *Consilierea și orientarea în școală*. București, Casa de Editură Viața Românească.

Dicționar de orientare școlară și profesională (1996). Gh. Tomșa (coord.). București, Cluj Napoca, Editura Afeliu.

Voiculescu, E. (2001). *Pedagogie preșcolară*. București, Editura Aramis Print S.R.L.

www.cnrop.ise.ro/resurse/capp/pub/actcapp.doc

www.marymountrome.org

www.nichcy.org/pubs/basicpar/intro#intro

www.ismb.ro/info/invspec.htm

www.romdidac.ro/lista_formulare.php?id_categorie=51&id_subcategorie=6&j=2&k=1

www.dexonline.ro

www.apsi.ro

www.copsi.ro

Pielikumos prezentējam dažas **Skolēna lietas** (Holban, 1970; Mărgineanu-Dăscălescu-Muster, 1970; Cristea, 2002).

SKOLĒNA LIETA

(Holbans, 1970, Pedagoģisko zinātņu institūts, laši)

| | | | | | |
|--|----------------|-----------|------------------|----------|------------|
| I. Vispārīgie dati: | | | | | |
| LietaNr.....;Skola.....Pilsēta..... | | | | | |
| Skolēnavārds.....dzimis.....diena..... | | | | | |
| mēnesis.....pilsēta.....valsts..... | | | | | |
| Apmeklētāsskolasuntoadreses..... | | | | | |
| Klase/Mācību gads/Skolas un pilsētas nosaukums/Adrese/Ceļš-mājoklis-kopmītne | | | | | |
| II. Veselība: | | | | | |
| Iedzimtība un kaitīgi vides apstākļi..... | | | | | |
| Personīgais dzīves gājums – fiziski traucējumi – sensorās disfunkcijas..... | | | | | |
| Veselības vispārējais stāvoklis..... | | | | | |
| Medicīniskas atsauksmes attiecībā uz izglītības procesu (<i>Medical mentions with bearing on the educational process</i>)..... | | | | | |
| III. Ģimenes dati: | | | | | |
| 1. Ģimene (sintēzes tabula) | | | | | |
| Vārds | Dzimšanas gads | Izglītība | Profesija/ amats | Ienākumi | Novērojumi |
| Tēvs | | | | | |
| Māte | | | | | |
| Bērni | | | | | |
| 2. Ģimenes dzīves īpatnības | | | | | |
| 3. Integrēšanās pakāpe ģimenē | | | | | |
| 4. Vecāku veltītā uzmanība skolēna izglītībai | | | | | |
| 5. Ietekme, kas nāk no sabiedrības | | | | | |
| 6. Skolas un ģimenes sadarbība | | | | | |

| IV. Skolas dati: | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------|---|-------------------------|----------|---|------------------------------|---|-------------------|---|----|
| 1. Situācija skolā | | | | | | | | | | | |
| Klase/Departaments | | Skmju rādītāji | | | | | Rezultāti mācību priekšmetos | | | | |
| | | Gada vidējā atzīme | | Rangs klasesbiedru vidū | | | Augstāki par vidējo | | Zemāki par vidējo | | |
| 2. Integrācijaspakāpeskolā | | | | | | | | | | | |
| 3. Lomas | | | | | | | | | | | |
| 4. Sekmes | | | | | | | | | | | |
| 5. Aktivitāte skolēnu klubā | | | | | | | | | | | |
| 6. Ārpusstundu nodarbības | | | | | | | | | | | |
| 7. Sekmesvainesekmībūmotivējošie faktori | | | | | | | | | | | |
| 8. Ieteikumi izglītības līmeņa uzlabošanai | | | | | | | | | | | |
| V. Dati par psiholoģisko struktūru: | | | | | | | | | | | |
| 1. Intelektuālo procesuraksturojums | | | | | | | | | | | |
| 2. Emocionalitāte – temperaments – personība | | | | | | | | | | | |
| 3. Spējas – intereses – motivācija | | | | | | | | | | | |
| VI. Sintētisks novērtējums (<i>synthetic appreciations</i>): | | | | | | | | | | | |
| 1. Biogramma (salīdzinājumā ar klases skolēniem): | | | | | | | | | | | |
| Raksturīgās iezīmes | | Mācību gads | | | | | | | | | |
| | | Ļoti slikti | | | Viduvēji | | | | Prasmīgi | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Rezultāti | | | | | | | | | | | |
| Garīgā attīstība | | | | | | | | | | | |
| Domāšanas spējas | | | | | | | | | | | |
| Atmiņa | | | | | | | | | | | |
| Hiperemocionalitāte – līdzsvarotība | | | | | | | | | | | |

Impulsivitāte – refleksivitāte

Ambīcijas

Darba iemaņas

Integrācija ģimenē

Integrācija skolā

Mācību apstākļi

Veselība.....

2. Psiholoģiski-pedagoģiskais profils (eksperimentāls):

| Dati | Tests | Kvota | Procenti | | | | | | | | | | | |
|------|-------|-------|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| | | | 10 | 20 | 25 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 75 | 80 | 90 | 100 |
| | | | | | | | | | | | | | | |

VII. Dati attiecībā uz izglītības un profesionālo attīstības atbalstu:

Skolēna noslieces

Ģimenes vēlēšanās

Klases audzinātāja viedoklis

Virzošās formatīvās darbības (*Directed formative actions*)

Lietu aizpildīja:

Uzvārds un vārds/Amats/Skola/Mācību gads

SKOLĒNA LIETA

(Mărgineanu; Dăscălescu; Muster, 1970, Pedagoģisko zinātņu institūts, Cluj)

| Skolēna vārds dzimispilsēta | | | | | | |
|---|--------------------------|------------------|--|------------|-----|----|
| I. Pamatskola/vidusskola: | | | | | | |
| klase/vidusskola/ Departaments | Mācību gads | Skola (adrese) | Klases audzinātājs | Novērojumi | | |
| I. | | | | | | |
| II. | | | | | | |
| III. | | | | | | |
| IV. | | | | | | |
| II. Ģimenes dati: | | | | | | |
| Vecāki; profesija: tēvs māte | | | | | | |
| Normāla ģimene (iespējams: tēvs miris, māte mirusi/vecāki šķīrušies/audžuvecāki): | | | | | | |
| Bērnu skaits skolēni | | | | | | |
| Sociālā un morālā atmosfēra ģimenē un skolēnu darba apstākļi | | | | | | |
| III. Medicīniskie dati: | | | | | | |
| Hroniskas slimības, uzņēmība pret slimībām, fiziskie trūkumi (kas kaitē mācīšanās procesam hroniskā stāvokļa dēļ vai to sekas, un izslēdz noteiktas profesijas) | | | | | | |
| IV. Psiholoģiski –pedagoģiskais profils: | | | | | | |
| Nr. | Spējas/Rakstura īpašības | Gads/ Līmenis | I | II | III | IV |
| | | | Attīstības psiholoģiskā sociogramma (Augstākā – Vidēji augsta – Vidēji zema – Zemākā) | | | |
| 1. Intelekts | | | | | | |
| 2. Raksturs | | | | | | |
| 3. Emocionālā stabilitāte | | | | | | |
| 4. Veselība | | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 5. Ekonomiskie un sociāli-kulturālie apstākļi | | | | | |
| 6. Intereses/īpašs aicinājums: | | | | | |
| 7. Interesu un aicinājuma trūkums: | | | | | |
| 8. Teorētiskā/praktiskā inteliģence | | | | | |
| V. Situācija skolā: | | | | | |
| Gada vidējā atzīme/Rangs starp klases biedriem: | | | | | |
| Vislabākie rezultāti (mācību priekšmets, vidējā atzīme, klasifikācija): | | | | | |
| Vissliktākie rezultāti (mācību priekšmets, vidējā atzīme, klasifikācija): | | | | | |
| VI. Darba klubiņi, kuros skolēns aktīvi darbojas: | | | | | |
| VII: Skolas konkursi un apbalvojumi: | | | | | |
| VIII. Pienākumi: | | | | | |
| IX. Iemīļotākās nodarbes: | | | | | |
| X. Vēlamā profesija: skolēns tēvs māte | | | | | |
| XI. Raksturojums – Rekomendācijas (datums, atbildīgā persona, skolotāja paraksts) | | | | | |

SKOLĒNA LIETA

(Cristea, 2002)

Vispārīga informācija par skolēnu

Uzvārds un vārds: Dzimšanas datums un vieta:

Ģimenes dati (vecāku nodarbošanās, darba vieta, bērni/viņu sociālais statuss, materiālie/dzīves apstākļi, ienākumi utt):

Sociāli-audzinošā/ģimenes vide, kopmītne, mājoklis utt. (mācību apstākļi, ģimenes attieksme pret skolu; ģimenes loma/citi faktori skolēna pedagoģiskajā atbalstā):

Sasniegtie rezultāti skolā un ārpus tās:

Īpašie sasniegumi skolā un ārpus tās:

Mācīšanās un sociālās integrācijas problēmas (skolā, mājās, kopienā utt.):

Fiziskā attīstība un veselības stāvoklis:

Veselības vēsture (slimības, traumas, īpaši apstākļi):

Fiziskie, fizioloģiskie, sensorie trūkumi (redze, dzirde utt.):

Veselības problēmas, kas radušās skolas laikā:

Svarīgas veselības rekomendācijas:

Psiholoģiski-pedagoģiskais raksturojums:

Novērošanas māka (laba uztvere):

Uzmanība (koncentrēšanās, noturīgums, pārslēgšanās, sadalīšana):

Prasmes (efektivitāte, apķērība, integrācija mācībās, produktīvs darbs, kreativitāte):

Motivācija:

Mācību motivāciju noteicošie faktori: bailes, balvas, atzīmes, sasniegumi;

interesu hierarhija: zināšanas/zinātniskas, mākslinieciskas, sociāli-humānas; praktiskas/tehnoloģiskas; industriālas, sociāli-politiskas, vadības utt.

Emocionalitāte (emocionālās līdzsvarotības – nelīdzsvarotības tendence):

Loģiska – mehāniska atmiņa, noris ātri – lēni:

Domāšana: pamata funkciju kvalitāte: analīze – sintēze – abstrakcija – vispārināšana – salīdzināšana – ilustrēšana; pamata informācijas produktu iegūšanas kvalitāte: jēdzieni, vērtējums, spriešana, principi, likumi:

Vispārējā inteliģence, kuru nosaka: spējas uztvert un risināt problēmas un problemātiskas situācijas:

Verbālā inteliģence, kuru nosaka mutvārdu un rakstveida valodas kvalitāte, kura atspoguļojas šādos rādītājos:

vārdu, teikumu, zinātniskas, mākslinieciskas, filozofiskas, tehnoloģiskas dabas frāžu nozīmes ātra saprašana;

raita valoda komplicētās situācijās;

Temperamenta iezīmes/izteiktas dinamiski-enerģētiskās bāzes līmenī: intraverts-ekstraverts-jauktais; stabils-nestabils-jauktais; sangvīniķis-holēriķis-flegmātiķis-melanholiķis;

Spējas raksturojošas iezīmes/izteiktas darbošanās efektivitātes līmenī, procesa un rezultāta izteiksmē: vispārējās spējas/pielietojamas visās jomās, visos mācību priekšmetos; īpašās spējas/noteiktās jomās, mācību priekšmetos utt.

Personīgās rakstura iezīmes/izteiktas attiecību līmenī ar pasauli un sevi:

attieksme pret ģimeni, skolu, sabiedrību, mācīšanos, ražīgu darbu, jaunradi, sevi/tendence sevi nenovērtēt vai pārvērtēt, līdzsvarots pašnovērtējums;

apzināta uzvedības vadīšana (skolā, mājās, kopienā, sabiedrībā utt.);

personības funkcionālā struktūra/kognitīvs, emocionāli – motivējošs, gribas svars;

izglītības, profesionālais un sociālais atbalsts, pausts izglītības cikla beigās ar:

psiholoģisku raksturojumu, aplūkotu kā rekomendāciju nākotnei vai/un sociālu aktivitāti (liekot uzsvaru uz pozitīvām iezīmēm);

gala lēmuma pieņemšana attiecībā uz izglītības, profesionālās attīstības un sociālo atbalstu uz korelācijas pamata starp: skolēna un viņa ģimenes izvēlēm (paustām katru gadu) – motivācija noteiktos mācību priekšmetos un darba sektoros, gada gaitā skolā, gan ārpus tās sasniegtie rezultāti, klases audzinātāja, citu skolotāju un "dalībnieku", kuri iesaistīti skolēna izglītībā, rekomendācijas.

Scenārijs

Scenario

Luminita Tasica

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Scenārija pirmsākumi meklējami senajos laikos. Drāma, kas tiek uzskatīta par visu citu pēc tam izveidoto scenāriju veidu pirmavotu (stratēģiskie, sociāli-ekonomiskie, vadības, izglītības, imitējošie, terapeitiskie utt.), ir saistīta ar skatuves mākslas sākumiem, it sevišķi ar agrīno teātri. No rakstiskiem aizmetņiem par aizvēsturisko iedzīvotāju ceremonijām līdz pašreizējai scenāriju rakstīšanai, scenāriju rakstīšanas tehnika ir pilnveidojusies, un to spēcina teātra viņu attīstība līdz ar sabiedrību: antīkais teātris, viduslaiku teātris, Renesances teātris, klasiskais, modernais, reālistiskais/sirreālistiskais teātris. Scenārijs patiesi kļūst šova mākslai nepieciešams tikai 20. gadsimta sākumā ar kino ienākšanu, kad scenārija rakstīšanai nav citas izejas kā kļūt par mākslu, tāpat kā citiem kino veidošanas komponentiem: režija, aktierspēle, mūzikas komponēšana, skaņu režija, scenogrāfija un citi.

Pagājušā gadsimta laikā kino māksla pakāpeniski ir pārtapusi par industriju, pateicoties tehnoloģiju attīstībai, un kinoscenārija rakstīšana kļūst par patstāvīgu nozari. Mūsdienās vienbalsīgi atzīst, ka kinoscenārija veidošana ir māksla, kura prasa ne vien talantu, bet arī augstāku izglītību. Vairumā gadījumu tieši scenārija vērtība kopā ar režiju un aktierspēli nodrošina filmas panākumus.

Scenārija tehnikas ietekme ir aizsniegusi citas nozares, kuras to veiksmīgi ir adaptējušas: kultūra (mūzika, glezniecība, literatūra, žurnālistika, radio, sabiedriskās attiecības, televīzija un citi), medicīna (psihoterapija) un izglītība.

Militārā māksla to izmanto, lai izstrādātu specifiskus taktikas un stratēģijas scenārijus. Militārā vēsture glabā kauju scenāriju veiksmīgus modeļus, kuri kļuva slaveni pat antīkajā pasaulē: Gaugamelas kauja (334 p.m.ē.), kurā Aleksandrs Lielais sakāva Dariusu III ar desmit reizes mazāku karaspēku, Maratona kauja (490 p.m.ē.), Termopiles kauja (480 p.m.ē.), turpretim Rumānijas vēsturē ir Vaslui (1475) un Čalugāreni kaujas (1595), kuras karaspēks uzvarēja nevis ar skaitlisku pārspēku, bet tās izcīnīja, pateicoties nebijušam stratēģijas un taktikas scenārijam, kuru izstrādāja ģeniāli karavadoņi.

Cita scenāriju kategorija, kuru pārņēma un adaptēja izglītības un karjeras vadība, ir prognozes (*anticipatory*) scenārijs, kuru izmanto sociāli-ekonomiskās, finansiālās prognozēs, ģeopolitikā, demogrāfijā un meteoroloģijā.

Lai gan kopš seniem laikiem cilvēcei tas ir bijis pastāvīgs temats (neaizmirsīsim, ka Delfu orākuls lūdza piedāvāt "scenārijus" svarīgiem notikumiem, kā kariem un ceļojumiem), prognozes scenāriji piesaista zinātnieku uzmanību 1950. gados, kļūstot par futuroloģijas, zinātnes par nākotni (pirmoreiz to nosauca Flečtheims/*Flechteim*, 1943) objektu.

"Mūsdienās sabiedrību konstitutīvo procesu savstarpējā saistība un ekonomiskā, sociālā, militāro attiecību globalizācija ir novedusi pie noteikta pētījumu lauka rašanos futuroloģijas veidā." (Socioloģijas vārdnīca, 1993).

Kopš 1980. gadiem, kad *karjeroloģija* (*careerology*) aizsākas kā "zinātne, kas attīsta cilvēka potenciālu visas karjeras garumā", stratēģijas un prognozes scenāriji tiek studēti un intensīvi izmantoti arī karjeras konsultēšanā.

Teorētiskais pamatojums

Etimoloģiskajā izpratnē vārds "scenārijs" un visas tā leksiskās saimes pamatā ir latīņu valodas vārda **scaena** sakne, kurai ir daudz nozīmes dažādos kontekstos: skatuve, teātris, izrāde, pomps, intriga, dekorācijas, retorikas skola, kas rosina tikpat daudz saprašanas iespēju (Rumāņu valodas skaidrojošā vārdnīca/*Romanian Explanatory Dictionary DEX*, 1975; <http://dexonline.ro>).

Sintētiskajā izpratnē vārds "scenārijs" (rumāņu *scenariu*, franču *scenario*, itāļu *scenario*) ir jēdziens, kas reprezentē:

- lugas, filmas, pasākuma utt. koncentrētu tekstu kas parasti satur tehniskus norādījumus uzvešanai un iestudēšanai. Scenāriji apmierina arī lasītāju prasības. Radio scenāriji bieži ir literāro tekstu (it sevišķi teātra lugu veidā) pielāgojums radiopārraižu prasībām (*Guțanu*, 1999);
- uzvestos pasākumus, procesus vai notikumus;
- procesu, kas atklājas pēc iepriekš izstrādāta plāna. Tam ir pārnesta nozīme (<http://dexonline.ro>).

Iespējamais no lietvārda atvasinātais darbības vārds nozīmē pārveidot tekstu, notikumu vai pasākumu par scenāriju (Rumāņu valodas skaidrojošā vārdnīca, 1988). Turklāt rumāņu valodā lietvārdu veido, lai aprakstītu nepārvaramo tendenci veidot *postfactum* garīgos (*mental*) scenārijus jebkuram gadījumam ar dažām sociālām implikācijām.

Dramatiskajā mākslā scenārijs aptver gan rakstisko pamatu par to, kas notiek uz skatuves, gan pašu notikumu kā procesu. Nozīmes tiek pārnestas uz daudzām jomām.

Konsultēšana ir pārņēmusi šīs nozīmes caur izglītību, kad tiek izmantoti scenāriji drāmā, lomu spēlē, simulācijās, debatēs un, izskaidrojoties ar oponentu.

Pakāpeniski jēdziens ir bagātinājies ar tradicionālā dramatiskā scenārija adaptēšanu citu jomu specifiskajiem apstākļiem. Šeit domājam militāro stratēģiju, kura piedod (stratēģiskajam) scenārijam telpisku un laicīgu perspektīvu, dziļumu, plānojumu un paredzējumu. Militārajā mākslā un stratēģiskajā vadībā scenāriji pārsniedz vienkārša teksta jēgu, un ir heuristiska metode stratēģiskai plānošanai un intuitīvai prognozei, kas "ekspluatē līderu kapacitāti, lai formulētu plašas un komplicētas vīzijas kā daudzpusīgas un izsmeļošas informācijas zināšanu (saistītu ar parādību, procesu, darbību vai aktivitāti, kas rada paredzējuma objektu) rezultātu" (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/habian/a31.pdf).

Lai izturētu konkurenci, mārketingš uzlabo scenāriju līdz sistemātisku mācību rangam, "mācību, kas mēģina noteikt tirgus iespējamo attīstību, process, kas varētu ietekmēt dominējošo industriju vai tirgus modeļus; scenāriju veidošana ļauj uzņēmumam pielāgot stratēģiju tā, ka tirgū lielo izmaiņu izraisītie riski paliek minimāli" (*Lorenzo*, 1993).

Sociālā prognoze un vadība ir jaunākās nozares, kuras ir pārņēmušas scenārija tehniku un iekļāvušas to savā pašreizējā metodoloģiskajā sistēmā. Scenāriji kā prognozes instrumenti analizē "komplicētas sistēmas evolūciju, sākot ar vispārīzplatītām sistēmas tendencēm un nosacījumiem, kā arī ar ārējās vides ietekmes darbību kopumu" (*Socioloģijas vārdnīca*, 1993).

Kā organizatoriska aktivitāte, scenāriji ir hipotētiskas situācijas (kurai nepieciešama risinājuma stratēģija) detalizēts apraksts (*Joița*, 2000).

Izstrādājot galvenās stratēģijas, (sociālās, ģeo-politiskās, ekonomiskās) prognozes, militārās mākslas un (stratēģiskā) vadība sistemātiski un vienlaikus izmanto metožu kopu (ekstrapolācija, heuristika, piemērotības koki, ekspertu radošuma veicināšana), kur scenāriji ir neaizstājami. No šīs perspektīvas, tiek uzsvērti scenārija zinātniskie, prognozējamie, heuristiskie un radošie aspekti.

Šī terminoloģiskā un semantiskā analīze ļauj mums secināt, ka scenārijs:

- ir komplicēts jēdziens, kurš raksturo vērtīgu, daudzfunkcionālu, elastīgu darbību attiecībā uz jomu, kurai tā kalpo (mākslinieciska/zinātniska vai teorētiska/praktiska);
- ir attīstījies kopā ar lielajiem vēsturiskajiem laikmetiem, un to var šodien klasificēt pēc temporālā kritērija

(šķēršenkā/gareniskā vai pagātnes, tagadnes, nākotnes), pēc vērtības (kvantitatīvās/kvalitatīvās), tematikas (mākslas, kara, ekonomikas, politikas, demogrāfijas, izglītības, kultūras, meteoroloģijas utt.);

- parādās kā metode, tehnika, instruments, pētījums, "ierocis", stratēģija, darbība, teksts, process, plāns (apzināts vai neapzināts), projekts, simulācija, problēma, risinājums, atkarībā no tā, kur tiek izmantots;
- ieņem aizvien lielāku vietu daudzās prognozēšanas zinātnēs, kļūstot par neaizstājamu futuroloģijā;
- izglītības procesā (kā didaktisks scenārijs) tas noteikti ir kļuvis par "stratēģisku" elementu cilvēku resursu vadīšanā;
- karjeras konsultēšanā to var izmantot daudzējādos veidos, radoši piemērojot visas tā formas.

Metodes prezentācija

Klienti grib konsultēties par visdažādākajām dzīves problēmām un cer atrast ticamus risinājumus savām problēmām.

Tāpēc praktiķiem ir saviem klientiem "no jauna jāizveido" viņu konkrētās situācijas, posmu pa posmam, ainu pēc ainas, lai palīdzētu viņiem atveidot savu lomu un atrast risinājuma alternatīvas savai situācijai. Ar šo beidzas simulācija jebkurā jomā, ne tikai konsultēšanā. Vai nu to dara ar teatrāliem līdzekļiem, spēlēm vai ar simulatoriem (tehniskas sistēmas, kuras ir autentiskas vai elektroniskas), simulācijai ir nepieciešams iepriekš izdomāts scenārijs, parasti rakstiskā formā.

Simulācijas scenāriji atveido vai imitē darbību/īstu modeli mācīšanās nolūkā, respektējot to funkcionālos un strukturālos principus. Klienti kā aktieri izdzīvo savas lomas pieredzi, izpēta variantus, rod risinājumus ar dedukcijas palīdzību, stājas attiecībās, pieņem lēmumus un atrisina konfliktus. Simulācijas scenārija modelis būtu noderīgs darba pieteikumam, proti, tiesas process tieslietu studentiem (sk. nodaļu: **Simulācija**).

Dzīves scenārijs ir galvenā koncepcija transakciju analīzē, definēta kā "personības izskaidrojošā teorija un psihoterapijas sistēma, kura paredzēta personības izaugsmei un pārveidošanai" (www.mindmaster.ro/AnalizaTranzactionala/tabid/70/Default.aspx).

"Dzīves scenārija" definīcija varētu būt: *"neapzināts dzīves plāns, kurš uzrodas bērnībā, kuru nostiprina vecāki, kuru apstiprina turpmāki notikumi un kurš beidzas ar destruktīvu modeli atlikušajā pieaugušo dzīvē"* (Nuță, 2000).

Ir gadījumi, kad klienti (īpaši skolēni) saskaras ar savam vecumam raksturīgiem konfliktiem, kuri atstāj lielu emocionālu iespaidu un negatīvas sekas uz skolas sekmēm. Skolā, kad ir pieejama speciālistu komanda (ārsti, psihologi un/vai psihoterapeiti), terapeitiskam nolūkam parasti izvēlas psiholoģisku drāmu/sociālu drāmu, atveidojot katarsi. Kā tieši saistītu ar psiholoģisko konsultēšanu šajā vecumā ir vērts aplūkot *"dzīves scenārija sagraušanu ar pretindi"* (Nuță, 2000), ar psihoterapijas palīdzību vai intervenci.

Šo "dzīves scenārija" aspektu vajag psihoterapeitiem apzināti "iznīcināt, sagraut" un aizstāt ar kaut ko derīgu klientu turpmākām darbībām, kuri pieņems citu dzīves scenāriju, – cerams, daudz konstruktīvāku.

Stratēģiskie scenāriji mēģina izslēgt nejaušību, un tie pamatojas uz:

- iepriekšēju pieredzi vadīšanā, kura izveidota uz pagātnē "saņemtas mācības" pamata un ilgstošas vadības pieredzes;
- noteicošiem faktoriem, kuriem ir ievērojama ietekme uz nākotnes darbībām;
- objektīviem likumiem, principiem, noteikumiem, metodēm un procedūrām, normatīvām sistēmām, uz kurām pamatotās nākotnes darbības var risināties dažādos veidos;
- zinātniskām metodēm, lai pamatotu un pārbaudītu hipotēzes un alternatīvas visā to sagatavošanas un izstrādāšanas laikā.

Pusaudži un jaunieši bieži saskaras ar grūtībām lēmumu pieņemšanā savas karjeras krustceļā (mācību cikla beigās vai kad meklē darbu). Šādās situācijās ir nepieciešams analizēt premises (SVID) un izstrādāt **stratēģiskus vai sagaidāmos scenārijus** kā SI, VI, SD, VD (sk. nodaļu **SVID analīze**).

Šos scenāriju veidus inspirē militārā joma, un tie tiek apskatīti kā kvalitatīvās metodes, kuras izmanto prognozēm šādās situācijās:

- statistisko datu trūkums par noteiktu parādību vai procesu evolūciju;
- nepietiekama drošība attiecībā uz pagātnes datu ticamību;
- pagātnes statistisko datu veidotās tendences neskaidrība attiecībā uz transpozīciju nākotnē (*Joița, 2000*).

Prognoze kā nākotnes veidošanas līdzeklis, definēta kā pareģošanas instruments, ir intuitīva un heuristiska no dabas.

Saskaņā ar praktisku aspektu, izmantojama arī scenārija metodē, heuristika ir:

- metožu un noteikumu kategorija, kas virza cilvēku (mūsu iepriekš minētajā gadījumā plānošanas analītiķis un lēmumu pieņēmējs) uz vissakrītīgāko risinājumu par doto situāciju, un visekonomiskāko risinājumu mērķu sasniegšanai;
- komplicētu problēmu risināšanas veids bez pārmērīgas vienkāršošanas (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/stanciutele/a2.pdf).

No temporālas perspektīvas, scenāriji var būt **gareniski (longitudinal)** vai **šķērseniski (transversal)**.

Gareniskie scenāriji apraksta fenomena attīstību no tagadnes uz nākotni. Tie mēģina tvert darbības iespējamās gaitas dinamisku tēlu (kino), tās evolūciju, iespēju sadalīšanu, gaidas. Struktūra ir kokveidīga, ietver iespējamās alternatīvas, kuras palīdz atrisināt situāciju.

Šķērseniski scenāriji tver veidu, kādā realitāte ir redzama noteiktā laikā (piem., ar iedzīvotāju noteiktai kategorijai tipiskas situācijas šķērsenisku analīzi vai arī parādības vai procesa attīstības cikla beigu šķērsenisku analīzi). Tie sniedz parādības vai procesa statisko tēlu (fotogrāfiju) tā evolūcijas svarīgākajā brīdī telpiskas struktūras veidā.

Scenārija veidošanas stadijas

Scenārija izstrādē pastāv standarta stadijas. Saskaņā ar scenārija veidu un sarežģītību katra stadija ietver vairākus etapus.

Pirmā stadija: sistēmas morfoloģijas izklāsts (zinot ārējās vides robežas un ietekmes). Katrs scenārijs sākas ar sistēmas pašreizējo stāvokli (t_0) un nosaka laika intervālu analīzei (t_n). Lai izpētītu transformāciju šajā laikā posmā, mēs varam izvēlēties vairākus scenārija veidus (normatīvie, pētnieciskie, tendenciozie, kontrastējošie utt.). Turklāt ir pierasts izteikt sistēmas pašreizējā stāvokļa vēlamību kā vērtības opciju, lai definētu evolūciju līdz tam.

Otrā stadija: endogēno un eksogēno mainīgo lielumu noteikšana, kuri ietekmē analizējamās sistēmas dinamiku.

Trešā stadija: Analizējamā modeļa premišu rūpīga izstrāde, pamatojoties uz hipotēzēm, ar kurām var definēt, kā sasniegt sistēmas nākotnes stāvokli, kura ir izteikta vērtības novērtējuma izteiksmē attiecībā uz vēlamību un normatīvajiem principiem.

Ceturtnā stadija: Modeļa savlaicīga izstrāde sistēmas evolūcijai. Modeļa veidošanā var rasties ierobežojumi attiecībā uz komponentu attiecību formālo ticamību, novēršot dažādu aproksimāciju kļūdas (fenomenoloģiskie virzieni vai ekstrapolācija).

Beigu stadija: Scenārija veidošanas turpināšana saskaņā ar iepriekš izvēlēto scenārija veidu un sākotnēji noteikto laiku (Socioloģijas vārdnīca, 1993).

Minētās stadijas ir raksturīgas paredzamajiem (*anticipatory*) scenārijiem. Ja "aglutinētu" vairākus scenārija modeļus, mēs iegūtu daudz detalizētāku konstrukcijas paraugu, kurš ir funkcionāls arī karjeras konsultēšanā; ar to ir jāsaprot:

1. aprakstāmās tēmas (notikuma vai darbības) definēšana;
2. darbības laika un mērķa noteikšana;
3. galveno varoņu noteikšana;
4. tendenču un savstarpēji iedarbojošos faktoru identificēšana;
5. grūti paredzamo aspektu atklāšana;
6. šo spēku un varoņu atlase un grupēšana pretstatā;
7. ekstrēmu rezultātu (pozitīvu un negatīvu) identificēšana;
8. iespējamo scenāriju plānošana;
9. alternatīvu scenāriju rakstīšana;
10. scenāriju vērtēšana;
11. papildu pētījumu vajadzības identificēšana;
12. kvantitatīvā rādītāja un atlases tehnikas identificēšana, lai no vairākiem iespējamiem variantiem noteiktu izšķirošo scenāriju.

Scenārija uzbūve un saturs

Ikviens scenārijs pārskaita darbības loģiskos momentus (sākumu, vidu un beigas vai ievadu, iztīrījumu un noslēgumu), un tas ir uzbūvēts no trim aktiem (kaut gan var pastāvēt tipiskas uzbūves):

Akts I

- Sākuma stadija un sagatavošana
- Tēma un risināmā problēma
- Iespējas parādīšanās
- Risinājuma izvēle
- Lielākais izaicinājums vai plānu izmaiņa

Akts II

- Progress
- Simboliska aina
- Krustceles
- Apdomāšana
- Lēmums
- Sarežģījumi
- Padošanās – jauna iespēja

Akts III

- Pēdējais mēģinājums
- Kulminācija
- Iznākums
- Beigas

Mērķauditorija

Scenārijus var izstrādāt jebkura vecuma klientiem. Lai to formatīvajam efektam būtu maksimāla iedarbība, scenāriji ir jāizvēlas saskaņā ar katra klienta vecumu un noteikto situāciju: simulējošie un šķērseniskie scenāriji tiek biežāk izmantoti vidusskolās un profesionālās izglītības iestādēs, turpretim gareniskie, stratēģiskie un paredzamie (*anticipatory*) scenāriji, savas sarežģītības un darbietilpīguma dēļ ir paredzēti mācību cikla (vidusskola un universitāte) nobeigumam un darba uzsākšanai vai īpašām dzīves situācijām (galvenokārt pieaugušajiem).

Vingrinājumi, situācijas analīze, piemēri

Kā piemēru piedāvājam scenāriju bieži sastopamai situācijai: intervija amatam kādā juridiskā konsultējošā kompānijā. Piemērs apvieno simulējošā, šķērseniskā, dramatiskā scenārija aspektus ar stratēģijas elementiem SI (Stiprās puses – iespējas) un beigās ar paredzamiem piedāvājumiem.

Temata jautājumi un atbildes tika izvēlētas no reālu interviju virknes, un amatam tās tiek uzskatītas par “tipiskām” un “ideālām”. Āķīgi jautājumi viens otru pārbauda (godīguma režģos) un svarīgi momenti (izšķiroši, lai dabūtu darbu) ir atbildes uz jautājumiem 8, 11, 14, 16, 18.

Intervijas ilgums (41-61 minūtes) ir garāks par faktisko (ilgst aptuveni 30 minūtes) daudzo jautājumu dēļ, no kuriem intervētājs izvēlas vissvarīgākos.

| Akti/Momenti | Laiks (min.) | Intervijas jautājumi/Atbildes | Taktiskas rekomendācijas/operatīvi ieteikumi |
|-----------------------|---------------------|---|--|
| Sagatavošana | 1 | 1. Kāpēc tu vēlies mainīt savu darbu? | |
| | 1-2 | <i>Juridiskā konsultēšana ir tas, ko esmu vēlējis/-usies darīt kopš universitātes laikiem. Es aizgāju no sava darba tāpēc, ka, neskatoties uz labo atalgojumu, man nebija iespēju augt. Firma, kurā strādāju, nav liela, un man nebija perspektīvu sevi pilnveidot.</i> | Punktualitāte Nevainojams apgērbs Civilizēta uzvedība Etiķete |
| Atrašanās un apstākļi | 1 | 2. Kā jūs uzzinājāt par mūsu nodomu noligt kādu šim amatam...? | |
| | 1-2 | <i>Es periodiski ieeju jūsu mājaslapā, lai uzzinātu jaunumus un iepazītos ar dokumentāciju jūsu klientiem. Patiesībā es esmu arī lasījis reklāmu ...</i> | Profesionālā motivācija Ieinteresētība nozarē |
| Galvenie jautājumi | 1 | 3. Kāpēc jūs vēlaties pie mums strādāt? | |
| | 1-2 | <i>Es esmu izvēlējis jūsu firmu tāpēc, ka tā ir visrespektējamākā, ņemot vērā kādi klienti jums ir un faktu, kā tas redzams reklāmā, ka jūs pieņemat darbā tikai juridiskos konsultantus ar ievērojamiem rezultātiem.</i> | Detalizētas zināšanas par firmas un konkurentu firmu darbību |
| Temats | 1 | 4. Kā jūs izvēlējāties savu profesiju? | |
| | 1-2 | <i>Šī joma mani interesē jau kopš bērnības. Man izšķirties ļāva manu vecāku profesionālā pieredze, tā kā advokāta profesija ir šīs ģimenes tradīcija.</i> | Godīgums. Kodolīga un tieša atbilde |
| Iespēja | 1 | 5. Vai jūs esat strādājis šajā amatā vai kādā līdzīgā? | Pieredze attiecīgajā nozarē |

| | | | |
|------------------------------|-----|--|--|
| | 1-2 | <i>Jā, savā iepriekšējā darbā, kā jau minēju savā CV, 6 mēnešus strādāju par juridiskā konsultanta asistentu.</i> | Pārzina darba instrumentus |
| Risinājuma izvēle | 1 | 6. Ja jums vēlreiz būtu iespēja, vai jūs izvēlētos šo pašu profesiju? Kāpēc? | Nelokāmība |
| | 1-2 | <i>Protams, tā kā man ļoti patīk izšķirt tiesas procesus un palīdzēt klientiem.</i> | Argumentācija |
| Galvenais izaicinājums | 1 | 7. Kādi aspekti jūsu darbā jums vislabāk patīk? | |
| | 1-2 | <i>Lojalitāte, taisnīgums, profesionāla deontoloģija un, kāpēc ne, personīgo nopelnu atzišana.</i> | Precizitāte, organizācija, godīgums |
| Galvenais izaicinājums | 1 | 8. Kādas, pēc jūsu domām, personīgās īpašības ir nepieciešamas šim darbam? | |
| | 1-2 | <i>Organizācija, stingra turēšanās pie likuma, pārlicība. Es esmu ievērojis, ka cilvēki, kuriem nepieciešams juridisks padoms, vēlas saņemt ātru un izsmeļošu atbildi. Tas man palīdz, tā kā esmu dinamisks un pedantisks cilvēks.</i> | Pašapziņa, profesijai nepieciešamo personīgo īpašību uzskaitījums. |
| Galvenais izaicinājums | 1 | 9. Kādas, jūsuprāt, ir jūsu priekšrocības? | |
| | 1-2 | <i>Es spēju ļoti ātri mācīties, ko varu tūlīt pat apliecināt, un, kā redzams manā CV, universitātē saņemtās atzīmes un projekti liecina par manām spējām šajā jomā.</i> | Intervijas laikā prezentētās priekšrocības |
| Situācijas reversēšana | 1 | 10. Kādi ir jūsu profesijas smagie aspekti? | |
| | 1-2 | <i>Nepieciešamība būt pastāvīgi informētam, darbs ar smagiem klientiem, emocionāls stress.</i> | Reālisms, novērtējums |
| Krustceles | 1 | 11. Kādi, jūsuprāt, ir jūsu trūkumi? | |
| | 1-2 | <i>Es dažreiz esmu pārāk nepacietīgs kaut ko izdarīt, un man nepatīk būt atkarīgam no citiem. Bet, ja es strādāju komandā ar profesionāļiem, tad "trūkumus" nemana.</i> | Atklātums, izaugsmes un pilnveides iespējas |
| Progress Vispārējs mērķis | 1 | 12. Kā jūs raksturotu parastu darba dienu jūsu iepriekšējā darbavietā? | |
| | 1-2 | <i>Man parasti bija 8 stundu darba diena ar pusdienas pārtraukumu. Es mēdzu tikties ar klientiem, bet pārsvarā es palīdzēju sagatavot dokumentus augstākstāvošiem partneriem.</i> | Disciplīna un produktivitāte, pastāvīgs darba laiks |
| Simboliska shēma | 1 | 13. Lūdzu, pastāstiet man par vienu no jūsu sasniegumiem. | |
| | 1-2 | <i>Sākumā mācījos likumdošanu par problēmām, par kurām klients vēlējas konsultēties. Viens arguments varētu būt augstās atzīmes universitātē mācību priekšmetos, kuri ir tieši saistīti ar šo jomu. Turklāt es šogad nopirku datora programmu par jaunumiem likumdošanā.</i> | Realizāciju var apliecināt. To neuzkrītošs uzskaitījums atspoguļos drošību un savas vērtības apzināšanos |

| | | | |
|---------------------------------------|-----|--|--------------------------------------|
| Izšķirošs moments, nekādas atkāpšanās | 1 | 14. Vai kādreiz esat sagatavojis dokumentus biznesa veidošanai? | |
| | 1-2 | <i>Jā, man bieži ir lūguši sagatavot šādus dokumentus uzņēmējdarbības uzsākšanai.</i> | Pieredze darba devēja firmas darbībā |
| Galvenais šķērslis | 1 | 15. Vai jūs varat strādāt stresa apstākļos? | |
| | 1-2 | <i>Spējas koncentrēties un tolerance pret frustrāciju, ko esmu praktizējis, palīdz man izturēt stresu.</i> | Emocionāls līdzsvars |
| Sarežģījumi Lielāks izaicinājums | 1 | 16. Ko jums nozīmē nauda? | |
| | 1-2 | <i>Atbildība par padarīto darbu un adekvāts dzīves standarts.</i> | Skaidrība |
| Pēdējais mēģinājums | 1 | 17. Ko jūs varat piedāvāt mūsu firmai? | |
| | 1-2 | <i>Profesionālismu un lojalitāti.</i> | Konfidencialitāte |
| Kulminācija | 1 | 18. Vai vēlaties profesionāli nepārtraukti pilnveidoties? | |
| | 1-2 | <i>Jā, es cenšos sekot jaunumiem likumdošanā. Esmu sācis ar dažām starptautiskām tiesībām, tā kā apkalpoju ārzemju klientus, kad veicu darījumus Rumānijā.</i> | Iespējas Iniciatīva |
| Nobeigums | 1 | 19. Ko jūs sagaidāt no nākotnes? | |
| | 1-2 | <i>Pagaidām es vēlos izvirzīties savā karjerā un nodibināt ģimeni.</i> | Vēlēšanās izvirzīties |
| Lēmums | 1 | 20. Vai ir kas īpašs, ko jūs vēlētos uzzināt par pretendējamo amatu vai firmu? | |
| | 1-2 | <i>Jā, es vēlētos uzzināt, vai jūs piedāvājat saviem darbiniekiem specializētas apmācības programmas. Es esmu ieinteresēts specializēties starptautiskajā vides likumdošanā.</i> | Nopietnība Atbildība |
| Cerības par jaunu sākumu | 1 | Mums patiešām ir šādi kursi. Prieks dzirdēt par jūsu vēlmēm, kopš pagājušā gada mums ir neliels skaits kandidātu, kaut gan šī joma ir perspektīva. | |

Metodes novērtēšana

“Labi uzvesta filma ar labu scenāriju ir garantēta veiksmē” ir moto kino pasaulē, ko militārā stratēģija varētu pārveidot, apgalvojot, ka “karš, izcīnīts saskaņā ar precīzu scenāriju, ir stratēģiski uzvarēts tikai līdz pusei”. Kā kaujas stratēģiskais plāns, scenārijs tiek uzskatīts par “uzvarētāja slepeno ieroci” – Maķedonijas Aleksandrs, “*une vision de maréchal*” – Napoleons, vai “pērle aktiera kronī” – Lorenss Olivjē (*Lawrence Olivier*) (www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management/stanciutele/index.html).

Patiešām, scenārijs ieņem pirmo vietu instrumentu sarakstā, kurus izmanto senās stratēģiskās mākslas un zinātnes ar mērķi paredzēt nākotni.

Savā lomā, scenārija tehnika ir sarežģītas metodes sastāvdaļa, "svarīga" stratēģijai un prognozei. Tās pielietojšanas procesā scenārijs tiek ievadīts ar vajadzības analīzi (SVID), kurai seko teatrālas un stratēģiski-operatīvas manifestācijas (simulācija, drāma, lomu spēle utt.)

Saistība starp šīm trim metožu kategorijām ir nesagraujama un savstarpēji noteikta. Cēloņa-seku ķēde šajā triādē tiek saglabāta arī to novērtējumā, priekšrocības/trūkumi pāriet no cita uz citu.

Priekšrocības:

- novērš neveiksmi, samazina riskus un nejaušus nākotnes notikumus;
- piedāvā visaptverošu (skats no malas) notikumu skatījumu, kuri tiek virzīti uz klienta problēmas atrisināšanu;
- sagaida profesionālu veiksmi ar darba lomu praktizēšanu;
- attīsta radošu domāšanu, analīzes un sintēzes kapacitāti;
- praktizē heuristikās un stratēģiskās domāšanas mehānismus;
- attīsta intuīciju, lēmumu pieņemšanu, prognozēšanu un konflikta risināšanu;
- kultivē mākslinieciskās spējas, emocionālu līdzsvarotību un pašdisciplīnu;
- socializējas, labo uzvedības traucējumus un emocionālu spriedzi;
- attīsta vadības spējas un telpisko un laika orientāciju;
- palīdz konsultantiem reāli novērtēt klienta iespējas vai vājās vietas.

Trūkumi:

- prasa ilgstošu dokumentēšanu un izstrādi;
- apspēlē konsultanta iepriekšējo pieredzi un vadības spējas;
- pastiprina stresu un bailes no neveiksmes, īpaši nervozu klientu gadījumos;
- prasa specializētu psihiski-terapeitisku palīdzību smagos nepārvaramas negatīvas enerģijas izlādēšanas gadījumos, kuru izraisa lomu spēle.

Bibliogrāfija

- American Society of Training and Development. Quick response beats long-term planning (1990). In: *Training and Development Journal*. 44 (10), p. 9-10.
- Cazacu, A. (2003) *Didactica filosofiei*. București, Editura Fundației ROMÂNIA DE MÂINE.
- Covey, S. R. (1990). *Principle-centered leadership*. New York: Simon & Schuster.
- Dicționar de sociologie* (1993). L. Vlăsceanu; C. Zamfir (coord.). București, Editura Babel.
- Dicționarul Explicativ al Limbii Române* (1975). București, Editura Academiei.
- Dumitru, Al. I. (2000). *Dezvoltarea gândirii critice și învățarea eficientă*. Timișoara, Editura de Vest.
- Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
- Joița, E. (2000). *Management educațional*. București, Editura Polirom.
- Legendre, R. (1996). *Dictionnaire actuel de l'éducation (2e édition)*. Paris, ESKA & Guerin.
- Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science*. New York: Harper & Row.
- Linnell, Rosemary (1987). *Approaching Classroom Drama*. Victoria, Australia, Edward Arnold Editor.
- Lorenzo, A. L. (1993). Managing uncertainty: Thinking and planning strategically. In: *New Directions for Community Colleges*. 84, p. 47-60.

- Mohammadi, J. (1997). *Strategic planning process resource manual*. Hartford, Connecticut: Capital Community-Technical College.
- Nuță, A. (2000). *Secrete și jocuri psihologice. Analiză tranzacțională*. București, Editura SPER.
- Pettigrew, A. M.; Whipp, R. (1991). *Managing change for competitive success*. Oxford: Blackwell.
- The International Encyclopedia of Education. Vol. 8.* (1991). T. Husen, (chief editor). Oxford, Pergamon Press.
- Watts, A. G.; Law, B.; Killeen, J.; Kidd, Jennifer; Hawthorn, Ruth (1996). *Rethinking Careers Education and Guidance*. London and NY: Routledge, Taylor and Francis Group.

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

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

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

www.actrus.ro/biblioteca/cursuri/management

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

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

Lomu spēle

Role-play

Angela Musca

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Lomu spēle aizsākas *psiholoģiskajā drāmā*, kuru terapeitiskām vajadzībām izveidoja rumāņu izcelsmes amerikāņu sociālpsihologs J.L. Moreno (1892-1974). 1921. gadā Moreno radīja "improvizācijas teātri", un viņš ir autors darbiem *Kas izdzīvos?* (1934), *Psiholoģiskā drāma*, 1. sējums (1946), *Spontanitātes teātris* (1947), *Grupas psihoterapija un psiholoģiskā drāma* (1965).

Teorētiskais pamatojums

Moreno teorijas pamatā ir ideja, ka katrai personai piemīt radošs potenciāls, un psiholoģiskā drāma veicina tā atklāšanu un aktivizāciju. Ar savām radošajām iespējām, kuras pamatojas spēlē, psiholoģiskā drāma nosaka apstākļus dzīves situāciju izraisīšanai un eksperimentēšanai nolūkā atvērt jaunas perspektīvas sevis izzināšanā un pilnveidē.

Psiholoģiska drāma šobrīd tiek izmantota kā klīniska intervence un preventīva terapija, kas ir atbalstoša krīzes situācijās. Psiholoģiskas drāmas pamatā ir šādi *principi*:

- terapeitiskas situācijas veidošana, kurai vajadzētu integrēt visus dzīves un eksistences veidus, sākot ar universāliem (laiks, telpa, realitāte, kosmos) un beidzot ar personīgās dzīves detaļām;
- aicinājums uz darbību, kustību;
- terapeitiskas prakses pieredzēšana tagadnē, "šeit un tagad".

Psiholoģiskajā drāmā izmanto šādus līdzekļus:

- lomu reversēšana;
- terapeitisks monologs;
- lomu spēle;
- spontāna improvizācija.

Ja psiholoģiskajā drāmā cilvēki spēle savu paša lomu, savu paša eksistenciālo pieredzi (emocijas, spriedze, uzvedības apzināšanās), tad *lomu spēlē "aktiera"* iesaistīšanas mērķis ir jaunu sociālu lomu izpratne un apgūšana, apzinoties jaunu attiecību grūtības, praktizējot spontanitāti un sociālo piemērošanās spēju. Moreno izmantoja lomu spēli kā eksperimentālu metodi kvantitatīvai un kvalitatīvai diagnozei, uzvedību novērtēšanai un kā terapeitisku metodi, lai uzlabotu attiecības un palielinātu piemērošanās spēju sabiedriskai dzīvei.

Zlate (1982) pieiet lomu spēlei kā "grupas aktivizēšanas metodei", un to iekļauj, līdzās situācijas analīzei un grupu izglītošanai, grupu problēmu analīzes stimulēšanas metodes kategorijā. Lomu spēle grupas dalībniekiem ir psiholoģiska vai psihosociāla mācību metode, kuru var pielietot dažādās jomās: izglītībā, rūpniecībā, tirdzniecībā, jurisprudencē, medicīnā, organizatoriskā un uzņēmējdarbības vadībā, garīgajās profesijās. Piemēram,

tirdzniecībā to var izmantot, lai attīstītu pārdevēju spēju uzlabot attiecības ar klientiem vai izglītībā, lai socializētu skolēnus, grupas integrēšanā, lai veidotu pozitīvu uzvedību vai morālas īpašības. Holdevici (1998) piemin lomu spēles izglītojošo nozīmi psihoterapijā, kuru izmanto, lai veicinātu pašizpratni, attīstītu noteiktas spējas, analizētu vai pierādītu uzvedības funkcionēšanu. Autors identificē drāmas spēles *funkciju* virkni psihoterapijā: *psiholoģiski-diagnosticsējoša metode*, kas ļauj iegūt informāciju par klienta problēmas raksturu un smagumu; *instruēšanas metode*, kas māca to, kā rīkoties noteiktās situācijās; *mācību metode*, kas veicina izpratni par sevi, zināšanas un kontroli pār jūtām, attīsta noteiktas spējas dzīves problēmu pārvarēšanai.

Metodes prezentācija

Lomu spēle ir realitātes simulēšanas metode ar lomas palīdzību, neatstājot sekas realitātē, piedāvājot "spēlētājiem" iespēju tēlot noteiktas daļas vai praktizēt noteiktu uzvedību un/vai spējas. Metode paredz reciprocitātes starppersonu attiecību veidošanu, piemērošanos lomu spēles partneru uzvedībai, lai sasniegtu izvirzītos mērķus, empātijas veidošanu un citu cilvēku izprašanu, dažreiz iejūtoties "viņu ādā".

Metode ir atraktīva, pateicoties tās rotaļīgajam saturam, efektīva, pateicoties intervences dziļumam, un to var izmantot individuālā un grupas konsultēšanā. Pirmajā gadījumā pēc kārtas tiek spēlētas dažādas lomas (piem., profesijas) vai viena un tā pati loma dažādās situācijās/kontekstos. Pielietota grupās, metode veicina sociālo mācīšanos, kas izmaina dalībnieku attieksmi un uzvedību.

Lomu spēli var izmantot vienu pašu vai asociētu ar citām metodēm: situācijas analīze, debates, grupu diskusijas, profesionālā profila analīze.

Klasifikācija

Lomu spēles galvenie veidi ir šādi (Zlate, M.: Zlate, C., 1982):

- *spēle, pamatota uz noteiktu lomu*, pieturoties pie scenārija, ietver divas daļas: situācijas/tēmas prezentācija un pats scenārijs;
- *spēle, pamatota uz improvizētu lomu*, ar nelielu informāciju par interpretējamo tēlu, "aktieri" tēlo lomu saskaņā ar dotajiem padomiem, personīgo stilu, situācijas globālo attīstību, un neparedzētu notikumu gadījumā viņiem ir pateikts uzvesties tā, kā reālā dzīves situācijā to būtu darijuši. Šis spēles tips iesaista no aktieru puses spontanitāti un kreativitāti;
- *spēle, pamatota uz jauktām lomām*, pārejot no scenārija uz improvizāciju lai atrastu risinājumus;
- *spēle, pamatota uz lomu reversēšanu* notiek tad, kad divi cilvēki nonāk konfliktā un mainās lomām, un rezultātā labāk saprot viens otra iekšējo pasauli, to, kā paša reakcija var iespaidot otru cilvēku, tiek praktizēta iesaistīšanās dažādās starppersonu maiņās. Piemēram, racionālā emocionālā terapijā (*rational emotive therapy* – RET) ir "*racionālās lomas reversēšana*", situācija, kurā klients tēlo konsultanta lomu un analizē iracionālus uzskatus, kas izraisa disfunkcionālu uzvedību, bet konsultants iejūtas klienta lomā.

Gugels (Gugel, 2002) klasificē lomu spēli pēc strukturēšanas pakāpes:

- *spontāna (Spontaneous) lomu spēle*, ieskaitot dažus priekšrakstus, kurā dalībnieki var brīvi izteikties; lomas tiek spēlētas pilnīgi individuāli; šis lomu spēles tips izmanto šādus līdzekļus:
 - *suflēta (prompted) lomu spēle*: paredz starpnieka intervenci dalībnieku un viņu radošuma stimulēšanai,
 - *pārsteiguma (surprise) lomu spēle*: starpnieks vai iepriekš instruēts dalībnieks iesaistās visas spēles laikā ar pārsteiguma impulsu tā, lai netraucētu spēles norisi, bet lai arī stimulētu dalībniekos spontanitāti;
- *strukturēta (Structured) lomu spēle* implicē precīzu un skaidru spēles situācijas formulējumu, kur vieta ir arī spontanitātei; satur sākuma situācijas un spēlēto lomu analīzi. Tā var būt:
 - partneru lomu spēle (diāde),

- grupas lomu spēle (piem., konfliktējošas lomas starp grupām);
- *holistisku lomu spēli* atveido visa grupa (nav novērotāju), un tā satur: spēles situācijas tiešu uzsākšanu (bez sagatavošanās), izpildot darbību kontekstā, improvizējot spēles laikā (galvenās lomas tiek piešķirtas, bet nelielās lomas pieļauj augstāku spontanitātes pakāpi); lomas ir kolektīvas, spēles vadītājam ir galvenā loma pārējo dalības organizēšanā un stimulēšanā.

Lomu spēles stadijas

Lomu spēle ievēro šādas stadijas:

- *konsultants/starpnieks apraksta piedāvāto tēmu, situāciju.* Šajā stadijā iepazīstina ar apkārtni, izvietojumu, laiku, apstākļiem, mērķiem, scenāriju, statusu un lomu, attiecībām starp darbojošajiem tēliem;
- *dalībnieku motivēšana, iesildīšanās,* lai pieņemtu un iesaistītos lomu spēlē, pozitīvas attieksmes veidošana. Starpnieks iesaistās, lai ieinteresētu dalībniekus, iepazīstinot ar piedāvātās metodes guvumiem, un arī lai saņemtu piekrišanu piedalīties aktivitātē. Aktieri un novērotāji brīvprātīgi piesakās vai tiek nozīmēti noteiktai lomai;
- *lomu sadale* (aktieri, novērotāji, iespējamie masu skatu aktieri) un lomu lapas izsniegšana katram dalībniekam ar situācijas, lomas, pieņemtās uzvedības aprakstu, novērotāju informēšana par skatāmajiem aspektiem. Ir svarīgi, ka lomas ir saistītas ar dalībnieku dzīvi un viņu iepriekšējo pieredzi, lai labāk varētu iejusties piedāvātajās situācijās. Aktieri var notēlot viņu dzīvēs nozīmīgu cilvēku lomas vai pat paši sevi dažādās situācijās. Lomu lapas ietver: vārdu, nodarbošanos, tēlu, lomai svarīgus datus (vecums, ģimenes stāvoklis, bērni utt.), biogrāfiskus datus (saīsinātu CV), informāciju par lomas kontekstu;
- *lomu spēles atveidošana.* Lomas atveidošana prasa no dalībniekiem spontanitāti un radošumu. Spēles ilgums atkarīgs no situācijas satura un aktieru improvizēšanas mākas;
- *lomu spēles teorētiska analīze* (refleksijas stadija), nospēlēto lomu izvērtēšana, aktieru intervēšana. Notiek refleksija, pašnovērtēšana, introspekcija, spēles laikā pieņemto lēmumu un darbību analīze. Beigās notiek diskusijas ar aktieriem par to, kā viņi jutās, par viņu uzvedības intenci un pamatojumu, bet ar novērotājiem notiek diskusijas par aktivitātes laikā atzīmētajiem elementiem. Analīze izceļ tādu aspektu, kā: *grupas dinamika* (mijiedarbība, attiecības starp grupas biedriem, sastaptās grūtības un atrastie risinājumi), *nospēlētās lomas* (oriģinalitāte, improvizācija, katrai lomai raksturīgo elementu identificēšana, citu iespējamo tēlojuma līdzekļu piedāvāšana), dalībnieku savstarpējās iedarbības efektivitāte (adekvātu risinājumu identificēšana). Lomu spēli var uzsākt arī citos kontekstos (distancēšanās). Lai novērtētu lomas izpildījumu, izmanto šādas jautājumu kategorijas:
 - attiecībā uz lomām: *kā aktieri izturas (sejas izteiksme, žesti, valoda)? Kā tika nospēlēta loma (ar līdzdalību, atrautību)? Kā aktieri jutās savās lomās?*
 - grupas ietvaros: *ko spēle nozīmēja grupai? Kāds bija iznākums sadarbībai un klimatam grupā?*
 - situāciju ietvaros: *kurš no nospraustajiem mērķiem tika sasniegts? Kādas alternatīvas/risinājumi varēja būt izvēlēti?*

Alternatīvi ir iespējams pabeigt šāda tipa teikumus:

Es esmu izvēlējis šo lomu, tā kā tā man ļauj....

Loma man ir nozīmīga tāpēc, ka.....

Kuru lomu, jūsuprāt, ir lietderīgi nākotnē atveidot.....

Identificējiet nepieciešamās kompetences, dotības lomas atveidošanai.....

Konsultanta/moderatora loma

Moderatoram ir jāpierāda spējas, elastība un takta izjūta lomu spēles koordinēšanā, pastāvot uz šādiem aspektiem: dalībnieku motivēšana, atbalsta sniegšana, lai novērstu situācijas, kuras varētu izraisīt nedroši aktieri vai pārmērīgi emocionāla līdzdalība. Intervences līdzekļi attiecas uz: lomu reversēšanu, pauzes savas uzvedības pārdomāšanai, grupas biedra sniegtais atbalsts katram aktierim padoma, iedrošinājuma veidā, uztraucošu

incidentu improvizācija spēles laikā, spēles regulēšana un atdzīvināšana, diskusijas mērķa sasniegšanai, respektējot tēmas un metodes fāzes.

Mērķauditorija

Karjeras konsultēšanā lomu spēle tiek piemērota *pakalpojuma saņēmēju* vajadzībām:

- *skolēni* tiek iepazīstināti ar profesiju specifiskumu ar noteiktu profesiju atveidošanu, lai atklātu pieaugušo pasaules realitāti jautrā un imitējošā mācīšanās kontekstā; to var asociēt ar grupu diskusijām, informatīvām skrejlapām, videofilmām vai profesionālajiem profiliem utt.;
- *pieaugušo* konsultēšanā lomu spēli var izmantot: interviju veikšanā, atalgojuma apspriešanā, darba meklējumos, ģimenes budžeta balansēšanā;
- *konsultantu* izglītošanā lomu spēle palīdz veidot uzvedību, attīstīt saskarsmes spējas, stimulēt konsultējamās situācijas.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Skolēnu konsultēšana

1. Lomu spēle par tēmu *8. klases skolēnu izglītības iespējas*.

Risinājums:

- klases padomes sasaukšana 8. klases pirmā semestra beigās ar nolūku *diskutēt par izglītības/profesionālajām iespējām* un dot rekomendācijas vai papildu priekšlikumus;
- piedāvātās *lomas* ir: skolas konsultants (1), klases audzinātājs (10), vecāku pārstāvji (2), skolēnu pārstāvji (2), novērotāji;
- tiek izsniegtas *kartītes* ar šādu informāciju: skolēna situācija skolā (visiem dalībniekiem), tabula ar skolēna iespējām (klases audzinātājam), konsultācijas/atbalsta tabula (konsultantam), informācijas tabula par ģimeni (vecāku pārstāvjiem), klasesbiedru izveidotā skolēna raksturojuma tabula (skolēnu pārstāvjiem), novērojumu tabula (katram novērotājam);
- tiek diskutēti vairāki gadījumi, laba iespēja katram skolēnam pārdomāt savu situāciju (iespēju un tieksmju saskaņošana).

Novērojumu tabula – piemērs

| Intervences persona | Intervences Nr. | Novērojumi: intervences veids, attieksme, bezvārdu komunikācijas veidi |
|--------------------------------|-----------------|--|
| Skolas konsultants | | |
| Vecāku pārstāvji | | |
| Skolēnu pārstāvji | | |
| Dzimtās valodas skolotājs | | |
| Matemātikas skolotājs | | |
| Vēstures/ģeogrāfijas skolotājs | | |
| Fizikas/ķīmijas skolotājs | | |
| Mūzikas skolotājs | | |

2. Sagatavo jautājumu sarakstu intervijai ar speciālistu noteiktā nozarē (piemēram, tirdzniecībā, jurisprudencē, medicīnā), izmantojot profesionālos profilus un videofilmas par profesijām. Izveido lomu spēli par tēmu: *skolēnu un speciālista tikšanās*; piedāvātās lomas: speciālists, skolēni, novērotāji.

Saraksts satur šādus jautājumus:

Ko nozīmē profesija?

Kāda izglītība un kādas personīgās īpašības ir nepieciešamas?

Kādā vidē tu strādā un kādas ir tavas darba stundas ?

Kādi apsvērumi lika tev izvēlēties šo profesiju?

Kādi bija vislielākie gandarījumi šajos gados?

Kādi bija visnepatīkamākie jautājumi?

3. Lomu spēle par *vidusskolas/universitātes izvēli*; piedāvātās lomas: skolēns, vecāki, skolas konsultants. Tiek diskutēta situācija, kurā skolēna izvēle ir atšķirīga no vecāku gribas, un tiek atrasts risinājums.

4. Iedomājieties, ka jūs esat kompānijas cilvēkresursu vadītājs. Jums ir jāsagatavo darbinieks, kuru drīz atlaidīs no darba kompānijas ekonomiskās situācijas dēļ. Iegaumējiet, ka darbinieks ir kvalificēts, bet jums viņš vai viņa ir jāatlaiž. Piedāvātās lomas: vadītājs, darbinieks, novērotāji.

Karjeras konsultanta izglītošana:

1. Sastādiet pirmo interviju ar atlaisto klientu, kurš atnācis uz karjeras konsultāciju centru. Atveidojiet šādas lomas: konsultants, klients, novērotāji.

2. Atrisīniet šādas situācijas: jūs esat konsultants, un jūsu klients nomāc jūs ar uzmanību. Izmantojot formulējumu Es ... paskaidrojiet laipnā, tomēr stingrā tonī, ka jūs vēlaties saglabāt profesionālas attiecības. Uzstāji uz:

- situācijas noskaidrošanu, nekritizējot kāda uzvedību;
- reālo seku prezentēšanu viņam/viņai;
- jūtu atspoguļošanu pozitīvā veidā;
- savu mērķu un vajadzību formulēšanu;
- perspektīvas izmaiņšanu: pieeja situācijai no konsultanta redzes viedokļa.

Piedāvātās lomas: konsultants, klients, novērotāji.

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- nodrošina *papildu informāciju*, kas iegūta ar sākotnēju novērtēšanu, un ļauj *identificēt problēmu*;
- iepriekš paredz cilvēku līdzdalības augstāku pakāpi ar sabiedriskajā un profesionālajā dzīvē noderīgu *lomu iestudēšanu*; sagatavošanas gadījumā tiek pieļauta situāciju simulācija;
- veicina *negatīvas uzvedības izmaiņas* un *jaunas piedienīgas uzvedības veidošanu*, kas ir nepieciešams, lai izpildītu nākotnes profesionālās lomas un pienākumus;
- tas ir līdzeklis, kā veidot spontānitāti, iniciatīvu, radošumu, atbildību, kapacitāti tikt galā ar konfliktiem, un kā veicināt tādu tikumisku īpašību veidošanu kā: pacietība, neatlaidība, paškontrolē, cieņa pret pārējiem;
- veicina problēmu risināšanas praksi, situācijas, kuras prasa alternatīvu stratēģiju eksperimentēšanu vai optimālu, ar karjeru saistītu lēmumu piemērošanu.

Tajā pašā laikā lomu spēles izmantošana *grupas* ietvaros veicina:

- savstarpējo attiecību uzlabošanu, veicina socializāciju un grupas biedru savstarpēju piemērošanos;
- sadarbības attīstību un grupas saliedētību; nedrošu klientu līdzdalības stimulēšanu, iedrošināšanu;
- aktīvu piedalīšanos diskusijās, grupas uzvedības iepazīšana, identificējot grupas dinamikai raksturīgas pārādības;
- risinājumu piedāvāšanu, lai pārvarētu grūtības vai konfliktus pašā grupā.

Trūkumi:

- tas var veicināt dižmanīgu attieksmi, "šovs", kaitējot oriģinalitātei;
- daži dalībnieki var būt nedroši, noslēgti, nobijušies no izpaušanās, izsmiešanas, no tā, ka tiek uzrunāti;
- rigidas lomas vai starpnieka bargums var bloķēt aktieru spontanitāti;
- tas prasa daudz laika sagatavošanai un izpildīšanai;
- izskaidrojuma trūkums sākumā un tēmas neatbilstība attiecībā uz dalībnieku vecumu un bažām var izraisīt apmulsumu, dezorganizāciju un vilšanos.

Bibliogrāfija

Campbell, R.; Walz, G. R.; Miller, J. V.; Kriger, S. F. (1973). *Career Guidance: a handbook of methods*. Ohio, Charles Merrill Publishing Company.

Cerghit, I. (1997). *Metode de învățământ*. București, EDP.

Doron, R.; Porot, F. (1991). *Dicționar de psihologie*. București, Editura Humanitas.

Feltham, C.; Dryden, V. (1993). *Dictionary of counselling*. London, Whurr Publishers.

Gugel, G. (2002). *Metode de lucru în educația adulților*. Timișoara, Editura Waldpress.

Holdevici, I. (1998). *Elemente de psihoterapie*. București, Editura All.

Peretti, A.; Legrand, J. A.; Boniface, J. (2001). *Tehnici de comunicare*. Iași, Editura Polirom.

Sollazi, R. (1997). *Apprendre a s'orienter*. Paris, Editions E.A.P.

Șchiopu, U. (1997). *Dicționar de psihologie*. București, Editura Babel.

Zlate, C.; Zlate, M. (1982). *Cunoașterea și activarea grupurilor sociale*. București, Editura Politică.

Simulācija

Simulation

Luminita Tasica
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Inspirēta no dabiskās cilvēka tendences imitēt, kopš seniem laikiem simulāciju pazīst kā izglītojošu metodi, kuru veiksmīgi izmantoja Platons, Sokrāts un Aristotelis.

Viduslaiku un Renesances pedagoģija izstrādā simulācijas metodes (modelēšana, imitācija un simulācija, lomu spēle un restaurēšana) gan mācīšanas, gan mācīšanās stimulācijai.

Pagājušā gadsimtā norisinājās simulācijas metožu individualizācija, pateicoties modeļu matemātisko teoriju, stratēģisko spēļu un lēmuma pieņemšanas simulāciju attīstībai. 60. gadu vidū sākās intensīva kustība, izmantot programmētas simulācijas spēles izglītībā un sociālajās zinātnēs. Pirmā simulācijas datorspēle (nosaukta *Monopols*) parādījās 1955. gadā Amerikas Savienotajās Valstīs, tā piederēja *Rand US Air Force Corporation*, un tika paredzēta karaspēka stratēģiskām mācībām. Nākošajā dekādē kustība aizsniedzas līdz Eiropai, pēc tam tā kļūst plaši izplatīta visā pasaulē. 1970. gadā nodibina Starptautisko Simulācijas un spēļu asociāciju (*International Simulation and Gaming Association*), un tiek sarakstīta bagāta literatūra, kas pēta simulāciju programmu lielo skaitu, kuras tiek veiksmīgi izmantotas visās nozarēs. 80. gadu beigās jau tika izdoti 12 periodiskie izdevumi par šo tēmu un vairāk nekā 7 000 simulācijas datorspēļu.

Pašlaik simulācijas programmas ir gandrīz neaizstājamas jebkurā izglītības procesā (klasiskā vai datora), un to efektivitāte skolēnu aktivizēšanā un motivēšanā ir vienbalsīgi atzīta.

Progress bez precedentu pētījuma un inovācijām ir pārvērtis simulāciju un spēļu datorprogrammas (biznesā, vadībā, mārketingā, izglītībā) par globālu industriju dažādiem tirgiem. Katru gadu notiek desmitiem nacionālu un starptautisku zinātnisku notikumu (semināri, konferences, izstādes, gadatirgi), kuri ir veltīti fenomenam, kurš ir vispārīgi nosaukts par **simulācijas modeli**.

Teorētiskais pamatojums

Aizsākoties ar latīņu valodas vārdu "*simulare*" (slēpt), šim terminam šodien ir daudz nozīmju. Saskaņā ar kontekstu, simulācijas akts iepriekš paredz imitāciju, izlikšanos, liekuļošanu, reproducēšanu, modelēšanu, pretenziju, restaurēšanu un viltotu ārieni. Tādējādi notiek simulāciju metožu variantu un saprašanas līmeņu veidošana: ironiska, simboliska, formalizēta.

Ironiskā simulācija ir plaši izplatīta sociālajās zinātnēs, balstās uz zināšanu vispārējo, deskriptīvo līmeni, tiek prezentēta kā simulācijas spēles, kurās grupām, organizācijām vai kopienām raksturīgās attiecības vai procesi tiek reprezentēti ar analogiju.

Simboliskā simulācija ir ironiskās simulācijas turpinājums, kas sastāv no blīvu starptautisko tīklu un sociālās mijiedarbības sistēmu datoratveidojuma vērtēšanas nolūkiem.

Formālā simulācija interaktīvi apskata sistēmu, kura tiek simulēta formālā, loģiskā vai matemātiskā sistēmā, stohastiskā vai nosacītā versijā.

Simulācijas raksturīgās iezīmes var labāk saprast, ja analizējam versijas, kuras lieto minētajiem līmeņiem:

- tā ir realitātes pētīšanas tehnika, kas balstās uz analogiju vai modelēšanu;
- tā pēta parādību, attiecības un procesus ar augstu sarežģītības pakāpi;
- tai var būt rotaļīgs, eksperimentāls vai provizorisks, stratēģisks raksturs;
- tā kalpo, lai izskaidrotu abstraktus jēdzienus un teorijas;
- tā ir heuristiska stratēģija;
- tā ved uz jaunu zināšanu atklāšanu, loģiskām un kauzālām attiecībām starp jau esošajām zināšanām;
- tā konsolidē un attīsta mutvārdu izteiksmes prasmes;
- tā dod atgriezenisko saiti par noteiktu darbību sekām;
- tā ir domu modelēšanas līdzeklis un lēmumu pieņemšanas spēju, iztēles, radošuma attīstības līdzeklis.

Simulācijai ir tendence kļūt par "... vienu no visspēcīgākajiem kvazi-eksperimentālās pētīšanas līdzekļiem sociālajās zinātnēs. Galvenais pielietojuma derīguma kritērijs pastāv izomorfisma panākšanā starp reālās sistēmas mainīgajiem lielumiem un tiem, kuri iesaistīti modeļa veidošanā. Simulācija nav tikai analīzes metode, bet pat jauns un produktīvs attīstības virziens komplikētu sistēmu pētīšanā" (Vlăsceanu, 1993).

Metodes prezentēšana

Pamatojoties uz minētajām īpašībām, simulāciju varētu definēt kā realitātes reproducēšanas vai restaurēšanas līdzekli, aizvietojojot realitāti ar analogisku modeli mācīšanās, studiju, eksperimentālās pētniecības vai zinātniskās pētniecības nolūkā.

Simulācija tomēr nav ierobežota imitēt vai reproducēt reālas sistēmas, bet tā ievieš stratēģisku vienkāršošanu reālās sistēmas sastāvā, lai uzsvētu raksturīgās iezīmes vai attiecības.

Lai gan simulācijai piemīt mākslota struktūra, tā saglabā reālu virkni elementu, kurus nevar atrast vienkāršā izklāstā. Dalībnieku tieša iesaistīšana simulētās situācijās un apstākļos var notikt dažādās formās: didaktiskas vai izglītojošas spēles, simulācijas spēles, mācīšanās ar drāmas palīdzību, mācīšanās ar simulatoriem, reālu lomu praktizēšana (*Cerghit*, 1997).

Pastāv kopīgi elementi starp simulāciju un citām karjeras attīstības atbalstā un konsultēšanā izmantotajām metodēm. Piemēram, lomas atveidošana notiek lomu spēlē, simulācijas spēlē un drāmā. Bet lomu spēlē visnozīmīgākā ir loma (dailīliteratūras, iztēlota) un tās iestudēšana/atveidošana, toties simulācijā dalībniekam ir gan jānospielē (reāla) loma, gan jāatveido/jāanticipē reāli fakti vai notikumi (pagātnes, tagadnes vai nākotnes). Simulācijas heuristiskais un radošais raksturs liek aktierim uzņemties atbildību, attieksmi un lēmumus par reālām problēmām. Lomu spēle vai drāma liek aktieriem tēlot lomas, kuras viņiem ir svešas un kurām nav nekāda sakara ar realitāti, un kurām nav nepieciešama intervence, lai atrisinātu reālu problēmu.

Metodes pielietošanai ir nepieciešams kompetents konsultants, zināšanas par klientu un precīzs "soļu" izvietojums lomas atveidošanai. Projekts vai scenārijs ir rūpīgi jāizanalizē, lai tēlotu tik "realistiski", cik vien iespējams.

Jebkuras metodes formas (simulācija, didaktisks simulators, restaurācija) izmantošana iziet standarta stadijas, un, atveidota saskaņā ar stingriem noteikumiem, nodrošina konflikta/problēmas atrisināšanas panākumus.

Organizējot simulācijas, konsultantiem ir jāspēr šādi soļi:

- simulācijas projekta/scenārija rūpīga izstrādāšana;
- aktieru izvēle un motivēšana;
- atbilstošu apstākļu un vides sagatavošana;
- mērķu un aktieru ieguvumu noskaidrošana;
- simulācijas aktivitātes norises koordinēšana;

- aktivitātes analīze pēc tās beigām;
- visu iesaistīto elementu vērtēšana: tēli (aktieri, novērotāji), lomas, attiecības, konflikta (problēmas) risināšana, ilgums, diskusijas un pārdomas par pieņemtajiem lēmumiem.

Mērķauditorija

Simulācijas izmantošana nes labumu visiem informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumu klientiem: skolēniem, dažādu izglītības līmeņu jauniešiem absolventiem, pieaugušajiem.

Vingrinājumi, situācijas analīze, piemēri

Metodes klasiskajai versijai esam izvēlējušies darba simulācijas (tiesas process) pielietošanu, kuru veiksmīgi izmantoja ar jurisprudences studentiem, kā arī ar skolēniem, kuri vēlas kļūt par juristiem. Scenāriju arī izmanto labošanas iestādēs, lai atveseļotu cilvēkus ar antisociālu uzvedību.

Tiesas procesa simulācija tiesā

Tiesas procesa simulācija ir pierādījusi, ka tā ir viena no visefektīvākajām metodēm, lai uzzinātu par tiesiskās sistēmas dažiem pamatjēdzieniem. Tas ļauj skolēniem interpretēt visas tiesiskajā sistēmā iesaistītās lomas, no ierēdņa un tiesneša līdz lieciniekam un prokuroram. Skolēni iegūst patiesu perspektīvu, tā kā viņi uzzina par šīm lomām, paši tās atveidojot.

Tiesas procesa simulācijas var pārvērsties par sacensībām, kurās skolēnu grupas, reprezentējot savas skolas, sacenšas savā starpā. Šīs sacensības līdzinās sporta sacensībām ar to atšķirību, ka skolēni apgūst likumus un tiesas procedūras ar dažādu lomu atveidošanas palīdzību. Skolēni tiek vērtēti, pamatojoties uz viņu izpildījumu, bieži vērtē isti tiesneši un juristi.

a. Kas ir tiesas procesa simulācija?

Tiesas procesa simulācija reprezentē tiesas sēdes imitāciju, kura var pamatoties uz hipotētisku vai reālu gadījumu. Atkarībā no konsultantam izvirzītajiem uzdevumiem, tiesas procesa simulācijas var būt formālas vai neformālas, veselas vai to daļas, ar daudz vai maz dalībniekiem. Tiesas procesa simulācijas ļauj dalībniekiem saprast tiesas procedūras, kas pamatojas uz pieredzi.

Tiesas procesa simulācijas koncepts kā strīdu izšķiršanas procesa mehānisms tiesas zālē, ir labi jānovada līdz skolēniem. Konsultantam ir viņiem jāpaskaidro, kā konflikts nonāk tiesas priekšā (piemēram, krimināllietā ir jāizskaidro policijas, izmeklētāja, prokurora un tiesneša lomas).

Skolēniem vajadzētu saprast

- visu pārējo aktieru lomas: advokātu, liecinieku un abu pušu;
- debašu saturu, to, kas katrai procesā iesaistītajai personai ir jāpierāda, nepieciešamo pierādījumu skaits un saskaņība.

Tiesas procesa simulācijās cenšas iesaistīt pēc iespējas vairāk dalībniekus, visa aktivitāte domāta tam, lai imitētu tiesas zālē notiekošo. Tā kā mērķis ir iesaistīt dažādus dalībniekus, atšķirībā no reāliem gadījumiem, tiesas procesa simulācija pieļauj vairāku tiesnešu, prokuroru un advokātu esamību. Šo metodes versiju var izmantot, lai instruētu studentus, skolēnus, un tai kā minimums ir nepieciešamas četras stundas: trīs stundas – lai informētu dalībniekus par tiesas procedūrām, pierādījumiem, būtiskiem faktiem, piemērojamo likumu un procesuālo likumu, un viena stunda – lai informētu par pašu tiesas procesu. Tādēļ viena vienīga

diena varētu būt pietiekoša, lai veiktu instruktāžu no rīta un tiesas procesu pēcpusdienā. Vai sešas mācību stundas, katra 40 minūšu gara.

Vispār priekšroku dod krimināllietām, jo tiesas procesa sagatavošanu var veikt, pirms sākas pats tiesas process, un jautājumi par noziegumu un tā ietekmi uz sabiedrību izraisa izaicinošas diskusijas.

b. Tiesas procesa simulācijas rezultāti

Visas tiesas procesa simulācijas laikā skolēni iemācās analizēt faktus, identificēt konkrētam gadījumam attiecīgus likumus, iegūt kritiskās domāšanas iemaņas, bagātināt savu vārdu krājumu un domāšanu, attīstīt klausīšanās māku, jautājumu uzdošanas iemaņas un veidot problēmas mutvārdu prezentāciju. Viņi arī iemācās argumentēt no tiesiskā viedokļa, sagatavot un organizēt nepieciešamos materiālus. Ar tiesas procesā iesaistīto cilvēku lomu (juristi, liecinieki un klienti) atveidošanu un novērošanu skolēni iegūst iekšēju perspektīvu par tiesas funkcionēšanu.

Tiesas procesa simulācijas beigās skolēni spēs:

- definēt saviem vārdiem, kas ir tiesas procesa simulācija;
- raksturot dažādus tiesas procesa simulācijas veidus;
- izskaidrot pirms tiesas procesa veikto izmeklējumu stadijas;
- identificēt tiesas procesa simulācijas posmus;
- raksturot apsūdzības un aizstāvības lomas;
- raksturot veidu, kā advokāti un prokurori sagatavo lietu;
- izskaidrot veidu, kā tiesneši nonāk pie sprieduma;
- uzdot jautājumus un rast argumentus, lai aizstāvētu abu pušu viedokļus;
- uzdot jautājumus kā tiesneši.

c. Pirms tiesas procesa izmeklēšana

Krimināllietās tiesas procesa sagatavošana var iedalīt četros etapos:

- policijas loma;
- izmeklētāja loma;
- prokurora loma;
- tiesneša loma.

Katrs etaps tiek īsumā raksturots.

d. Tiesas procesa simulācijas stadijas

Parasti tiesas procesa simulācijās skolēni vispirms tiek iepazīstināti ar to etapiem.

Daudzie tiesneša, prokurora un advokāta aizstāvībai uzdotie jautājumi bieži mēģina noskaidrot neskaidrības un pretrunas liecībās tā, lai noteiktu, vai liecinieks ir godīgs vai ne. Šo uzdevumu pārsvarā veic izmeklētājs, prokurors un tiesnesis tiesas procesa sagatavošanā.

Faktu identificēšana

Lai pārliicinātos, ka skolēni ir sapratuši, kas notika kādā lietā, viņiem jāsaņem informācija par tiesas procesa simulāciju, kas satur apsūdzību, kopsavilkumu par to, kas noticis, kā arī likumu, liecinieku saraksts un viņu liecības. Katram skolēnam vajadzētu likt nolasīt apsūdzību, vissvarīgāko faktu rezumējumu un abu tiesas procesā iesaistīto pušu liecinieku individuālās liecības. Pēc tam konsultantam vajadzētu visu detalizēti izstāstīt, lai skolēni saprastu, kas pirms tam notika, izskaidrojot likumu, kas attiecas uz šo gadījumu.

Likuma identificēšana

Uzsvērtā tiek Kriminālā kodeksa noteikumu ievērošana vai pārkāpšana. Skolēniem ir jāizskaidro attiecīgie Kodeksa panti. Lietiskais pierādījums, kuru prokurors prezentē tiesnesim, lai pierādītu aizdomās turētā vainu, tiek apspriests ar skolēniem. Tālāk uzmanība ir jāvelta liecībai, kuru var izmantot aizstāvība.

Sadališana grupās

Tiesas procesa simulāciju ir jāiecer tā, lai tās sagatavošanā un īstenošanā iesaistītu pēc iespējas vairāk skolēnu. Noslēgumā jāpanāk, ka katrs dalībnieks saprot apsūdzības un aizstāvības identificētos faktus un likumu. Pēc tam prokuroru, aizstāvības advokātu un tiesnešu grupas saņem būtiski svarīgu informāciju, lai sagatavotu savus jautājumus, argumentus, spriedumus. Vislabākais, kā to izdarīt, ir lūgt dalībniekus identificēt katra apsūdzības vai aizstāvības izmantotā apgalvojuma aspektus, tad tos pierakstīt, lai turpmāk izmantotu jautājumu, argumentu, spriedumu rūpīgā izstrādāšanā.

Dalībniekus var sadalīt četrās komandās: liecinieki, tiesneši, prokurori un aizstāvība. Lomas var izdalīt citiem tiesas procesā iesaistītajiem aktieriem: tiesas izpildītājs (persona, kas piesaka lieciniekus tiesas zālē) vai tiesneša sekretārs (persona, kas pasniedz tiesnesim lietas attiecīgās daļas).

Katrai komandai var būt citi dalībnieki, kuri palīdz noformulēt jautājumus – ar dažādām lomām pārbaudes jautājumos – un rūpīgi izstrādāt noslēguma argumentu. Gadījumā, ja komandas piekrīt, šie papildu dalībnieki varētu spēlēt tiesas izpildītāja lomu vai sekot katrai aktivitātei patērētajam laikam. Tie, kam nav iespējas piedalīties simulācijā, var spēlēt reportieru vai novērotāju (auditorija, prese) lomas.

Jautājumu un argumentu sagatavošana lomu spēlei

Dalībniekiem ir jāstrādā komandās, lai sagatavotu jautājumus, kuri katrai izraudzītajai personai būs jāuzdod aizstāvībai vai lieciniekiem. Prokuroriem un tiesnešiem aizstāvībai jāpalīdz tiem komandas dalībniekiem, kuri ir nozīmēti ievada un nobeiguma argumentu izteikšanai. Tiesnešiem ir jāsaņem jautājumi apsūdzētajam un lieciniekiem, tajā laikā citam tiesnesim būs jānolasa spriedums.

Reiz dalībnieki ir gatavi, tiesas procesa simulācijai nevajadzētu ilgt vairāk par vienu stundu. Tas tiek nodrošināts ar stingru laika noteikšanu katram dalībniekam.

Instrukcijas tiesas priekšsēdētājam, tiesneša sekretāram un tiesas izpildītājam

Tiesas priekšsēdētājam, tiesneša sekretāram un tiesas izpildītājam ir jāsaņem instrukcijas, lai pienācīgi iepazītos ar savām lomām.

Tiesas procesa simulācija

Tiesas procesa simulācijas etapi dalībniekiem ir jāizskaidro un jāizsniedz rakstiska teksta formā pirms simulācijas sākuma.

Telpai ir jābūt līdzīgai tiesas zālei: tiesneša sols atrodas vidū pie priekšējās sienas; tiesas izpildītājs un tiesneša sekretārs sēž solā tiesneša priekšā; liecinieka bokss – tiesnesim pa labi; apsūdzētais – pie aizstāvības komandas, kura sēž solā tiesneša priekšā, pa labi; un auditorija – aiz apsūdzības un aizstāvības komandām.

Sekretāram jāpalīdz tiesnesim, prokuroram un advokātiem, norādot uz laiku, cik ir palicis pēc katra tiesas procesa etapa. Piemēram, laika noteikšana:

- tiesnesim, kurš pārlicinās par visu iesaistīto pušu klātbūtni un atklāj tiesas procesu;
- tiesnesim, kurš lūdz prokuroram nolasīt apsūdzības rakstu un nolasīt apsūdzētā tiesības;
- apsūdzētajam – sākuma ziņojuma veikšanai;
- tiesnešiem – apsūdzētā un liecinieku pratināšanai;
- apsūdzētajiem – apsūdzētā un liecinieku pratināšanai;
- advokātiem – aizstāvībai, apsūdzētā un liecinieku pratināšanai;
- prokuroram, tiesnesim un apsūdzētajam – noslēguma argumentu izteikšanai;
- tiesnesim – sprieduma nolasīšanai.

e. Tiesas procesa simulācijas vērtēšana

Tiesas procesa simulācijas beigās ir jāatstāj laiks, lai to izvērtētu, vislabāk tieši pēc sprieduma nolāsīšanas vai vismaz nākošajā sesijā. Dalībnieki ir jāiedrošina izteikt savu viedokli par tiesas spriedumu, par veidu, kādā apsūdzētāji un advokāti deva liecības, par liecinieku uzvedību un pašu izjūtām, tēlojot dažādas lomas.

Kā jau iepriekš minēts, tiesas procesa simulācijas uzdevums ir piedāvāt dalībniekiem un novērotājiem labāk saprast tiesas procesu darbību un praktizēt atbildību.

Metodes novērtēšana

Simulācija ir viena no metodēm, no kuras ieguvēji var būt gan konsultanti, gan klienti.

Tās klasiskajā variantā metodi izmanto, lai veicinātu intervijas norisi rakstiskiem un mutvārdu eksāmeniem, ņemot vērā iestāšanos kādā izglītības ciklā, lai pieņemtu karjeras lēmumus (piemēram, darbības plāna īstenošana). Konsultanti var veikt vai restaurēt konsultēšanas sesiju, cenšoties attīstīt savas komunikācijas prasmes ar dažādām klientu kategorijām.

Ir pierādījies, ka mācīšanās procesam visnoderīgākās ir profesionālo situāciju simulācijas, sarunu, vadības un mārketinga tehnikas, lēmumu pieņemšanas, provizorisku spēļu simulācijas.

Priekšrocības:

Eksperti izglītībā (un ne tikai) atzīst simulācijas pozitīvos rezultātus izglītībā, karjeras attīstības atbalsta sniegšanā un konsultēšanā, kas apliecina metodes kā "mācīšanās un spēļu simulēšanas" programmatūras izplatīšanos.

Ar savu komplicētību simulācija no jauna apvieno klasisko informācijas metožu atklāšanas un komunikācijas un, jo īpaši, spēles un drāmas priekšrocības proti:

- piedāvā koncentrētu globālu informāciju problēmas risināšanai;
- tā ir stimulējoša un motivējoša metode, jo tā apmierina pakalpojumu saņēmēja neatliekamās un paredzamās vajadzības, sākot ar ļoti konkrētu līmeni līdz pat visai abstraktām formalizācijām;
- aktivizē reālās lomās iesaistītos dalībniekus šo lomu uzvedības elementu apgūšanā;
- "prezentē visas grupas aktīvas piedalīšanās priekšrocības, iegulda izglītības aktieru mūžizglītībā" (Văideanu, 1979);
- veicina profesionālu veiksmi ar darba lomu praktizēšanu;
- attīsta komunikācijas, savstarpējo attiecību, emociju un jūtu kontrolēšanas prasmes;
- pieprasa prāta klātbūtni un iniciatīvu kritiskās situācijās, socializējas ar komandas gara veidošanu;
- modelē domāšanu, veido radošo iztēli un lēmumu pieņemšanas kapacitāti;
- veido paraugus pētīšanai, izmeklēšanai un pat hipotētiskai eksperimentēšanai;
- attīsta vadības kapacitāti un provizoriskas stratēģijas, praktizē pārrunu un konflikta risināšanas prasmes;
- prasa disciplīnu, atbilstību iepriekš pieņemtajiem plāniem un scenārijiem.

Trūkumi:

- simulācija ir komplicēta metode, laiks scenārija sagatavošanai un simulācijas īstenošanai ir ļoti ilgs;
- prasa īpašu piepūli no pakalpojuma saņēmējiem un iepriekšēju pieredzi/apmācību no konsultanta;
- emocionālu līdzdalību un stresu vai bailes no neveiksmes viegli aizvainojamu klientu gadījumā;
- ar savu katarses efektu tā var izraisīt negaidītu emocionālu uzplūdu, kuram nepieciešama neatliekama terapeitiska intervence;
- dažas simulācijas programmatūras noved pie atkarības, īpaši pubertātes laikā vai pusaudža gados.

Bibliogrāfija

A Critical Dictionary of Educational Concepts (2000). Oxford, Pergamon Press.

Basnet, C.; Scott, J. L. (2004). A spreadsheet based simulator for experiential learning in production management. In: *Australasian Journal of Educational Technology*. 20.

Cerghit, I. (1997). **Metode de învățământ** (ed. a III-a). București, EDP.

Dicționar de pedagogie (1979). G. Văideanu; A. Manolache, (coord.). București, EDP.

Dicționar de sociologie (1993). L. Vlăsceanu; C. Zamfir. (coord.). București, Editura Babel.

Gugel, G. (2002). **Metode de lucru în educația adulților**. Timișoara, Editura Waldpress.

Jigău, M. (2001). **Consilierea carierei**. București, Editura Sigma.

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

Porlier, J. C. (2001). Metode and tehnici utilizate in orientarea școlară și profesională. In: **Orientarea școlară și profesională a tinerilor rezidenți în zone defavorizate socio-economic and cultural**. București, ISE.

Scott, J. L. (2002). Stimulating awareness of actual learning processes. In: *Journal of Operational Research Society*. 53.

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

Watts, A. G.; Law, B.; Killeen, J.; Kidd, Jennifer; Hawthorn, Ruth (1996). *Rethinking Careers Education and Guidance*. London and NY: Routledge, Taylor and Francis Group.

Zlate, M. (2000). *Introducere in psihologie*. Iași, Polirom.

www.ascilite.org.au/ajet/ajet20/basnet.html

www.cris-elgood.co.uk

www.intopian.com

www.simulations.co.uk/sagset

Personīgais projekts

Personal Project

Mihaela Chiru

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

1918. gadā V. E. Kilpatriks (*W. E. Kilpatrick*) (1870-1965) ieviesa projekta metodi kā pedagoģisku iniciatīvu, lai nodzēstu stingrās robežas starp akadēmiskajiem mācību priekšmetiem (sadalīta mācību programma), un tuvinātu skolēnus reālai dzīvei. Fonu Kilpatrika teorijai par projekta metodes formatīvo lomu var atrast Djūvī (*Dewey*) un progresīvās izglītības filozofijā 20. gadsimta pirmajā pusē. Centrālā doma ir tā, ka "mēs mācamies no tā, kā dzīvojam" (*Beineke*, 1998), un gala mērķis ir demokrātijas un labas personas sasniegums. Skolēna interese mācīties tiek stimulēta ar vērtīgiem mērķiem sociālās situācijās, kuri iedveš pašpaļāvību, iniciatīvu, sadarbību, un kuru sasniegšanā skolotājiem ir jārada savstarpējās iedarbības apstākļi ar kolēģiem, vecākiem un sabiedrību. Ikvienu mērķa orientēta darbība tiek klasificēta kā "projekts".

Ir pretenzijas, ka Kilpatriks nav pirmais, kurš ir nodefinējis šo metodi. Knols (*Knoll*) (1997) sintezē amerikāņu atsauksmes, kur lauksaimniecības eksperts Stimsons (*Stimson*) ar savu "mājas projekta plāna" koncepciju tiek ierindots desmit gadus agrāk. 1900. gadā vācieši piemin Ričardu un Djūi (*Richards and Dewey*) ar izstrādātajām "mākslas un amatniecības programmām". Jaunākie pētījumi (tas pats autors) rāda, ka projektu pirmsākumi meklējami 16. gadsimta beigās itāļu arhitektūras un inženierzinātnes mākslās.

1970. gados projekta metode piedzīvo atdzimšanu, it sevišķi, Ziemeļeiropā un Centrāleiropā.

Maz ideoloģiju izglītībā (piemēram, kustība kopienas izglītībai, atvērtā mācību programma, praktiskā mācīšanās) pretendē uz to, ka ir izcēlušās no progresīvās izglītības metodes un "uz projektu pamatotas mācīšanās" psiholoģiskās pieejas. Ārzemēs projektu izmanto skolēnu sākuma profesionālās sagatavošanas laikā, konstruktīvistu pieejas, uz pētījumu pamatotas mācīšanās, problēmu risināšanas robežās.

Teorētiskais pamatojums

Personīgais projekts ir ilgtermiņa metode, kuras rezultāti ir saskatāmi, izmērāmi un novērtējami ne tikai individuālā eksistenciālā shēmā, bet arī ar izmantojamo ārējo resursu komplicētību un notiekošo izmaiņu ilgumu. Personīgais projekts satur prognozi un intervenču artikulētu un mērķtiecīgu kopu, pamatotu uz filozofiju, kas gūst labumu no neierobežotas kapacitātes veiksmi un no izmaiņu pozitīvās nozīmes.

Projekts nozīmē gan sākuma būtību (ideja, uzmetums), gan procesu, kas tam dod turpinājumu un pārvērš to realitātē. Kad projekts izdodas, procesa raksturs retrospektīvi mainās no "projekta" uz "darbības plānu" vai "izmantojamo stratēģiju". Daudzas reizes personīgā projekta gala rezultāts nepaliek konstants, bet tas ir pakļauts formas, lieluma, dziļuma, pieejas izmaiņām. Šie parametri attiecas uz iesaistīto cilvēku, kuram jāsatver vajadzība un/vai iespēja piemērot personīgo projektu dzīves situāciju specifiskajiem faktoriem.

Konsultanti atrodas privilēģētā pozīcijā savu klientu labvēlīgas garīgās noskaņas radīšanā, lai izstrādātu personīgos projektus, kā arī resursu aktivizēšanas un apvienošanas veicināšanā. Katram cilvēkam piemīt veids, kā saprast, reaģēt un integrēt savas pašu dzīves situācijas. Pamatojoties uz iepriekšējām pieredzēm un gaidām, ir iespējams pievienot mirkļiem unikālu vērtību un gūt labumu no to izaugsmes potenciāla. Kas attiecas uz klientiem, kuri neapzinās, ka bezdarbība ir arī pozīcijas konstatējums, konsultants viņiem palīdz izpētīt derīgas iespēju un veiksmes pārvērtības. Tiem, kuriem ir skaidrs gala rezultātu redzējums, konsultants piedāvā "mērķa sasniegšanas" līdzekļus. Ar vienīgi metodē ieinteresētajiem klientiem konsultants strādā perspektīvu

noskaidrošanā un seku izvērtēšanā. Būtiska ir darbība, koncentrēts un pašlāvīgs mēģinājums, atbalstītas pūles un vērtīgas pieredzes veidošana.

Personīgā projekta sastādīšana ir tas pats, kas parakstīt kontraktu pašam ar sevi, kur pats sevi velta nosprausto mērķu sasniegšanai. Šādi domājot, Felers (*Feller*) (1984) izstrādāja "darba meklēšanas līguma" koncepciju, lai palīdzētu cilvēkiem vakanto vietu meklēšanā, taču kuri pēc kāda laika dažādu iemeslu dēļ jutās pārguruši. Saskaņā ar līgumu klientiem ir "patiesi" jāatbild uz visiem formulējumiem kontraktā, un tad jāuzvedas atbilstoši. Tādējādi viņiem pašiem ir jāapgūst šīs vērtības (piemēram, pašapziņa, izdevumu ierobežošana, savu spēju stimulēšana, ieguldījums fiziskajā un garīgajā veselībā, pozitīva domāšana, jūtas un uzvedība), kuras palīdzēja ilgu laiku optimizēt subjektu tirgus vadīšanu un palielināt viņu veiksmes iespējas.

No psiholoģiskā viedokļa, pastāv līdzīgs neparedzētas uzvedības izskaidrojums no tādu cilvēku puses, kuri, piemēram, nekad līdz šim nav mēģinājuši veikt karjeras plānošanu, un kuriem nepiemīt tādas radniecīgas iezīmes kā organizētība, ambīcijas, orientācija uz mērķi. Aronsons (*Aronson*) (2004) izmanto asociētos terminus "ārējais pamatojums" (*external justification*) un "iekšējais pamatojums" (*internal justification*).

Ārējais pamatojums ir grupas vai situācijas radītais spiediens, kura rezultātā indivīdam ir jāpakļaujas uzspiestajam kursam, bieži bez jebkādas nodošanās šai lietai (piemēram, "ja mani draugi domā tāpat kā es par darba devēju, pie kura vēlos pieteikties amatam, darbinieku komplektēšanas politiku, viņi mani apbērs ar piemēriem un secinājumiem, kurus nespēšu atspēkot, tāpēc ka man nav pretargumentu, vienīgi cerība, ka mans gadījums būs atšķirīgs")

Iekšējais pamatojums ir process, kur indivīds atrodas situācijā, lai mainītu savu nostāju vai izteiktu pretēju nostādni (piemēram, "līdz šim es esmu uzskatījis, ka cienījams amats firmā liks mani līdzstrādniekiem mani cienīt; tagad es domāju, ka mans amats man tikai nodrošina labus ienākumus, un ka man nevajadzēja gaidīt no saviem darba biedriem absolūtu draudzību"). Vēlāk, lai saglabātu ticamību, indivīds iegūst argumentus jaunajam viedoklim un kļūst par dedzīgu tā aizstāvi. Personīgais projekts var nebūt katra sapnis, bet, ja reiz premises ir izveidotas, ir grūti palikt par vienkāršu skatītāju citu cilvēku projektos.

Projekta aktivitātes konceptuālais pamats ir karjeras plānošana. Papildu termini konsultēšanas semantiskā lauka definēšanai ir: *stratēģija, taktika, loģistika*. Saskaņā ar Īgana (*Egan*) (1998) teoriju, stratēģija ir praktisks plāns, kā sasniegt mērķi. Taktika ir māksla, kā stratēģiju piemērot konkrētajai situācijai (ieskaitot plāna tūlītēju izmaiņu un neparedzētu sarežģījumu risināšanu), un loģistika ir māksla, kā nodrošināt visus nepieciešamos resursus vajadzības gadījumā. Varam droši teikt, ka projekts ietver visu trīs augstāk minēto kategoriju aspektus un katrai piešķir vienotību, virzienu un personīgu notēlu.

Metodes prezentācija

Personīgais projekts nav metode, kura sākotnēji pieder konsultēšanai. Būdam salīdzināms ar situācijas analīzi un eksperimentu dabas zinātnēs, – bet atšķirīgs ar to, ka nav nedz empīrisks, nedz hermeneitisks, un ir iekļauts mācību programmā profesionālās darbības pilnveidošanai.

Knola pētījums atklāj divus vēsturiskus projekta metodes izmantošanas modeļus, un pilnveidoti tie joprojām ir derīgi: pirmais (pārstāv Vudvards/*Woodward*, 1887) apgalvo, ka skolēni skolas laikā apgūst prasmes un zināšanas, kuras vēlāk patstāvīgi un radoši izmanto praktiskos projektos; otrais (pārstāv Ričards/*Richards*, 1900) integrē projektu saskaņā ar domu, ka, ja mūsu mērķis ir vērtīgas intereses un guvumi, mums ir jāievēro "dabas veselums" ("*natural wholes*").

Ir daudz sektoru, kuros personīgais projekts tiek virzīts kā atrisinājums sistēmas vienotajām prasībām. Piemēram, mēs saduramies ar personīgo projektu uzņēmumu klientu attiecību veidošanas politikā.

Mēs sastopamies ar projekta metodi formālajā un neformālajā izglītībā, kur tā ir didaktikas daļa, un tās mērķis ir mācīšanās individualizācija. Projektu var izmantot grupā vai tas var ietvert individuālus uzdevumus, papildus komandas biedriem.

Personīgais projekts konsultēšanā tiek definēts ar pagaidu struktūru un vienlīdz ar tā atsauces punktu guvumu veidu un pakāpi. Personīgā projekta analīzes galvenās jomas ir:

- Finalitāte:
 - mērķa definīcija;
 - mērķa precizēšana atbilstoši kontekstam;
 - pārmaiņas lielums.
- Process:
 - pieejamie resursi;
 - kalendārs;
 - personīgais un sociālais efekts;
 - alternatīvie plāni.
- Novērtējums:
 - progresu novērtējums;
 - gala novērtējums;
 - panākumu atzīšana.

Personīgais projekts ir karjeras attīstības individuālais plāns. Jebkurš ieguldījums savas karjeras apzināšanā, uzņēmībā, pilnveidošanā un personificēšanā reprezentē guvumu pašu par sevi, un tādēļ personīgos projektos var izmantot vairāk nekā vienu mērīšanas vienību, piemēram kā: akceptēts/noraidīts, papildīts/nepilnveidots.

Mērķauditorija

Personīgo projektu var izmantot visu veidu skolu skolēnu, augstskolu studentu, darbu meklējošo absolventu konsultēšanā, kā arī pieaugušo, kuri atgriežas darba tirgū, konsultēšanā vai vēlas mainīt darbu.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Piemērs

Personīgo projektu vajadzētu izmantot ar šādiem konsultēšanas prototipiem:

1. inerts klients, nedrošs attiecībā uz darbību un tam ir raksturīga:

pasivitāte (neko nedara, bez iebildumiem pieņem pārējo mērķus un priekšlikumus, paralizēta iniciatīva, nesavaldīgs). Šajā gadījumā bezdarbību vai atlikšanu uz vēlāku laiku attiecībā uz mazsvarīgām lietām var uzskatīt kā izdevīgas iespējas neatgūstamu zaudējumu (Šifs/Schiff, 1975);

"iemācīta bezspēcība" ("Learned helplessness"), Seligmāna (Seligman, 1975) lietotā koncepcija depresijas sindroma kontekstā, ar vairākiem intensitātes līmeņiem (sākot ar vieglu bezspēcību, kad persona nevēlas kaut ko darīt, līdz absolūtas bezspēcības izjūtai, kas jau asociējas ar dziļu depresiju). Benets un Benets (Bennet and Bennet, 1984) ir atklājuši bezspēcības pozitīvo pusi, novērojot, ka, ja indivīds nespēj kontrolēt kādu situāciju, nav būtiski viņam/-ai radīt jebkādas ilūzijas par pretējo, uzticot pienākumus un radot pārspīlētas cerības. Svarīgi ir iemācīt klientam atšķirt, ko var kontrolēt un ko nevar, ieraudzīt bezspēcību no cita redzespunkta un izvirzīt saprātīgus mērķus;

atbruņojošs monologs (Disarming monologue). Brīžiem tas ir klients, kurš meklē argumentus sevis pārliecināšanai par to, kāpēc viņš nevar vai neizdara kādu lietu: "Es neesmu gatavs"; "Es neatbilstu

prasībām”, “*tas ir pārāk grūti*”. Ir labi zināms, ka mazdūšīgas sarunas pašam ar sevi grauj plānu jau no paša sākuma un atceļ jebkādu darbības iespēju;

cirkulārs arguments (*Circular argument*). Persona, kura nesaņem to, ko ir vēlējusies, var kļūt par vainas upuri, kas rada citu negatīvu izturēšanos un piesaista neveiksmi (*Pyszczynski; Greenberg, 1987*);

dezorganizācija (*Disorganization*). Zināma dezorganozācija dzīves mazsvarīgos aspektos tiek pasniegta kā attaisnojums tam, ka nav ticis iesaistīts istos izaicinājumos (*Fergusons/Ferguson, 1987*);

2. klients ar entropiskām tendencēm. Entropija ir dabiska tendence, kuru apgūst galvenokārt ar praksi un autonomu gribu, kā arī ar nozīmīgu cilvēku palīdzību. Tā kā to nevar izmainīt pēc pieprasījuma, klientam un konsultantam nevajag tērēt laiku, kavējoties pie apsvērumiem, bet gan jāatrod veidi, kā konkrētajos apstākļos sasniegt rezultātu. Daudzi plāni, kuri uzsākti ar entuziasmu, tiek atmesti šķēršļu vai citu prioritāšu dēļ. Braunels (*Brownell et al, 1986*) vērš uzmanību uz atšķirību starp “*klientu sagatavošanu kļūdām*” un “*atļaujas došana viņiem izdarīt kļūdas*”. To var tulkot dihotomijā: “*izdari saprātīgas kļūdas*” un “*neatkāpties vai gūt labumu no kļūdām*”;
3. klients, kurš apzināti izvēlas nemainīties, ar nepārprotamu pašanalīzes spēju, var identificēt problēmu un izmaiņām iespaidojamus faktorus, tomēr saprot un nolemj, ka “cena” ir pārāk augsta vai tā varētu ietekmēt citus viņa/viņas dzīves aspektus.

Situācijas analīze¹⁴

“Frenks ir korporācijas viceprezidents. Viņš ir cilvēks, kurš zina, ko vēlas, un ātri uzkāpa pa karjeras kāpnēm. Vinss, kompānijas prezidents, ir tuvu pensijai un visas lietas novirza Frenkam kā savam “mantiniekam”. Lūk, atrisinājums: Vinss ir ne tikai lielisks vadītājs, bet arī īsts līderis; viņš zina, kāda kompānija var un kādai tai vajadzētu kļūt nākošajos 5-10 gados, labi komunicē ar padotajiem, bauda darbinieku cieņu, lai gan pret viņiem ir bargs. Frenks ir savādāks; viņu iesaista kā vadītāju, tomēr viņš vilcinās, kad jādeleģē uzdevumi citiem, un tad, kad viņš to dara, viņš pārfrāzē lēmumus tā, ka tie šķiet nepamatoti vai neatbilstoši formulēti. Viņš nav nekāds līderis, bet “procesu menedžeris”.”

Kādu dienu Vinss runāja ar Frenku par iespēju pārņemt kompānijas vadīšanu un piebilda, ka tam nebūtu jānotiek automātiski. Tajā pašā laikā viņš izteica Frenkam gan atzinību par viņa vadīšanas māku, gan viņa rezervēm attiecībā uz līdera īpašībām. Viņš aizrāvās tik tālu, ka minēja, ko Frenka stilā vajadzētu mainīt.

Tad Frenks aizgāja pie konsultanta, kuram uzticējās un no kura uzzināja apmēram tās pašas lietas. Kopš tā laika Frenks veselu gadu ik dienu strādā ar konsultantu ārpus sava darba laika. Viņš par katru cenu bija apņēmies kļūt par prezidentu, pat ja tas nozīmēja kļūt par tādu līderi, kādu iedomājās pašreizējais prezidents. Būdam ļoti atjautīgs, viņš izstrādāja virkni stratēģiju, lai īstenotu šo plānu. Tomēr viņam neizdevās koncipēt programmu ar īpašām robežzīmēm novērtēšanai. Konsultants turpināja viņu uzvedināt, bet Frenks vienmēr bija “pārāk aizņemts” vai teica, ka šāda programma būtu priekš viņa pārāk rigida. Diezgan savādi, bet kopš tā laika formālā plānošana kļuva par vienu no viņa priekšrocībām biznesa pasaulē...

Frenks tā arī palika prasmīgs tikai biznesa vadīšanā, bet nesakarīgs attiecībā uz stratēģijām, kas palīdzētu viņam kļūt par līderi. Pēc diviem gadiem Vinss iecēla kādu citu par kompānijas prezidentu.”

Metodes novērtēšana

Priekšrocības:

- izvirza priekšplānā personīgās prioritātes, lai spētu tās saskaņot ar citu indivīdu vai sistēmas uzspiestajām prioritātēm;
- iesaista kompetentus cilvēkus mērķa sasniegšanā un uzlabo starppersonu komunikāciju;
- palīdz izvairīties no pārsteidzīgām, resursus patērējošām, neveiksmei lemtām darbībām;
- veicina ilgstošu darbību cēloņu un guvumu atklāšanu. Laika gaitā aktivitātes, atzītas kā gandarījumu nesniedzošas, zaudē spēku, samazinās vai izbeidzās;

¹⁴ Egan (1988).

- palīdz apzināties bezdarbības sekas, tomēr ļauj klientam pašam izlemt, uzņemties vai neuzņemties iniciatīvu;
- aicina izmantot kompetentu personu palīdzību un veicina personīgo kontaktu aktualizēšanu;
- ietver domu par karjeras plānošanu, kura stiprina pašapziņu un balstās uz indivīda unikalitāti jebkurā dzīves situācijā;
- sekmē iekšējo un ārējo resursu noteikšanu un saliedēšanu, lai sasniegtu mērķi;
- veido uzskatu, ka personība, spējas, motīvi, intereses ir pakļautas izmaiņām, taču to vērtība var palikt nemainīga vai pieaugt;
- izvirza perspektīvā indivīdam piederošās vai apgūstamās profesionālās kompetences;
- paredz mijiedarbību un nosacījumus paša karjeras intervencei;
- izskauž rutīnas modeli profesionālās lomas atveidošanā;
- prasa savu personīgo prioritāšu noteikšanu neatlaidības un svarīguma izteiksmē;
- veido attieksmi no iespaidu uzkrāšanas līdz paredzamajiem panākumiem;
- rada nepiespiestu, bet vēlamu lietu loģiku, kas ir nepieciešama, lai sasniegtu mērķi.

Trūkumi:

- bieži kritizēts par mācību satura neievērošanu par labu metodei;
- neiekļauj panākumu secinājumu perfektā loģiskā projekta shēmā;
- izslēdz intervences, tādas kā "acumirkliņa iedvesma" vai "spoža ideja" ilgtermiņa karjeras plānošanā;
- spiež paredzēt rezultātus, kurus nosaka starprezultāti, kurus nevar skaidri definēt agrīnajā dizaina stadijā;
- prasa konsultanta klātbūtni (vai sevis refleksiju) dažādos izpildes momentos, kas varētu būt grūti nodrošināt;
- uztur būtisku spriedzi starp sapratni par saviem resursiem un to, kā to saprot citi;
- samazina indivīda lomu rezultātu sasniegšanā, jo projekts sadala nopelnus starp tā atbalstītājiem.

Bibliogrāfija

- Aronson, Elliott (2004). *The Social Animal*. (Ninth edition). NY: Worth Publishers.
- Beineke, J. (1998). *And there were giants in the land: The life of William Heard Kilpatrick*. NY: Peter Lang.
- Bennett, M. I.; Bennet, M. B. (1984). The uses of hopelessness. In: *American Journal of Psychiatry*. 141, p. 559-562.
- Egan, Gerald (1998). *The Skilled Helper. A problem-management approach to helping*. (Sixth edition). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
- Feller, R (1984). *Job-search agreement*. Colorado State University, Fort Collins, Monolith.
- Ferguson, T. (1987). Agreements with yourself. In: *Medical Self-Care*. p. 44-47.
- Knoll, Michael (1997). The project method: Its vocational education origin and international development. In: *Journal of Industrial Teacher Education*. 34 (3), p. 59-80.
- Law, Bill (2002). Planning for progression. A professional guide to principle and practice. In: *The Career-learning Network* (www.hihohiho.com).
- Pyszczynski, T.; Greenberg, J. (1987). Self-regulatory preservation and the depressive self-focusing style: A self-awareness theory of depression. In: *Psychological Bulletin*. 102, p. 122-138.
- Schiff, J. L. (1975). *Cathexis reader: Transactional analysis treatment of psychosis*. NY: Harper & Row.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development and death*. San Francisco: W. H. Freeman.

Profesionālais profils

Occupational Profile

Luminita Tasica
Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Vēsture

Profesionālais profils ir informācijas un karjeras atbalsta instruments, no kura var gūt labumu ikviens karjeras konsultēšanā iesaistītais.

Lai saprastu tā dabu, struktūru un lietderību, mums jāatgriežas un jāveic salīdzinošā analīze ar citiem radniecīgiem instrumentiem, kuri bija profesionālā profila pašreizējās formas rašanās sākumā. Ar to mēs saprotam **profesionālu (mikro)monogrāfiju, profesiogrammu (*professiogram*), psihogrammu un darba/profesionālo standartu (*occupational/professional standard*).**

Aroda apraksts tika veikts jau pirms daudziem gadsimtiem, kad parādījās ģildes un amatu asociācijas, kuras bija ieinteresētas nodot sava darba noslēpumus nākošajām mācekļu paaudzēm.

Pagājušā gadsimta sākumā industriālajā ērā "amatu kataloga" sastādīšana kļuva par nepieciešamību, lai sagatavotu darbaspēku, kādu pieprasīja straujā ekonomiskā izaugsme. Lūk, kā pirmo reizi Eiropā parādījās profesionālās monogrāfijas: tās izstrādāja Fontēns (*Fontegne*) (Francija), Kristēns (*Christaens*) (Beļģija), Mede (*Moede*) (Vācija), Maiers (*Myers*) (Anglija) un Mansterbergs (*Munsterberg*) (Amerikas Savienotās Valstis). ASV tie vēl aizvien ir mācību temati vidusskolas pēdējā klasē ar nosaukumu "arodu pasaule".

Rumānijā pirmās profesionālās monogrāfijas – rūpniecībai – izstrādāja un publicēja Roșca, Cupcea un Peteanu, pēc tam Nestor un Mărgineanu.

Augšminēto instrumentu nozīme un loma profesiju pasaulē veicināja jaunas zinātnes – **profesioloģijas** – rašanos. Tā pēta profesijas un to praktizēšanai nepieciešamos medicīniskos, garīgos, sociālos un tehniskos apstākļus. Zinātnes ietvaros profesionālā profila metodoloģija reprezentē pirmās pakāpes mērķi.

Teorētiskais pamatojums

Sākumā kā vienkāršs apraksts, šodien jau profesionālā monogrāfija tiek raksturota kā "profesiju komplicēta un integrēta izpēte, kuru veido dažādu nozaru speciālistu komanda, kuras mērķis ir profesijas daudzpusīga analīze no tās prasību (medicīnisko, psiholoģisko, ergonomisko, pedagoģisko, socioloģisko utt.) un kontrindikāciju viedokļa" (Tomșa, 1996).

Profesionālās monogrāfijas saturs norāda uz: darba priekšmetu, sociāliem un ekonomiskiem aspektiem, darba specifiku, izmantotiem līdzekļiem, materiāliem un iekārtām, darba apstākļiem, pūliņu īpašībām, indikācijām un kontrindikācijām. "Secinājumi tiek ierakstīti tabulās, ko no psiholoģiskā, medicīniskā, pedagoģiskā viedokļa vajadzētu vai nevajadzētu izdarīt. Šādi mēs no analītiskā aspekta nonākam pie noteiktai profesijai atbilstošā personības tipa" (Pedagoģijas vārdnīca, 1979). Galvenais iedvesmas avots **profesionālajam profilam**, profesionālā monogrāfija ir daudz plašāks, detalizētāks un zinātniski precīzāks instruments, kaut arī mazāk pielietots praksē.

Profesionālie profili sintētiski prezentē tos pašus elementus kā monogrāfija, tomēr ir daudz operatīvāki un vieglāk konsultējami (tikai 2-4 lappuses).

Vēl viens **monogrāfiju** saturošs atšķirības elements ir **profesiogramma**, kura ir "normatīvas vērtības zinātnisks dokuments, kas ietver profesijas fizioloģiskās, medicīniskās, psiholoģiskās un sociālās prasības" (Tomșa,

1996), kuras var pastāvēt patstāvīgi kā tabulas vai diagrammas. Profesionālie profili ir daļēji pārņēmuši profesiogrammas (profesionālos un medicīniskos) elementus. Dažas izplatītas monogrāfijas satur **psihogrammas**; tās ir grafiskas rezultātu reprezentācijas, kurus subjekts ieguvis dažādos psihometriskos testos, vai diagrammas ar sadaļām uz skalas par mentālo stāvokli, īpašībām un spējām. Šādi dati neparādās profesionālajā profilā.

Ir jānodala profila saturs no **profesijas standarta** satura, kurš "izsaka kvantitatīvās un kvalitatīvās robežzīmes, lai norādītu uz iespēju apmierinoši izpildīt darba noteiktos uzdevumus, kompetences vienības un elementus, izpildes un novērtēšanas kritērijus. 1999. gadā Rumānijas kvalifikācijas iestādei – Profesiju standartu un novērtēšanas padomei (COSA – *The Council for Occupational Standards and Assessment*) bija misija izveidot jaunu profesionālo kompetenču novērtēšanas un sertificēšanas sistēmu, kas pamatotos uz profesiju standartiem" (Jigău, 2001). COSA uzskata, ka "profesionālā kompetence reprezentē kapacitāti, lai pielietotu, pārnestu un apvienotu zināšanas un prasmes dažādās darba situācijās un vidēs."

Gan profesiju standarti, gan profesionālie profili pārmaiņus veicina **darba apraksta** izveidošanu, kas ir svarīgs darba dokuments, lai detalizēti prezentētu darbinieka uzdevumus ar nolūku nodrošināt viņam optimālus darba apstākļus un darba devējam ieguvumus. Darba apraksts ietver: amata nosaukumu un darba uzdevumus, attiecīgo departamenta nosaukumu, kompetences un pienākumus, prasības attiecībā uz izglītību, pieredzi un nepieciešamās prasmes. Darba apraksts kalpo kā organizatorisks dokuments, kurš ir nepieciešams katram darba ņēmējam, un kā atbalsts darba novērtēšanai.

Metodes prezentācija

Minēto terminoloģisko īpatnību noslēgumā profesionālais profils paliek unikāls instruments, kas ir paredzēts neatliekamai un ātrai konsultēšanai, kura ir pieejama visām klientu kategorijām, karjeras konsultēšanas pakalpojumu saņēmējiem.

Gan Eiropā, gan Amerikā pašreizējā metodoloģija profesionālā profila sastādīšanai pamatojas uz Holanda un Supera (*Holland and Super*) asociētajām teorijām. Pēc Holanda domām uzvedību var saprast, ja indivīds uztver profesionālās intereses un vēlmes kā personības izaugsmes izpausmi. Supers (un vēlāk Barahs/*Bar-rach*) uzskata, ka indivīdi salīdzina savas spējas ar dažādu profesiju prasībām un izvēlas sev vispiemērotāko amatu.

Sākot ar 1995. gadu Rumānija pārņem instrumenta nosaukumu (*profesionālais profils*) un "moderno mikromonogrāfiju" modeli, kuru iesaka Eiropas un starptautiskās institūcijas, ieskaitot Starptautisko darba biroju (*International Labour Office*), kurš nodarbojas ar profesiju detalizētu izstrādāšanu un pārskatīšanu visā pasaulē.

Rumānijā ir izstrādāta Darbu klasifikācija (*Classification of Occupations – COR*), kuru izdod Darba ministrija un Statistikas nacionālais institūts.

Profesionālie profili var saturēt dažādas informācijas kategorijas; Rumānijā izveidotajiem profesionālajiem profiliem ir izstrādāta īpaša struktūra.

- **Darba, amata, profesijas nosaukums.**
- **Darba, amata, profesijas kods** Darbu klasifikācijā (COR) (www.mmssf.ro/website/ro/COR.jsp).
- **Darba, amata, profesijas definīcija** (COR)
- **Darba, amata, profesijas apraksts:** robežzīmju kopums, kas ļauj identificēt amatu, arodu, profesiju: profesijas, galveno aktivitāšu, darba mērķa, galveno līdzekļu, darba rezultāta sintētisks apraksts.
- **Darba saturs:** pašas aktivitātes vispārējs apraksts, konkrēts tēls par to, ko noteikts darbs, amats, profesija reprezentē.
- **Darba rīki/instrumenti:** piezīmes par darba instrumentiem/rīkiem, kurus lieto indivīds, veicot aktivitāti noteiktā profilā.
- **Saistības un pienākumi:** galvenie uzdevumi darba aprakstā.

- **Darba laiks:** informācija par ikdienas aktivitātes ilgumu, īpašībām (pastāvīgs darba laiks, virsstundas, maiņas, dienas, nakts darba laiks utt.).
- **Vide:** vieta, kur norisinās darbība, darba klimats:
 - **administratīvā vide:** organizāciju veidi, kuri piedāvā konkrēto amatu, arodu, profesiju; vieta organizācijas hierarhijā; pakļautība un kontrole; personāls, atbildības un autonomijas līmeņi; paaugstinājuma iespējas;
 - **fiziskā vide:** vieta, kur notiek aktivitāte (rūpnīca, birojs, lauka darbs utt.), grafiks un temps, fiziskās un intelektuālās piepūles pakāpe, toksicitāte, īpaši darba drošības noteikumi;
 - **sociālā vide:** profesionālās attiecības, kādas ir izveidotas ar noteiktām organizāciju vai personu kategorijām (darba komandas biedriem, iekšējiem un ārējiem partneriem, klientiem).
- **Riska situācijas:** briesmu (ja ir) uzskaitījums, kas var apdraudēt darbu (nelaimes gadījumi, tehniski defekti, cilvēku kļūdas).
- **Prasības:** medicīniskās, psiholoģiskās un fiziskās prasības aktivitātes veikšanai. Saistītas ar aktivitātes raksturu, vidi un profesionāliem riskiem, var aprakstīt personīgās īpašības, kādas dotajā amatā, arodā vai profesijā būtu ieteicamas un kādas ne. Medicīniskas vai psiholoģiskas kontraindikācijas ir saistītas ar darbu un attiecas uz fiziskām un psiholoģiskām īpašībām, kas ir trūkumi/risks personai, drošībai darbā, citiem iesaistītajiem cilvēkiem.
- **Spējas:** optimālam darbam nepieciešamās iemaņas. Vērā tiek ņemtas spējas, kuras var novērtēt ar psiholoģisku testu palīdzību: vispārējās mācīšanās spējas, matemātiskās spējas, telpas uztvere, formas uztvere, grāmatvedības spējas, digitālās spējas, manuālās spējas utt.
- **Pārmantojamās spējas:** spējas, kuras sākotnēji praktizētas profesijā un kuras var veiksmīgi izmantot citos kontekstos (piemēram, instrumentu un iekārtas izmantošana, padomu došana, mutisko un rakstisko instrukciju ievērošana, pētnieciskais darbs, informācijas sniegšana un nosūtīšana, informācijas rūpīga izstrādāšana un interpretēšana, informācijas analīze un vērtēšana, darbību un aktivitāšu plānošana un organizēšana, pakalpojumu nodrošināšana, darbs grupā, materiālu un ziņojumu sagatavošana utt.
- **Izglītības un profesionālās prasības:** amatam, arodam vai profesijai nepieciešamie akadēmiskie un profesionālie rādītāji; tos nosaka ar: iestāšanās kvalifikācijām (kvalifikācijas tīklā), diploma veidiem vai mācību sertifikātiem (izraksti no nacionālā reģistra), nepieciešamo zināšanu, iemaņu un attieksmes kategorijām vai atsaucēm uz profesiju standartu, pieredzes līmeni, dalību dažādās profesionālajās asociācijās utt.
- **Arodizglītības plūsmas:** arodizglītības iestādes, sākuma un tālākizglītības, kuras piedāvā nepieciešamo sagatavotību noteiktam darbam, amatam vai profesijai, arodizglītības pastāvošās formas un noteikumi to pieejai, dažādu organizāciju iespējas arodizglītībai pirms vai pēc nodarbinātības.
- **Atalgojums, paaugstinājums, citas priekšrocības:** informācija par atlīdzības diapazonu, vidējie ienākumi, bonusu iespējas (virsstundas, sezonas darbs utt.), citas priekšrocības, raksturīgas konkrētajam darbam, amatam vai profesijai.
- **Amata dinamika darba tirgū:** informācija attiecībā uz darbu, amata vai profesijas vēsturi, izmaiņu ritms un jaunu tehnoloģiju ietekme, tendences attiecībā uz vakanču/aizņemto vietu evolūciju (vietējā, nacionālā līmenī, Eiropā).
- **Profesionālā mobilitāte:** iespējas un tendences attiecībā uz darbu, amatu vai profesiju šādos aspektos: izmaiņas saturā un dinamikā, darba, adreses, valsts maiņa, lai dabūtu vai saglabātu darbu.
- **Radniecīgi darbi, amati vai profesijas:** informācija attiecībā uz profesionālās mobilitātes iespējām. Tiek uzskaitītas radniecīgas profesijas un amati, noteikumi, lai pārietu no vienas profesijas/amata uz citu, ņemot vērā darba satura aspektus (pielāgojoties vai mācoties jaunam darbam, neklātienē izglītība).
- **Specializēšanās:** zināšanu kopums, kas ļauj relatīvi viegli pāriet no vienas specializācijas uz otru. Sevišķa specializācija var savlaicīgi novest līdz nepietiekamai kvalifikācijai vai pārkvalificēšanai. Katram darbam, amatam vai profesijai tiek minēti specializācijas virzieni, aktivitātes, materiāli produkti un specifiskās tehnoloģijas.

- **Papildus informācija:** dati par organizācijām vai darbiem, kas var piedāvāt papildu informāciju par darbu, amatu vai profesiju, tādi kā: informācijas un konsultēšanas centri, starpniecības centri, profesionālās asociācijas, nodarbinātības aģentūras, apmācību nodrošinātāji, esošās profesionālās kvalifikācijas, statistiskie ziņojumi, profesionālo profilu vai monogrāfiju krājumi, video materiāli, multimediji, profesionālo datu bankas, plašsaziņas līdzekļi, uzņēmuma inventārs, gada atskaites utt.

Mērķauditorija

Informācija, ko piedāvā profesionālie profili, ir derīga visiem informācijas, konsultāciju un karjeras atbalsta pakalpojumu saņēmējiem: skolēniem, jebkādas izglītības un mācību ciklu beidzējiem, pieaugušajiem (dažādās darba tirgus situācijās).

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Apakšā redzams profesionālā profila modelis, kurš ir sastādīts saskaņā ar iepriekš aprakstīto metodoloģiju:

KARJERAS ATTĪSTĪBAS ATBALSTA KONSULTANTS^{15*}

Profesijas kods Rumānijas darbu klasifikācijā (*The Classification of Occupations*) (COR): 241208

Definīcija:

Profesija ir grupas 2412 daļa – **Personāla speciālisti un personāla apmācība**. Konsultanti piedāvā administratīvus pakalpojumus, kuri saistīti ar personāla politiku, komplektēšanu vai profesionālu apmācību, darba analīzi un karjeras attīstības atbalstu. Viņi izstrādā profesiju informatīvos materiālus un sniedz konsultācijas cilvēkiem, kuri ir ieinteresēti atrast darbu, karjeras izvēlē, papildu sagatavošanā un apmācībā.

Profesijas apraksts. Darba saturs

Konsultanti piedāvā bezdarbniekiem un cilvēkiem, kas nāk uz nodarbinātības aģentūrām, informāciju par darbu, amatu un profesiju saturiem un prasībām, par darbinieku saistībām un pienākumiem, par darbā izmantotajiem darba rīkiem un instrumentiem, kā arī sagatavotības prasībām. Viņi palīdz cilvēkiem sevi izzināt un pieņemt adekvātus karjeras lēmumus. Konsultanti palīdz cilvēkiem apzināt savas personības stiprās un vājās puses, lai pilnībā izmantotu labvēlīgos faktoros. Tajā pašā laikā viņi māca cilvēkiem, kā sevi pasniegt un piedāvāt iespējamiem darba devējiem, un kopā saskaņo nepieciešamos soļus darba, amata vai profesijas izvēlē, mācībām vai darba iegūšanai, kā arī piedāvā informāciju, lai saņemtu vairāk palīdzības. Konsultanti palīdz rast alternatīvas, lai novērstu nesaderību starp iepriekšējām izvēlēm un pašreizējām karjeras iespējām, ieskaitot tālākizglītību. Viņi sniedz vispārēju padomu menedžmentā, īpaši tiem, kuri vēlas kļūt pašnodarbināti.

Darba rīki/instrumenti

Lai informētu klientus par noteiktos darbos lietojamiem darba rīkiem/instrumentiem, izmanto profesionālās informācijas dažādus līdzekļus (profesionālos failus, plakātus, karjeras ziņas vai citus iepieddarbus, interaktīvas datoru sistēmas, videofilmas). Izmanto arī psiholoģiskās testēšanas instrumentus, lai novērtētu individuālās īpašības attiecībā uz darbu, amatu vai profesiju prasībām, kā arī interešu, vērtību, attieksmes aptauju lapas.

^{15*}Profesionālais profils, kuru sastādīja *Karjeras informācijas un konsultēšanas* projekta darba grupa.

Saistības un pienākumi

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Precīzas, pilnīgas un aktualizētas informācijas sniegšana par darba tirgu klientu interesējošajās nozarēs■ Zināšanu un vērtēšanas veidu izmantošana | <ul style="list-style-type: none">■ Labu komunikācijas prasmju, akurātības un konfidencialitātes nodrošināšana saskarsmē ar cilvēkiem, kuri meklē palīdzību■ Pozitīvas attieksmes attīstīšana cilvēkos, kuriem nepieciešams karjeras attīstības atbalsts, kā profesionālās veiksmes neatņemams nosacījums |
|--|--|

Darba laiks

Piecas dienas nedēļā, 8 stundas dienā, tomēr problēmas komplikētības vai steidzamības gadījumā var būt nepieciešams virsstundu darbs.

Darba vide

Konsultēšana parasti tiek īstenota kabinetā. Taču noteiktas aktivitātes notiek ārpus kabineta, psiholoģiskās testēšanas telpās vai citās institūcijās (kompānijās) kontaktiem vai dokumentēšanai (bibliotēkās). Lai nodrošinātu konfidencialitāti sarunām ar saviem klientiem, konsultanti ir nepieciešams savs kabinets standarta aktivitātēm vai specifiskiem gadījumiem. Konsultanti var strādāt vienatnē vai dažādu speciālistu komandā.

Risks

Konsultanta darbs īstenībā ir bez riskiem; retās reizēs konsultanti var krist par neprognozējamu vai garīgi nelīdzsvarotu klientu verbālas vai fiziskas agresijas upuriem.

Prasības

| | |
|---|--|
| Medicīniskās: <ul style="list-style-type: none">■ veselīgs ķermenis, normāla vispārējā attīstība■ izturība pret nogurumu■ runas orgānu anatomiska un funkcionāla integritāte■ normāls dzirdes asums | Garīgās: <ul style="list-style-type: none">■ augstas intelektuālās spējas, kuras raksturo lieliska analīze un sintēze, domu elastība un kreativitāte■ izteiksmīga un loģiska valoda■ labs uzmanības fokuss un novērošanas spējas■ labs emocionālais balanss un paškontrolē■ saskarsmes spējas■ novērtēšanas un lēmumu pieņemšanas prasmes■ personība: SRE – sabiedriska, reālistiska, uzņēmīga (SRE – <i>Social, Realistic, Enterprising</i>) (Holanda klasifikācija) |
| Fiziskās: <ul style="list-style-type: none">■ runāšana■ klausīšanās■ normāls redzes asums | <ul style="list-style-type: none">■ roku izmantošana■ pirkstu izmantošana■ prasmīga apiešanās ar psiholoģiskās testēšanas instrumentiem un aparāturu |

| Spējas | 1. līmenis (ļoti slikti) | 2. līmenis (slikti) | 3. līmenis (viduvēji) | 4. līmenis (augsti) | 5. līmenis (ļoti augsti) |
|--|-----------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Vispārējās mācīšanās spējas | | | | ✓* | |
| Komunikācijas spējas | | | | | ✓* |
| Rēķināšana | | | ✓ | | |
| Telpas uztvere | | | ✓ | | |
| Formas uztvere | | | ✓ | | |
| Darbs ar dokumentiem (ātra ciparu un vārdu kontrole) | | | | ✓ | |
| Roku-acs koordinācija | | | ✓ | | |
| Digitālās spējas | | | ✓ | | |
| Manuālās spējas | | | ✓ | | |

* svarīgas noteiktam darbam

Pārmantojamās spējas

- testēšanas instrumentu un iekārtas izmantošana;
- padomu došana;
- verbālu un/vai rakstisku norādījumu ievērošana;
- pētnieciskais darbs;
- informācijas sniegšana un nosūtīšana;
- rūpīga izstrādāšana un interpretēšana;
- informācijas analīze un vērtēšana;
- darbību un aktivitāšu plānošana un organizēšana;
- pakalpojumu nodrošināšana;
- darbs grupā;
- materiālu un ziņojumu sagatavošana.

Izglītības un profesionālās sagatavošanas prasības

Izglītība ir **universitātes līmenī**, valsts vai privāta, psiholoģijas, socioloģijas, pedagoģijas fakultātes, sociālais darbs, 3 vai 4 gadu bakalaura grāds un maģistra grāds konsultēšanā.

Arodizglītība

Informāciju par augstākās izglītības iegūšanu konkrētajā nozarē var saņemt žurnālā "FORUM", Izglītības ministrijas interneta mājaslapā (www.edu.ro) un Ploteus datu bāzē (<http://Europe.eu.int/ploteus>).

Atalgojums, paaugstinājums, citas priekšrocības

Atalgojums valsts institūcijās mainās katrā nozarē un patreizējā likumdošanā. Atalgojums ietver: pamatalgu, algas pielikumu noteiktiem darba apstākļiem, prēmijas par izciliem darba rezultātiem, speciālās prēmijas.

Darba vietas tiek aizpildītas konkursa kārtībā saskaņā ar likumu.

Profesijas dinamika darba tirgū

2006. gadā Rumānijas Darba ministrijas sistēmā nodarbinātības aģentūrās tika nodarbināti apmēram 350 konsultanti. Izglītības ministrijas pakļautībā esošajās institūcijās tajā pašā laikā strādāja ap 1350 konsultantu, tie strādāja arī psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centros un birojos. Universitātēs darbojās ap 50 konsultantu. Pavisam visā valstī dažādos konsultēšanas tīklos (izglītība, darbavietas, jaunatne, armija, veselība utt.) strādāja apmēram 1700 praktizējošu konsultantu.

Profesionālā mobilitāte

Darba vietu pieprasījums šajā nozarē pieaug (īpaši skolās un nodarbinātības iestādēs). Tiek lēsts, ka jaunas tehnoloģiskās izmaiņas, paredzētā štatu samazināšana kā privatizācijas procesa sekas nozīmīgi palielinās nodarbinātības aģentūru un nešaubīgi arī informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta konsultantu lomu.

Radniecīgi darbi/amati/profesijas

| | |
|--------|--|
| 241201 | darbaspēka un bezdarbnieku konsultants |
| 241202 | darbaspēka un bezdarbnieku eksperts |
| 241203 | darbaspēka un bezdarbnieku inspektors |
| 241204 | darba drošības inspektors |
| 241205 | arodizglītības instruktors |
| 241206 | darbaspēka un bezdarbnieku referents |
| 241207 | ekspertinstruktors arodizglītībā |
| 241209 | darbaspēka konsultants |
| 241210 | darba tirgus analītiķis |

Papildu informāciju

var iegūt no:

- nodarbinātības aģentūrām (valsts/Bukarestē)
- psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centriem
- informācijas un karjeras attīstības atbalsta centriem universitātēs
- jaunatnes centriem
- privātām profesionālās konsultēšanas kompānijām

vai:

- tiesisko normu krājuma
- specializētiem literatūras sarakstiem

Metodes novērtēšana

Priekšrocības

Profesionālie profili – informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta līdzekļi – dod lielu priekšrocību ar to, ka klienti tiek konsultēti ātri, operatīvi, plašā mērogā. Viņi tiek informēti pieejamā veidā, izmantojot informatīvus materiālus vai skrejlapas, kuras bez maksas var saņemt visās iestādēs, kas sniedz konsultēšanas pakalpojumus vai ir saistītas ar šāda veida iestāžu tīklu.

Trūkumi

Pateicoties dinamikai darba tirgū un sociālo un ekonomisko izmaiņu paātrinātajam tempam, profesionālos profilus ir periodiski jāaktualizē ar informāciju un dažādu profesiju prasībām, kas ir saistīts ar augsti kvalificētu cilvēku resursu pastāvēšanu.

Bibliogrāfija

Career Directions (1994). Ministry of Supply and Services, Canada.

Clasificarea ocupațiilor din România – C.O.R. (2002). Manual pentru utilizatori. București, Editura METEOR PRESS.

Dicționar de orientare școlară și profesională (1996). G. Tomșa, (coord.). București, Editura Afelin.

Dicționar de pedagogie (1979). București, EDP.

Jigău, Mihai (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Salade, D.; Chircev, A. (1971). *Studii de orientare școlară și profesională*. București, EDP.

Tomșa, Gh. (1999). *Orientarea și dezvoltarea carierei la elevi*. București, Casa de Editură și Presă Viața Românească.

www.kappa.ro/idgro/cworld/

<http://www.mmssf.ro/website/ro/legislatie.jsp>

www.svedu.ro/curs/ei/c4.html

Izglītības gadatirgus

Education Fair

Marcela MARCINSCHI CĂLINECI

Psihologiski-pedagoģiskās palīdzības centrs, Bukareste

Vēsture

Gadatirgus jēdziens nav jauns. Taču tas ir vienmēr devis iespēju apmainīties ar informāciju, viedokļiem, veikt mārketingu, tirdzniecību, un dalīties veiksmīgās pieredzēs.

Kas parasti asociējas ar vārdu "gadatirgus"? Visbiežāk jau ar dažādām izstādēm: automašīnu, grāmatu, keramikas, elektronikas, dzīvnieku, patēriņa preču, sporta un atpūtas aprīkojuma, tūrisma pakalpojumu, izglītības un mācību iespēju, biznesa priekšlikumu.

Attiecībā uz karjeras informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta aģentu pakalpojumu piedāvājumu **Izglītības gadatirgus** reprezentē veidus/līdzekļus, kā komunicēt ar klientiem un informēt viņus (skolēnus, studentus, skolotājus, vecākus, izglītības un mācību sniedzējus), iespēju pašnovērtējumam no pakalpojumu saņēmēju puses, karjeras plānošanai un izaugsmei, izpētīt izglītības tirgu. Tajā pašā laikā Izglītības gadatirgus ir veids, kā uzzināt jaunumus, izpētīt, mījiedarboties un, jo īpaši, pārbaudīt efektīvu informācijas vadību, tā kā tā piedāvā ne tikai skolēniem, universitāšu studentiem un pieaugušajiem informāciju, bet arī palīdz viņiem pieņemt lēmumus savas karjeras attīstībā.

Ja līdz šim laikam Izglītības gadatirgus bija izvēle tajā nozīmē, ka tikai tās skolas un universitātes, kuras bija dinamiskākas un vairāk motivētas mēdza organizēt/pedalīties kādā gadatirgū, tad tagad tas ir kļuvis par izglītības mārketinga būtisku jautājumu, tūlītējas iedarbības efektīvu līdzekli, padarot redzamu izglītības iestāžu piedāvājumu un piesaistot jaunus skolēnus un studentus, vēl jo vairāk tas ir svarīgi kopš jaunās paaudzes kļūst mazskaitlīgākas.

Pirms tie sasniedza tādu lielumu, organizācijas līmeni un nozīmi, kādu tie šobrīd bauda karjeras jomā, izglītības gadatirgiem piemita noteiktas iezīmes:

- koncentrēšanās uz specifiskiem sektoriem: kādu mērķa grupu, kādiem tematiem;
- statisks, vienvirziena, līdzīgs tradicionālajām izglītības metodēm;
- informācija tiek pasīvi saņemta, bez dalībnieku iesaistīšanas;
- pastāvēja uzskats, ka dalībnieki var izdarīt tikai dažas izvēles;
- rigiditāte un nosliece uz rutīnu.

Rumānijā nav nekādas lielās tradīcijas Izglītības gadatirgu rīkošanā, un līdz šim tie nav vērtēti kā instruments, lai informētu jauniešus par izglītības alternatīvām un akadēmiskām un profesionālām iespējām. Taču pēdējos gados izglītības gadatirgi ir kļuvuši par modernu izglītības mārketinga līdzekli.

Mūsdienās izglītības gadatirgi ir kļuvuši aizvien "modernāki", tie ir labāk izplānoti, galvenokārt attiecībā uz atbilstību Eiropas izglītības politikai par karjeras attīstības atbalstu un konsultēšanu, kā arī par komplicētu izglītības mārketinga stratēģiju attīstību, kas saistās ar dalībnieku aktīvu iesaistīšanu.

Tiek uzskatīts, ka (noteiktās jomās) informācija pilnīgi mainās ik pa pieciem gadiem. Ja šī tendence turpinātos, skolēni gandrīz vienmēr iegūtu jaunu informāciju, vismaz no elektroniskajiem kanāliem. Tas nozīmē, ka tas, ko viņi iemācīsies šogad, jau nākošgad var būt "novecojis" (Mills, 2002). Šajā kontekstā, nemaz jau nerunājot par

informāciju un efektīvas mācīšanās vadību, profesiju specializāciju, nododamām prasmēm un attieksmēm, ir nepieciešams pārformulēt izglītības gadatirgus un kapitalizēt to iespējas konsultēšanā.

Teorētiskais pamatojums

Kas ir Izglītības gadatirgus?

- Visnozīmīgākā izglītības mārketinga stratēģija, lai darītu sabiedrībai zināmu izglītības un profesionālās apmācības iestāžu piedāvājumu.
- Izglītojošs pasākums, kas no jauna apvieno daudzus resursus, lai sekmētu pieņemt vislabākos ar karjeru saistītos lēmumus.
- Metode, kura paver visdažādākās iespējas profesionālajai izglītībai, lai apmierinātu pastāvošās intereses un resursus.
- Piemērots brīdis izglītības un mācību iestādēm dalīties savā pieredzē un idejās ar dalībniekiem, kā arī iepazīties ar noderīgiem cilvēkiem konferencēs, darba semināros vai prezentācijās.

Izglītības gadatirgi aktivizē atbildības sajūtu lēmumu pieņemšanā un sekmē izdarīt informācijā pamatotu izglītības un karjeras ceļa izvēli. Speciālisti uzskata, ka karjeras konsultēšanā viens no vissvarīgākajiem soļiem ir informācija, kas ir zināšanu sabiedrības, kurā dzīvojam, pamata prasība (*Plant, 2001*). Zināšanas ir atslēga uz personīgo un profesionālo veiksmi. Vienīgi informēts indivīds var pieņemt efektīvus lēmumus saskaņā ar savām iespējām un sociālām un ekonomiskām prasībām.

Informācijas, konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta kvalitāte skolās tiek galvenokārt nodrošināta ar vieglo piekļuvi informācijai. Piemēram, šādos jautājumos kā: izglītības sistēma, brīvās vietas skolās un universitātēs, izvēles kursu iespēja, vidējā atzīme uzņemšanai vidusskolās un universitātēs, noteiktu profesiju prasības un piedāvājums darba tirgū, izglītības iestāžu vēsture, izglītības projekti, vispieprasītāko profesiju situācija, izglītības paketes, noteiktu profesiju praktiskie aspekti utt. (*Jigāu, 2003*).

Galvenais uzdevums konsultēšanas un karjeras attīstības atbalsta pakalpojumos ir attīstīt patstāvību, atbildību un autonomiju attiecībā uz karjeras plānošanu un lēmumu pieņemšanu. Tādējādi ne tikai spējas, bet arī informācija par sevi pašu, pārējiem, izglītības piedāvājumiem, darba vietām, darba tirgu, problēmu risināšanu, veiksmīgiem biznesa sektoriem, personīgo mārketingu un karjeras panākumiem ir pilnīgi nepieciešama.

Informācija par karjeru un pašizziņu reprezentē būtisko aspektu konfigurāciju karjeras izvēlē un vadībā. Izglītības tirgos dalībnieki iegūst informāciju par karjeras jautājumiem, tomēr liela nozīme ir arī interesēm, vērtībām, spējām, personīgai attieksmei, svarīgu cilvēku (vecāku, draugu utt.) cerībām, ģimenes tradīcijām (*Bāban, 2001*).

Izglītības gadatirgi ir ļoti vērtīgs un bagāts informācijas avots par noteiktā laikā un vietā piedāvātajām izglītības un ar karjeru saistītajām programmām, tā, lai skolēni un studenti varētu pieņemt pareizus lēmumus, pilnīgi apzinoties visus apstākļus.

“Informācijas izmantošana lēmumu pieņemšanā iepriekš paredz veselu virkni procesu: saņemšana, atšifrēšana, interpretēšana, secības ievērošana, lietderīgums, riski, izmaksas un datu nozīme pašam” (*Jigāu, 2003*). No šīs perspektīvas Izglītības gadatirgum vajadzētu piemērot savu piedāvājumu tā, lai tas nebūtu vienīgi faktsaraksts, “līdzīgi muzejam”, bet būtu pievilcīgs, interaktīvs, lai apmierinātu dažādas personīgās īpašības, mācīšanās stilus, izglītības un profesionālās intereses.

Gadiem ejot, izglītības gadatirgi ir kļuvuši populāri, daudz lietderīgāki un gaidīti, kā drošs veids informācijas iegūšanai, savas izglītības un apmācības ieguldīšanai. Pastāvīgi mainīgais izglītības un darba tirgus liek skolēniem un studentiem meklēt, iesaistīties, aktualizēt informāciju, lai pielāgotu savu profilu akadēmiskajām un profesionālajām prasībām, lai būtu sekmīgi skolā un karjerā.

Izglītības gadatirgi ir svarīga iespēja sekmīgas informācijas vadības praktizēšanai, kura tiek nostiprināta ar sociālām un emocionālām spējām, komunikācijas prasmēm, specializētām zināšanām un panākumu gūšanai nepieciešamām īpašībām.

Karjeras veidošana ir kā kāpšana kalnā. Pašā pamatnē ir ļoti skaidra informācija par izglītību un darbu, par lomām un sevi pašu, saskaņā ar strukturēto karjeras teoriju (Law, 2000). Autors identificē 7 nozīmīgus elementus karjeras attīstības atbalstā un konsultēšanā: mērķu nospraūšana, draudzīgas mācību vides izveidošana, informācijas vākšana un nodošana, vajadzību noteikšana, panākumu apkopošana, savu nākotnes plānu noskaidrošana (Law and Bedford, 2000). Ir aspekti, kuri var paplašināt jēdzienu "process", kuru lieto izglītības gadatirgu organizēšanā: standu un aktivitāšu kvalitāte, klimats, attiecības starp ekspozitoru un dalībniekiem, sagatavošana un motivācija, vērtēšanas līdzekļi utt.

Metodes prezentācija

Kā organizēt izglītības gadatirgu?

- Organizatori sastāda gadatirgus programmu kopā ar organizēšanas partneriem 5-6 mēnešus iepriekš, vienojas par pasākuma logo, nodrukā plakātus, skrejlapas vai citus pievilcīgus reklāmas elementus (T-krekļus, krūzes, pildspalvas, cepurītes, atklātnes, mugursomas, vizītkartes, grāmatzīmes, atslēgu piekariņus utt.)
- Organizatori sazinās ar ekspozitoriem un pārrunā programmu, piedalīšanās noteikumus (ar mediju, interneta palīdzību), nosūta reģistrācijas veidlapu, datus par stenda izmēriem un dalības maksu. Pēc tam tiek sastādīts katalogs (piemēram, Bukarestes Universitāte 2005. gada maijā Izglītības gadatirgū reklamēja izstādes dalībniekiem kultūras un izklaides žurnālu "7 vakari"), izgatavots CD-ROM ar eksponētāju sarakstu, pievienojot par katru īsu aprakstu.
- Ekspozitori sakārto standus (svarīga ir oriģinalitāte, prezentējot visbūtiskāko informāciju, speciālās prezentācijas, izglītības materiālus un produktus).
- Ekspozitori izzina, vai pasākumā ir pieejami citi reklamēšanas aprīkojumi, tādi kā reklāmas materiālu izstādīšana pie ieejas.
- Skolas, vidusskolas, universitātes, citas iestādes (tipogrāfijas, izglītības materiālu, skolu un biroju rakstāmpiederumu ražotāji, formas tērpu ražotāji, tūrisma aģentūras utt.) prezentē savu piedāvājumu (ar skolotāju, skolēnu, vecāku, vadības, brīvprātīgo palīdzību).
- Plašsaziņas līdzekļu pārstāvji, izglītības vadošās amatpersonas, sabiedrība piedalās preses konferencē, lai oficiāli atklātu izglītības gadatirgu.
- Organizētāji un eksponētāji piedāvā speciālas programmas par brīvu vai par samaksu: konferences, darba seminārus par karjeras tēmām, lekcijas, ieteikumus mērķa grupām, apaļā galda debates, "dzīvu" karjeras konsultēšanas pakalpojumu, tiekoties ar speciālistiem, personificētas programmas, grāmatu apskati, viesus un veiksmīgas pieredzes, seminārus, konkursus ar balvām (piemēram, dienas pavadīšana ar vidusskolas vadību, grāmatu vai rakstāmpiederumu grozs, specializētu institūciju piedāvāts mācību kurss: komunikācija un līderisms, ar karjeru saistītu lēmumu pieņemšana, personīgais mārketingss utt.), kokteiļi utt.
- Eksponētāju mērķis ir piesaistīt apmeklētājus savam stendam, uzsākot sarunu par piedāvāto pakalpojumu. Viņu metodēm jābūt daudzveidīgām un oriģinālām: piemēram, piedāvāt dāvanīgas ar skolas logo un talismanus, organizatoriskus kultūras elementus, PowerPoint prezentācijas, pat konfektes, uztaisīt frizūras vai uzaicināt uz glāzi minerālūdens vai pašu skolēnu ceptu kūkas gabalu.
- Eksponētāji apmeklē gadatirgu pirms tā atklāšanas, lai pārlicinātos par aprīkojuma funkcionēšanu, apskata kaimiņu standus un apzinās konkurentus, nosaka apmeklētāju tipu. Nedrīkst par zemu novērtēt to, ka galvenais mērķis dalībai gadatirgū ir satikt pēc iespējas vairāk potenciālo klientu/nākotnes skolēnu vai studentu. Par kvantitatīvo rādītāju kalpo personu skaits, ar kuriem ir runāts dienas pirmajā pusē. Par kvalitatīvo rādītāju kalpo rakstisks apmeklētāja viedoklis par apspriežamo stendu. Šo apmeklētāju kontaktdati tiek ierakstīti speciālā grāmatā ar atļauju, kas ir svarīgi uzskaitēi.
- Tiek meklēti sponsori, lai līdzīgus pasākumus organizētu nākotnē.
- Par vērtēšanu atbildīgie cilvēki izdala aptaujas anketas, organizē darba grupas, sintezē rezultātus, apspriež gadatirgus statistiskos datus un veic tālākos pētījumus.

- Organizatori un brīvprātīgie sastāda un publicē gadatirgus informatīvo izdevumu vai pasākuma dienasgrāmatu.

9 virzieni izglītības gadatirgus organizēšanā, līdzīgi tiem, kas atrodami mācīšanās un konsultēšanā, un kuri ietekmē gadatirgus galveno spēlētāju izvēli (Stoll; Fink, 1996):

- kopējs un skaidrs mērķis – “mēs zinām, kur mēs gribam nokļūt”;
- atbildība par panākumiem – “mums jāuzvar”;
- komandas gars – “mēs to paveiksim kopā”;
- mūžizglītošanās – “mēs visi vienmēr mācāmies”;
- riski – “mēs iemācāmies ko jaunu”;
- atbalsts – “mēs vienmēr varam paļauties uz kāda palīdzību”;
- savstarpēja cieņa – “katrs no mums ir nozīmīgs”;
- atvērtība – “mēs pieņemam atšķirības”;
- svētki, izpriecas un jautrība – “mēs esam vērti, un mums kopā ir jautri”.

Rumānijā pirms universitātes konsultēšanā valsts psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centri ir atbildīgi par organizēšanu un/vai piedalīšanos izglītības gadatirgos sadarbībā ar Skolu inspekciju, vietējām kopienām, nevalstiskām organizācijām un citiem. Augstākajā izglītībā par šī uzdevuma izpildi atbild Informācijas un karjeras attīstības atbalsta centri.

Valsts un privātās institūcijas ar attiecīgu mērķauditoriju ir gaidītas.

Kas ir izglītības gadatirgu **panākumu rādītāji**?

Gadatirgus statistiku veic ar kvantitatīvu un kvalitatīvu pētījumu metodēm: aptaujas, darbs grupās, intervijas, novērojumi, dokumentu analīze. Tiek pētīts šāds datu viensums:

- eksponētāju skaits;
- apmeklētāju skaits;
- apmeklētāju profils;
- mēdiju klātbūtne;
- sponsori;
- goda viesi;
- eksponētāja kvalitāte/apmeklētāja apmierinātība ar:
 - tādu gadatirgus organizāciju, kas atbilst dalībnieku mērķiem un vajadzībām,
 - mērķa grupas līdzdalību labiekārtotā vidē un drošā, izglītojošā atmosfērā,
 - atbalstu pašnovērtēšanai, vērtību noskaidrošanai, lēmumu pieņemšanai attiecībā uz izglītības un karjeras attīstības alternatīvām,
 - statistisko datu iegūšanu gadatirgū (piemēram, starptautiskais gadatirgus “Izglītība 2005”: “73 % ekspozitoru novērtēja apmeklētāju kvalitāti kā labu un izcilu, 78 % ekspozitoru uzskata, ka ir piepildījusies lielākā daļa cerību, 85 % raksturo gadatirgu kā nozīmīgu, labi organizētu, teicami reklamētu, 87 % paziņo, ka atnāks pakal nākošajam izdevumam);
- atklāšanas ceremonija: preses konference, viesi;
- aktivitāšu veidi;
- izstādes, paralēli tirdziņi: speciālā literatūra, biroja rakstāmpiederumi, aprīkojums, darba festivāli (karjeras iespējas);

- pasākumi: izglītojoši semināri, prezentācijas, konferences, darba semināri, lekcijas, konkursi, sporta spēles, teātris, apspriedes, kokteiļi utt.

Ko piedāvā izglītības gadatirgus?

1. Izglītībā

- Informāciju par izglītību un apmācības programmas, kuras piedāvā vidusskolas, profesionālās izglītības iestādes, koledžas, universitātes un citas mācību iestādes.
- Informāciju par brīvo vietu skaitu mācību un profesionālās apmācības iestādēs.
- Tendences, kādas pastāv skolu tīkla tirgū, izglītības iespējām, profesionālajā izglītībā un to, kā tās var ietekmēt izglītības un profesionālo lēmumu pieņemšanu.
- Informāciju par izglītības virzieniem dažādās mācību iestādēs:
 - skolas nosaukums, pasta adrese, telefons un fakss, e-pasts, interneta mājaslapa, kontaktpersonas (sekretāre, direktors);
 - skolu tipi reģionā;
 - izglītības iestāžu profili un specializācija, citas izglītības programmas;
 - uzņemšanas noteikumi, mācības, telpas un tehniskais aprīkojums;
 - mācību kvalitāte (rezultātu statistika valsts vērtējumos, darbā iestājušos absolventu skaits, projekti);
 - transporta veids utt.
- Piedāvājumu salīdzinošu izpēti: vietu, klašu, mācību profilu, novirzienu skaits vietējā līmenī.
- iespējas mācībām Eiropā: stipendijas, novirzieni, apmaiņas, mobilitātes programmas.

2. Attiecībā uz darba tirgu

- Darba tirgus un ekonomikas vispārējais stāvoklis: statistika, tendences.
- Darba struktūra: darba apraksts, amata vieta organizācijas hierarhijā, profesionālais profils.
- Starpnieku pakalpojumi.
- Karjeras attīstības atbalsts, informācija un konsultēšana.
- Informācija par specializētiem materiāliem (mācību grāmatas, dienasgrāmatas, lekciju krājumi).
- Manifestācijas, kas nodrošina tiešu kontaktu atlasei un uzņemšanai, kuru nosaka piedāvājums un pieprasījums (*Curriculum Vitae*, interviju simulācijas, tikšanās ar darba devējiem).
- Pieprasījuma/piedāvājuma prezentācija nepārtrauktā izglītībā un apmācībā:
 - informācija par programmām ar ārēju finansējumu cilvēkresursu attīstība;
 - vietējā, reģionālā, nacionālā darba tirgus piedāvājums; nacionālā un Eiropas likumdošana;
 - prezentācija par darba iespējām un apstākļiem Eiropas tirgū.

Mērķauditorija

Personas

- Skolēni, augstskolu studenti, absolventi.
- Skolu konsultanti, karjeras konsultanti.
- Skolotāji, administratīvais personāls.

- Vecāki, radinieki, sabiedrība (darba ņēmēji, bezdarbnieki utt.).
- Valsts un privāto mācību iestāžu izglītības vadītāji.

Institūcijas

- Bērnudārzi, vidusskolas, profesionālās izglītības iestādes, humanitārās vidusskolas, tehniskās vidusskolas, koledžas, universitātes, citas valsts un privātās izglītības un apmācības iestādes.
- Eiropas Komisija, ministrijas, vēstniecības.
- Vietējā kopiena un pārvalde.
- Izglītības zinātņu institūts.
- Skolotāju kvalifikācijas celšanas pārvalde, Skolu inspekcija.
- Mediji, nevalstiskās organizācijas, kuras vada apmācības programmas.
- Tipogrāfijas (pedagoģiskas, multimediju), grāmatveikali.
- Programmatūras, interneta, IT nodrošinātāji, izglītības portālu administratori.
- Izglītības preču piegādātāji (mēbeles, formas tērpi, arhitektūra utt.)
- Pakalpojumi (tūrisma aģentūras, bankas, apdrošināšanas kompānijas, ārpusklases aģenti, rakstāmlietu ražotāji, didaktisko materiālu un aprīkojuma ražotāji utt.).
- Izklaides aģentūras (teātra lugas, sacensības, deju konkursi, sarīkojumu organizētāji utt.).

Apmeklētāja profils:

- informācijas meklēšana, lai pieņemtu pamatotus lēmumus par izglītību un profesiju;
- motivēts individuālo piedāvājumu izpētei un līdzdalībai gadatirgus pasākumos;
- orientēts mācībām un aizrāvies ar noteiktu darbības jomu;
- atvērts un elastīgs jaunām tendencēm izglītībā un karjeras konsultēšanā (piemēram, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas, Eiropas CV, Europass instrumenti);
- ar labu uzvedību.

Piemēri, situācijas analīze, vingrinājumi

Apmeklētāja padomdevējs izglītības gadatirgum

- Izvēlies atbilstošu apģērbu, lai justos ērti.
- Iedali sev pietiekami daudz laika apmeklējumiem.
- Pirms gadatirgus apmeklējuma sastādi sarakstu ar tevi interesējošo informāciju.
- Apmeklē gadatirgu kopā ar dažiem draugiem, klasesbiedriem, studiju biedriem vai vecākiem.
- Iejūties gadatirgus atmosfērā.
- Apmeklē visus standus, uzdod jautājumus, lūdz vairāk paskaidrot un pieraksti galvenās idejas savā personīgajā darbakārtībā.
- Atlasi, tavuprāt, labākās skolas, vidusskolas un universitātes (pētījumi liecina, ka 25 % apmeklētāju meklē gadatirgū konkrētas organizācijas – Barbu, 2005).
- Jautāts "Ko tu vēlies uzzināt?", esi gatavs isi sevi prezentēt.

- Paņem bezmaksas materiālus, lai izskatītu tos savā brīvajā laikā: skrejlapas, plakātus, vizītkartes utt. ko piedāvā iestādes tevi interesējošajā izglītības un profesionālajā sfērā.
- Sagatavo aktualizētu autobiogrāfiju (*Curriculum Vitae*). Tu vari satikt darba devēju.

1. vingrinājums. Viena diena izglītības gadatirgū

Iztēlojies vienu dienu izglītības gadatirgū. Uzraksti eseju, kas sastāv no 500 vārdiem, par to, kādu tu to iedomājies. Pēc tam apmeklē to un novērtē:

- stendu kvalitāti (estētika, piedāvāto materiālu skaits un vērtība);
- cik labi sagatavoti un pretimnākoši ir pārstāvji pie stendiem, atbildot uz apmeklētāju jautājumiem;
- prezentāciju un reklāmas daudzveidība;
- piedāvāto pasākumu programma un specifiskums;
- apmierinātības pakāpe un dalībnieku uzvedība;
- organizācijas and institūcijas, kuras piedalās notikumos utt.

Pamatojoties uz veikto pētījumu, pārraksti eseju par gadatirgu. Kas ir līdzīgs un atšķirīgs starp abām esejām? Izsaki savas domas par gadatirgus apmeklēšanas svarīgumu. Savāktu informāciju var ievietot skolēnu izveidotā informatīvā ziņu izdevumā. Uzdevumu var veikt individuāli vai komandās. Pārmaiņus organizējiet gadatirgu klasē, ievērojiet augšā uzskaitīto datu vienumu. Analizē preses fragmentus (prezentēti apakšā) par gadatirgiem.

2. vingrinājums. Vēlamās profesijas analīze

Padomā par trim profesijām, kuras tev patiktu. Izvēlies no tām sev visnozīmīgāko. Izpēti tās profesionālo profilu. Apmeklē izglītības tirgu, lai iegūtu pēc iespējas vairāk informācijas, un atbildi uz šādiem jautājumiem.

- Pa kādu izglītības ceļu tev jāiet?
- Kādam nozarei pieder tava izvēlēta profesija? Kādi tajā ir novirzieni?
- Kādas ir pašreizējās tendences šajā nozarē?
- Kādas iemaņas tev ir nepieciešamas un ir jāattīsta?
- Kādi uzdevumi un pienākumi ir norādīti darba aprakstā?
- Kādām īpašībām jāpiemīt, lai gūtu panākumus šajā profesijā?
- Vai izvēlēta profesija apmierina personīgās un profesionālās izaugsmes vajadzības?
- Kas tev patik izvēlētajā profesijā, un ko tā tev piedāvā?

3. vingrinājums. Mana vizītkarte

Izgatavo oriģinālu vizītkarti, kura tevi prezentē šādās pozīcijās:

- gadatirgus organizators;
- stenda pārstāvis;
- izglītības iestādes pārstāvis utt.

4. vingrinājums. Aizpildi izglītības gadatirgus reģistrācijas lapu

IZGLĪTĪBAS GADATIRGUS

Bukareste, 2005. gada 13.-15. maijs

Bukarestes Universitāte, Juridiskā fakultāte

REĢISTRĀCIJAS LAPA

Reģistrācijas gala termiņš: 2005. gada 18. aprīlis

1. Ekspozētāja nosaukums: Bukarestes Municipālā skolu inspekcija/Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centrs

2. Darbības lauks: skolu konsultēšana, karjeras konsultēšana

- Studentu asociācija
- Bibliotēka
- Pētniecības centrs
- Tipogrāfija
- Skola
- Kultūras iestāde
- Mediju institūcija
- Nevalstiska organizācija

3. Pilna adrese

Tālrunis/fakss E-pasts:

Kontaktpersona:

Lūdzam iekļaut mūs izglītības gadatirgus 2005 dalībnieku katalogā

4. Ekspozētāja piedāvājums¹⁶: ekspozētāji tiek aicināti piedāvāt šādus pasākumus: grāmatu apskati, konferences, apaļā galda sarunas, produktu un pakalpojumu prezentācijas, demonstrācijas, konkursi, mākslinieciskus priekšnesumus vai citas manifestācijas saskaņā ar gadatirgus profilu.

4.1 Datums un laiks: Pasākuma veids:

Viesi: Prasības organizētājiem:

4.2 Datums un laiks: Pasākuma veids:

Viesi: Prasības organizētājiem:

5. Prezentācija dalībnieku katalogā (maksimums 50 vārdi):

.....
.....

Likumīgā pārstāvja paraksts un iestādes zīmogs:

¹⁶ Avots: Bukarestes Universitāte, Informācijas, karjeras attīstības atbalsta un profesionālās konsultēšanas centrs

Kā Izglītības gadatirgi parādās plašsaziņas līdzekļos? (fragmenti no rakstveida preses)

- **“Pēdējos gados Izglītības gadatirgus Rumānijas pilsētā Cluj-Napoca ir bijusi konstanta balva.** Trešdienā, 2003. gada 9. aprīlis, ... ir Izglītības gadatirgus “Universitāte mājās” debija. Gadatirgus notiks Turdas pilsētā, lai pēdējo klašu vidusskolēni iepazītos ar Cluj universitāšu izglītības piedāvājumu un saņemtu informāciju par uzņemšanas noteikumiem fakultātēs tieši no to pārstāvjiem” (Avots: www.iscj.ro/comunicate).
- “Nozīmīgākās izvēles laiks. **Izglītības gadatirgus “Karjera 2001”** nāk vidusskolēniem palīgā. Humanitārā vidusskola “Gh. Asachi” pagājušās dažās dienās tika piepildīta ar reklāmas plakātiem, datoriem, televizoriem, skolēniem, skolotājiem. Organizētāji – Skolu inspekcija, Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centrs un Skolotāju kvalifikācijas celšanas administrācija. Gadatirgus mērķis ir orientēt 8. klases skolēnus. Izglītības gadatirgum ir vairākas stadijas. Pirmajā stadijā klašu audzinātāji apsprieda karjeras attīstības atbalsta jautājumus ar skolēniem, pēc tam Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centrs izsniedza šiem skolēniem aptaujas lapas par karjeras attīstības atbalstu. Aptaujas rezultāti parādīja, ka gandrīz puse no skolēniem vēl nav izlēmuši, uz kādu skolu viņi vēlētos pāriet” (Avots: Psiholoģiski-pedagoģiskās palīdzības centrs, Galați).
- **“Izglītības gadatirgus Nacionālajā Bērnu pili:** Kultūras un izglītības pasākumi, prezentāciju stendi, projektu rezultāti un labā pieredze, apmaiņas, darba semināri, simpoziji, grāmatu izstādes, profesionālie konkursi. Veselu nedēļu, no 10:00 līdz 18:00, skolēni un vecāki var visu uzzināt par brīvajām vietām 9. klasēs, novirzieniem, ārpuskolas pasākumiem, kurus piedāvā Bukarestes vidusskolas, vasaras nometnēm utt. ... tika izveidoti apmēram 150 stendi, kur savus piedāvājumus prezentēja 105 vidusskolas, Skolu nometņu un tūrisma nacionālā aģentūra utt.” (Avots: www.ismb.edu.ro).
- **“Piektajam gadatirgus izdevumam,** 2004. gada 7.-9. maijs, izdevās piesaistīt gandrīz 32 000 apmeklētāju, kuri bija ieinteresēti Bukarestes Universitātes izglītības piedāvājumā, tajā savu ieguldījumu deva: 29 tipogrāfijas, kultūras institūti, mediju līdzdalība, Atvērto durvju dienas Universitātē”; no 3.-9. maijam 19 fakultātes, katedžas un departamenti piedalījās debatēs par brīvprātīgo darbu, darba semināros, jaunu profesionālo iespēju prezentācijā, roka, klasiskās mūzikas, tautasdziesmu koncertos utt., iepazīs ar Bukarestes Universitātes izglītības piedāvājumu 2005.-2006. mācību gadam” (Avots: www.unibuc.ro).
- “Karjeras arēnas ir pirmie jauno profesionāļu karjeras gadatirgi, kuri tika organizēti ar privātā sektora līdzdalību, kuru mērķis – profesionalizēt un palielināt šādu pasākumu veida nozīmību, kurus šobrīd organizē tikai nevalstiskas organizācijas vai nodarbinātības aģentūras. Ar devīzi “Vairāk nekā tikai darbs. KARJERA” pasākums apvieno **45 lielus un vidējus uzņēmumus un vairāk nekā 3 000 jaunu profesionāļu,** tādējādi risinot kompāniju komplektēšanas un ražotāja zīmola vajadzības, ņemot vērā visdinamiskāko segmentu – jaunos profesionāļus. Pils zāle (The Palace Hall), 2005. gada 26.-27. oktobris” (Avots: www.hotnews.ro/articol_34703, www.careerexperts.ro, www.iqads.ro/stire_1325.html).

Metodes novērtēšana

Izglītības gadatirgi ir galvenie karjeras attīstības atbalsta un konsultēšanas līdzekļi, tāpēc ka tie piedāvā “reālu iespēju pietuvoties savai izglītības un profesionālajai nākotnei ar pieeju ticamai un mūsdienīgai informācijai par izglītības un darba tirgiem un tām iespējām, ko tie piedāvā.” (www.ecareer.ro).

Priekšrocības:

- izglītojošs pasākums, disponēts uz prezentācijām;
- dinamisks un uz klientu vajadzībām vērsts, lai izceltu izglītības un mācību piedāvājumus;
- uzsvērta produktu kvalitāte (“resursu telpa”), kā arī piedāvātie pakalpojumi;
- stimulē profesionālās identitātes attīstību un skolēnu sagatavošanos karjerai;
- uzrunā plašu auditoriju, ne tikai skolu jauniešus;
- tūlītēja un aktualizēta informācija par izglītības, un karjeras izaugsmes iespējām kā pamats lēmumu pieņemšanai;

- dalībnieki tiek iesaistīti vērojumos, diskusijās, eksponēto materiālu iepazīšanā, informācijas izpētē un organizēšanā;
- stipras saites ar darba gadatirgiem, svarīgs solis karjeras izvēlē (izglītības gadatirgi ietver arī darba seminārus, konferences, festivālus, intervijas, simulācijas, tikšanās ar darba devējiem, kompāniju prezentācijas, karjeras darbnīcas);
- veicina tiešu kontaktu ar vadošajiem cilvēkiem izglītības jomā.

Trūkumi:

- informācijas daudzums gadījumā, ja nav pietiekami sistematizēta un vienlaikus piedāvāta dalībniekiem, kuri nespēj to izvērtēt un pieņemt lēmumus;
- laukietilpīga organizēšana;
- dažādu eksponētāju profilu stendi;
- pārsvarā organizēti reģionālā un nacionālā līmenī;
- ievērojamas organizēšanas izmaksas izstāžu materiāla nodrošināšanā, skrejlapu iespiešanā.

Bibliogrāfija

Consiliere educațională (2001). A. Băban, (coord.). Cluj Napoca, Editura Imprimeria Ardealul.

Consilierea carierei adulților (2003). M. Jigău, (coord.). București, Editura Afir.

Frankland, A.; Sanders, P. (1999). *Next Steps in counselling*. Trowbridge, Wilts, UK, Editura PCCS Books Ltd, Llangarron Ross-on-Wye, Redwood Books

Hough, M. (1998). *Counselling Skills and Theory*. Tottenham, Hodder and Stoughton

Jigău, M. (2001). *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.

Kottman, M. (1995). *Guidance and Counselling in the Elementary and Middle Schools. A Practical Approach*. Madison, Wisconsin, Dubuque, Iowa, Brown Communications, Inc.

Sanders, P. (1999). *First steps in counselling*. Trowbridge, Wilts, UK, Editura PCCS Books Ltd, Llangarron Ross-on-Wye, Redwood Books.

Tomșa, G. (1999). *Consilierea și orientarea în școală*. București, Casa de Editură Viața Românească.

Watts, A. G.; Law, B.; Killeen, J.; Kidd, Jennifer; Hawthorn, Ruth (1996). *Rethinking Careers Education and Guidance*. London and NY: Routledge, Taylor and Francis Group.

<http://edukacja.mtp.pl> (*International Education Fair, Poland*)

<http://iceberg.1educat.ro> (*The First Site of Educational Offers, Romania*)

www.careers-for-life.co.uk (*Information on education and career, England*)

www.ecareer.ro (*Career fair for young professionals and dynamic companies*).

www.Europertners.gr (*International Education Fair, Greece*)

www.gaudeamus.ro (*The Education Fair, Romania*)

Darba klubs

Job Club

Luminita Danes

National Agency for Employment, Bucharest

Vēsture

Depresijas perioda laikā ASV darba aģenti sāka sistematizēt savas aktivitātes Ceturtdienu nakts klubā (*Thursday Night Club*), Cilvēku mārketinga grupā (*Man Marketing Group*) un vēlāk arī Darba klubā (*Job Club*).

1970.-os gados Savienoto Valstu nacionālais aizsardzības departaments saskārās ar nozīmīgu problēmu, kas nebija attiecināma ne uz bruņotu konfliktu, ne stratēģiju. Vjetnamas kara beigās tūkstošiem karavīru atgriezās no frontes pilsoniskā sabiedrībā. Daudzi no tiem bija guvuši kara ievainojumus un nebija vēl gatavi atsākt strādāt, tāpat kā viņu spējas un kaujas lauka iemaņas nebija ieteikumi, ko sagaida civilās profesijas.

Lai šie karavīri ātrāk atgūtu spēkus un dabūtu viņu iepriekšējos darbus vai atrastu viņiem jaunas darba vietas, Savienoto Valstu valdība meklēja palīdzību pie eksperimentālās un industriālās psiholoģijas ekspertiem biheivioristiem – Dr. Nātana Azrina (*Dr. Nathan Azrin*) un Viktorijas Bezalelas (*Victoria Besalel*). Viņi izstrādāja jaunu koncepciju: Darba klubs, grupas modelis, kas cilvēkiem, kuri vēlas atsākt savas profesionālās aktivitātes, nodrošina nepieciešamo palīdzību. Balstoties uz Azrina modeļa bāzes, daudzi Darba kluba modeļi tika izstrādāti ar citām formām un nosaukumiem (Darba meklētāju klubs, Profesionālās attīstības programma).

Teorētiskais pamatojums

Azrina Darba klubs piedāvā vairāk nekā profesionālās konsultācijas; tā ir teorija, kas apvienota ar praktisku darba meklēšanu. Rūpīgi strukturētās Azrina metodes mērķis ir palīdzēt gūt panākumus darba meklējumos.

Atšķirībā no citiem, mazāk strukturētiem vai vadītiem Darba klubiem, Azrina modelis iepazīstina ar darbinieku atlases kritērijiem. Tādējādi tikai klienti, kuriem ir skaidrs redzējums par savām profesionālām iespējām (kāds darbs viņiem piemērotāks), tiks iekļauti programmā. Saskaņā ar Azrina teoriju, Darba kluba veiksmes panākumi palielinās, ja:

- Dalībniekiem ir skaidrs mērķis: meklējot konkrētu darba veidu (viņi spēj to aprakstīt);
- Dalībnieki labi apzinās savu potenciālu, resursus (dotības, prasmes, intereses); autors uzskata, ka Darba kluba dalībniekiem ir jābūt spējīgiem uzskaitīt vismaz piecas savas prasmes/spējas vai kompetences, kas viņiem palīdzētu atrast, iegūt un palikt kārotajā darbā;
- Dalībniekiem ir skaidra informācija par uzņēmumiem, ar kuriem viņiem vajadzētu sazināties;
- Dalībnieki mēģinājumus atrast darbu sāk ar konkrētu modeli (darba plānu).

Tikko kā ir izvirzīts mērķis, dalībnieki darba atrašanai var mācīties izmantot neskaitāmus instrumentus un tehnikas: sastādot profesionālo lietu, apmeklējot intervijas (simulācijas), analizējot darbus, analizējot uzņēmumus, kas darbojas interesējošajā laucīnā, novērtējot zināšanas, intereses un spējas, utt.

Metodes nolūks ir ne tikai vadīt un atbalstīt dalībniekus viņu darbu meklējumos, bet arī palīdzēt viņiem *atrast un noturēties darbā, kur viņi var izpausties un izmantot savu potenciālu, gūstot gandarījumu un gaidīto darba rezultātu*. Pretējā gadījumā viņi atkal drīz būtu bezdarbnieki.

Metodes prezentācija

Darba klubs ir praktisks, aktīvs, modelis ar pieredzes apmaiņu, kur dalībnieki, saņemot atbalstu tiešā Darba kluba līderu uzraudzībā, atklāj un attīsta savas dotības, kompetences un spējas, pamatojoties uz izvēlēta amata prasībām.

Darba klubs orientējas uz maksimālu dalībnieku neatkarību, palīdzot viņiem apzināties savu dotību resursus, lietot un attīstīt tos, kā arī apgūt efektīvas darba meklēšanas metodes un pārrunu paņēmienus ar potenciāliem darba devējiem.

Laiku pa laikam darbojoties ar citiem nosaukumiem, Darba kluba paņēmieni dalībniekiem dod iespēju izveidot un attīstīt savu kontaktu loku, vienlaikus darbojoties kā **atbalsta grupa**, kad daudz sarežģītu un/vai pārāk sarežģītu apstākļu rada vilšanos, kas var novest pie novēršanās no mērķu sasniegšanas vai to atlikšanas uz vēlāku laiku. Lai pārvarētu šādas situācijas, dalībnieki mācās sadarbības stratēģiju (Fridenberga, 2004).

Darba klubam ir bināra struktūra, kombinējot teorētiskās mācības, kurās tiek pielietotas darba meklējumu stratēģijas (interesu, prasmju un vajadzību novērtējums, sniedzot nepieciešamo informāciju u.c.) ar praktiskajām nodarbībām darbā pieteikšanās prasmju attīstībai (intervijas simulācija, kontaktēšanās ar uzņēmumu pa telefonu, tikšanās sarunāšanai, uzraudzība un atgriezeniskā saite).

Ieteikumi Darba kluba veidošanai

Struktūra

Darba klubs var būt strukturēts kā viendabīga grupa (piemēram, personas, kas vēlas atsākt strādāt pēc tam, kas kādu laiku ir pavadījuši mājās, tam var būt dažādi iemesli, personas, kuras štatu samazināšanas rezultātā ir zaudējuši darbu, jaunie absolventi u.c.) vai kā heterogēna grupa, kas sastāv no dažādās situācijās nokļuvušiem indivīdiem, kuru unikālā vienojošā īpašība ir nepieciešamība un vēlme atrast darbu.

Tomēr izpēte norāda uz heterogēno grupu priekšrocībām, atklājot, ka maksimālā grupas efektivitāte ir nosacīta, izceļot dalībnieku dažādību kā patiesās dzīves situāciju atspoguļojumu jauktā sabiedrībā, kas veidojusies no dažāda veida personībām.

Dalībnieku skaits

Eksperti iesaka jebkuru variantu no 2 līdz 30 dalībniekiem (nosacījumi: telpa, darbības veids u.c.).

Ilgums

Azrina sākotnējais modelis bija 3 nedēļu etaps ar 4 stundām dienā, kas veltītas teorētiskām mācībām, un 2 stundām dienā – praktiskām nodarbībām (vingrinot un attīstot konkrētās prasmes). Programmas gaitā dalībnieki ir pastāvīgi uzraudzīti un gūst labumu no šīm mācībām¹⁷, ņemot vērā maksimālo sniegumu izmaiņu kontekstā.

Citi Darba kluba modeļi piedāvā 3 līdz 5 nedēļu tikšanās ilgumu, ko var pagarināt klientiem, kam nav izdevies atrast darbu.

Temati/aktivitātes

1. Reālu mērķu uzstādīšana ar saprātīgu termiņu starp sesijām (piemēram, identificējot kāroto amatu, dodot priekšroku trim izvēlēm).

¹⁷ Tehnika balstās uz profesionālu sadarbību starp treneri un personu, kas ienākusi mācību procesā ar nolūku uzlabot koncentrēšanos, attīstīt personīgo mācīšanās stilu, uzlabot problēmu risināšanas spējas, jeb, vienā vārdā sakot, uzlabot savu sniegumu.

2. Informācijas vākšanas stratēģija: identificē personu interesējošos uzņēmumus/iestādes, veic šo uzņēmumu un iestāžu izpēti pēc kritērijiem, kas ir interesantāks, un sazinās ar tiem, intervijas tikšanās sarunāšanai (izmantojot informatīvo interviju¹⁸ principus/nosacījumus).
3. Personīgās lietas sastādīšana: CV, pieteikuma vēstule, pateicības vēstule, darba pieteikums utt.
4. Darba meklēšanas metodes: dokumentācija, līdzekļi, lai sazinātos ar potenciālajiem darba devējiem, interviju apmeklējumi, darbību plāna sastādīšana utt.
5. Informācijas avotu izmantošana:
 - neformālie avoti: ģimene, draugi, paziņas;
 - formālie avoti: reklāmas, reklāmas bukleti, laikraksti, biznesa žurnāli, nevalstisku organizāciju informatīvie izdevumi un citas profesionālās publikācijas, mēdiji (drukātie mediji, radio, televīzija, publikās un privātās personāla atlases aģentūras, darba tirgi, u.c.).
6. Profesionālu lietu un standartu izmantošana.
7. Grūtību pārvarēšanas stratēģija.
8. Amata mācības stratēģijas.
9. Diskusijas ar potenciālo darba devēju (korporatīvo pārstāvi) un viņu uzņēmumu apmeklējumi.
10. Veiksmes stāsti (izmaiņas tiek plānotas kopā ar personām, kas ir dabūjušas darbus, pateicoties dalībai Darba klubā).

Darba kluba elementi

1. *Darba kandidāti un informācija*: identificējot personas, kas meklē darbu un ir ieinteresētas darboties Darba kluba programmā, un informējot viņus par mērķi, aktivitātēm un šādu programmu labumiem.
2. *Iesaistīšanās programmā un novērtējums*: identificē psiholoģisko un profesionālo potenciālu: dotības, spējas, profesionālās intereses, izglītības līmeni, pieredzi un profesionālo kandidātu kompetenci.
Lai pieteiktos, ieteicams aizpildīt reģistrācijas formu, kas redzama zemāk. Dalībnieki tiek aicināti konsultēt Dalībnieku padomdevēju.
3. *Amata apguves stadijas*: kā sekas amata apguves nepieciešamības identifikācijai, klientam ieteiks iesaistīties noteiktās mācībās, lai pilnveidotu mazāk attīstītās iemaņas vai iegūtu jaunas kompetences, kas nepieciešamas iekārotajam darbam.
4. *Atbalsta pakalpojumi*. Mums ir jāpārlicinās, ka klienti neļaujas psiholoģiskam stresam, ko izraisa mazdūšība, bažas vai emocionāls nemiers, ko rada traucējoši faktori (iekšēji vai ārēji), un kas tiek uztverti kā nepārvarami.

Atbalsta pakalpojumi ietver: amata konsultācijas un karjeras attīstības atbalstu, psiholoģisku atbalstu un konsultācijas, medicīnas pakalpojumus, ģimenes konsultācijas, juridiskus padomus, konsultācijas un atbalstu uzņēmējdarbības uzsākšanai utt. Visiem minētajiem pakalpojumiem nepieciešama personāla, kas šajās jomās ir specializējies, iekļaušanās, situācijas vadītāju, kas vadīs efektīvu komunikāciju starp starpnieku komandas dalībniekiem ar nolūku atbalstīt klientu, identificējot nepieciešamos resursus krīzes pārdzīvošanai.

Krīzi var novērst, ja rosina klientu uz grūtību pārvarēšanu. Mācības uzsver, ka bezdarbnieki uz neveiksmīgām situācijām reaģē ar aizsardzību, izvairoties vai atturoties, ar agresiju/riebumu vai atteikšanos un intereses trūkumu, vainas izjūtu, kas varētu būt šķērslis piemērotai uzvedībai, izstrādāt nekonstruktīvu grūtību pārvarēšanas stratēģiju (Doyle, 1992); profesionāli stabila (nodarbināta) persona koncentrējas uz neveiksmes situācijas risināšanu, meklējot visefektīvākos līdzekļus to apstākļu pārvarēšanai, ar kuriem viņi saskaras (Cochinescu, 2005), un attīstot proaktīvu grūtību pārvarēšanas uzvedību.

¹⁸ Interviju tehnika, kas iekļauj sarunas ierosināšanu ar cilvēkiem, kas strādā interesējošā jomā, tādējādi ievācot pēc iespējas vairāk informācijas par atbilstošo darbu/profesiju/jomu, un veidojot kontaktu loku.

5. *Personas mārketinga spēju attīstīšana*: šī ir svarīga fāze, kas bieži garantē veiksmi intervijās, tā prasa personīgās attīstības plānu, personīgā mārketinga politiku (novērtējot savas īpašības, liekot uzsvāru uz šīm spējām/prasmi un kompetenci, kas ir svarīgas attiecībā uz brīvo darba vietu). Mākslai uzsvērt personas stiprās puses jābūt virzītai ar rūpīgi izstrādātu stratēģiju.

Būtībā, darba meklēšanas procesā, personas mārketinga ir māksla veidot savu tēlu un virzības stratēģiju, kas balstās uz principu „tā ir reklāma, kas pārdod produktu”, uz nosacījumiem, ka „iepakojumā” jābūt tām īpašībām, kas tiek virzītas. Patiesās personas kompetences paliks balstītas uz „darījumu”, ko piedāvās darba devējiem; pārrunas, kurās kandidāti piedāvā savu laiku, zināšanas un kompetenci apmaiņā pret algu.

6. *Plāna izstrādāšanā darba atrašanai tiek iekļauts*:

- brīvo darba vietu identificēšana atbilstoši kandidāta zināšanām, pieredzei, spējām, kompetencei un profesionālām interesēm/izredzēm;
- profesionālās izglītības nepieciešamības identificēšana un piedalīšanās mācību programmās ar nolūku piemērot kompetences vēlamā amata prasībām;
- sagatavošanās intervijai (diskutējot iespēja mainīt kādas prasības vai radīt jaunu pozīciju, ja vakance jau ir aizpildīta);
- rezerves plāna izstrāde gadījumā, ja pamata plāns nesniedz vēlamo rezultātu.

7. *Konsultācija ar nolūku saglabāt darbu*. Lai iegūtu jaunu vai saglabātu esošo darbu, ļoti svarīgi ir iepazīties un zināt noteiktas *profesionālās ētikas normas*. Tās iekļauj:

- savu uzdevumu un nosacījumu apzināšanos un īstenošanu;
- iekšējo noteikumu apzināšanos un rīkošanos saskaņā ar tiem;
- pozitīvas attieksmes izrādīšanu;
- kolēģu un vadītāju respektēšanu;
- darba stundu respektēšanu;
- pienākumu uzņemšanos;
- atbilstošu gērbšanos, u.c.

8. *Monitorings*. Darba kluba sesijas var apmeklēt arī pēc darba atrašanas, it īpaši tie, kam ir pieredze būt atlaistiem. Šo sesiju mērķis ir sniegt nepieciešamo atbalstu personām, lai viņām būtu iespēja saglabāt tikko kā atrasto darbu (pārejas periodā). Ir ieteicams pārraudzīt cilvēkus, līdz viņi iegūst pašpārliecību un sasniedz noteiktu neatkarības līmeni, emocionālu balansu, kas ļauj viņiem atjaunot pielāgošanās spēju uzvedību un pielāgot savu reakciju jaunajai profesionālajai situācijai.

Piedāvātais aprīkojums

Daži konsultāciju centri Darba kluba dalībniekiem piedāvā noteiktu aprīkojumu:

- piekļuvi telefonam;
- datoru un internetu, lai atrastu darbu un nosūtītu pieteikumu;
- profesionālus žurnālus;
- faksu un kopētāju;
- video ierakstus (intervijas, informācija un amata apraksti dažām profesijām utt.);
- bibliotēku.

Sagaidāmie rezultāti

Darba kluba programmas beigās dalībnieki varēs:

- izvirzīt mērķus attiecībā uz savas karjeras attīstību;
- zināt darba ņēmēju tiesības un nosacījumus atbilstoši likumam;

- zināt un pielietot darba meklēšanas metodes (identificējot informācijas resursus, izstrādājot CV un pieteikuma vēstuli, gatavojoties intervijai un pārrunām par algu);
- identificēt savas stiprās puses un trūkumus ar nolūku atrast visefektīvākos attīstības līdzekļus, piedaloties atbilstošās izglītības programmās;
- identificēt patiesās nodarbinātības iespējas attiecībā uz savām spējām, kompetenci un amata interesēm;
- novērtēt noteikto darbu (priekšrocības un trūkumus);
- izstrādāt plānu, kā iegūt interesējošo posteni;
- izstrādāt profesionālo kontaktu sarakstu;
- izstrādāt personīgo mārketinga plānu;
- attīstīt efektīvas stratēģijas;
- uzņemties pienākumus, balstoties uz savām amata iespējām un šo lēmumu sekām.

Mērķauditorija

Darba kluba dalībnieks var būt jebkura darba¹⁹ spējīga persona, kas ieinteresēta atrast un dabūt viņa izglītībai, profesionālai kompetencei, spējām un interesēm atbilstošu darbu.

Noteikts mērķis ir saistīts arī ar maznodrošinātām personām un to grupām, sociāli atstumtajiem un citām riska grupām:

- ilgtermiņa bezdarbnieki;
- invalīdi;
- čigāni un citas etniskas minoritātes;
- jaunieši no bērnu namiem;
- cilvēki vecumā virs 45 gadiem;
- sievietes, kas atsāk strādāt pēc dekrēta atvaļinājuma;
- personas, kurām ir risks būt kontrabandistam;
- repatrianti, izsūtītie vai cita rakstura sociālās aizsardzības personas.

Piemēri, situāciju analīze, vingrinājumi

Dalībnieka ceļvedis

Šis dokuments tiks izmantots kā informācijas instruments attiecībā uz aktivitātēm un pakalpojumiem, kas Darba kluba dalībniekiem tiek nodrošināts, un viņu pienākumiem programmas gaitā.

- Darba kluba gaitā dalībnieki iegūst informāciju par brīvajām pozīcijām darba tirgū, visefektīvākajām metodēm un tehnikām, lai atrastu un iegūtu šo pozīciju.
- Konsultants nodrošina dalībniekus ar precīzu un aktuālu informāciju saskaņā ar paziņojumu/piedāvājumu no darba devēja.
- Dalībnieki ir atbildīgi par konsultantu nodrošinātās informācijas precizitāti.

¹⁹ Darba spēja ir indikators, kas ir specifisks tieši darba sfērā; tas attiecas uz jebkuru pilngadīgu, nodarbinātu cilvēku ar fiziskām un intelektuālām darba spējām, kā arī vēlmi realizēt izdevīgas aktivitātes.

- Dalībnieki uzreiz pēc tam, kad atraduši darbu, paziņo to konsultāciju centra darbiniekiem.
- Dalībnieka nodrošināto informāciju var izmantot tikai konsultanti, lai atbalstītu viņus identificējot un iegūstot darbu. Šī informācija ir stipri konfidenciāla un to bez atļaujas nedrīkst nodot trešajām personām.
- Dalībnieki pirms pieteikšanās kādai pozīcijai pārlicinās, ka viņiem ir atbilstoša izglītība, kompetence un pieredze.
- Dalībnieki laikus informē darba devēju un konsultāciju centru gadījumā, ja viņiem ir kāds iemesls un viņi nevar ierasties uz interviju iepriekš norunātajā laikā. Dalībnieki, kam neizdodas ierasties norunātajā laikā pie darba devēja un kam nav attaisnojoša iemesla, tiks izslēgti no Darba kluba programmas.
- Dalībnieki informē konsultāciju centru par jebkurām notikušajām izmaiņām attiecībā uz personīgo informāciju, kas iekļauta reģistrācijas formā (piemēram, adreses, telefona, citu mācību pabeigšanas u.c. izmaiņām).
- Dalībnieki var pieprasīt informāciju, kas saistīta ar darba iespējām un tiks novirzīta uz papildu informācijas avotiem attiecībā uz noteiktu interešu jomu, institūciju vai citiem speciālistiem, kad konsultāciju centram nav resursu, lai atrisinātu papildu problēmas (piemēram, medicīniskā palīdzība, psihoterapija, laulību konsultācijas u.c.).
- Ja pārrunu laikā vai pēc darba atrašanas parādās neapmierinātība attiecībā uz darba devēja uzvedību, pēdējais vēl rada aizdomas par likuma pārkāpšanu, dalībniekiem būtu jābūt nodrošinātiem ar visu legālo informāciju par darbinieku un darba devēju pienākumiem un tiesībām, un ar juristu konsultācijām. Dalībnieks pats var pieņemt lēmumu ķerties pie juridiska procesa.

Darba kluba programmas reģistrācijas forma

Personas informācija

Uzvārds: Vārds:

Dzimšanas datums:Personas kods:

Adrese:

Tālrunis..... E-pasts:

Ģimenes stāvoklis: precējies, neprecējies, šķīries

Tautība: Etniskā izcelsme:

Izglītība (Apraksti katru sasniegto izglītības līmeni, sākot ar jaunāko):

.....
.....

Personīgās spējas un kompetences (iegūtas dzīves un karjeras laikā, par ko netiek piešķirts ne sertifikāts, n diploms):

.....
.....
.....

Profesionālā pieredze (Uzskaiti profesionālo pieredzi sākot ar pēdējo):

.....
.....
.....

Intereses (atzīmē jomu/nodarbošanos, kurā vēlētos strādāt):

Lauksaimniecība:

agronoms, zvejnieks, zivju audzētājs, augļu koku audzētājs, vīndaris, fermeris,
cits (lūdzu, norādi, kāds)

Tirdzniecība un pakalpojumi:

tirdzniecības aģents, komercaģents, uzkopšanas aģents, frizieris, kurpnieks, cits (lūdzu,
norādi, kāds)

Tūrisms un ēdināšanas pakalpojumi:

pavārs, bārmenis, maiznieks, istabene, cits (lūdzu, norādi, kāds)

Izglītība/kultūra:

bērnudārza auklīte, pamatskolas skolotājs, vidusskolas un augstskolas skolotājs, profesors,
 bibliotekārs, cits (lūdzu, norādi, kāds)

Būvniecība:

mūrnieks, krāsotājs, metinātājs, galdnieks, santehniķis, namdaris, cits (lūdzu, norādi, kāds).....

Pārtikas rūpniecība:

maiznieks, dzirnavnieks, konditors, miesnieks, cits (lūdzu, norādi, kāds)

Informācijas tehnoloģijas:

operators, web dizainers, tīkla administrators, cits (lūdzu, norādi, kāds)

Citi (lūdzu, norādi, kādi):

Transports

Autovadītāja apliecība?

Ir

Nav

Vai pašreiz brauc ar auto?

Jā

Nē

Pieejamība

Kāds darba laiks piemērotāks?

pilna slodze

pusslodze

Vai vēlies strādāt citā pilsētā?

Jā

Nē

Norādi, kādā dienas laikā tu vislabāk gribētu strādāt:

no rītiem

pēcpusdienā

vakarā

Jūsu sniegto informāciju izmantos konsultants, lai palīdzētu atrast un iegūt darbu. Šis dokuments ir konfidenciāls un netiks sniegts trešajām personām bez jūsu piekrišanas.

Pieteikums: Ar šo apliecinu, ka augstāk minētā informācija ir patiesa. Es apliecinu, ka esmu iepazinies ar **Dalībnieka rokasgrāmatā** minēto informāciju un apņemos ievērot šos nosacījumus.

Paraksts:..... Datums:.....

Reģistrācijas datums: (šo lauku aizpilda konsultants)

Metodes novērtējums

Priekšrocības:

- klienti aktīvi meklē darbu konsultanta vadībā un pārraudzībā;
- klienti jūtas piederīgi grupai (atbalsta grupa) ar tādām pašām interesēm, šīs grupas dalībnieki atbalsta cits citu ar nolūku sasniegt kopīgus mērķus;
- katru grupas dalībnieku iedrošina motivācijas līdzekļi;
- klienti problēmas var atrisināt ar simulāciju treniņiem tikko tās parādās;
- grupu darba meklēšanas paņēmieni ir efektīvāki par individuālām sesijām (Bolle, 2005. „Kādā krāsā ir jūsu izpletis?” (*What Color is Your Parachute?*) parāda, ka šādu paņēmienu veiksmē ir 84 %, salīdzinot ar 15 % individuālu meklēšanas veidu, izmantojot tos pašus paņēmienus;
- klientiem ir iespēja izveidot savu kontaktu sarakstu;
- klienti ar saviem grupas dalībniekiem var dalīties pieredzē, ar idejām, informāciju, vērtībām;
- klienti kļūst optimistiskāki attiecībā uz izmaiņu iespējām, personīgu un profesionālu veiksmi.

Trūkumi:

- grupas vadītāji/moderatori nevar vienmēr vienādi sadalīt savu uzmanību vairākiem grupas dalībniekiem saskaņā ar viņu vajadzībām;
- konfidenciālo informāciju nevar nodrošināt pilnībā, izņemot sesijās – viens pret vienu;
- grupas var pārāk ilgi koncentrēties uz neatbilstošiem aspektiem, kas nav vienādā svarīguma pakāpē visiem grupas dalībniekiem;
- daži cilvēki baidās iesaistīties grupās un šādas situācijas var uzņemt kā draudus: piemēram, personas ar emocionāliem traucējumiem (depresija vai nemiers) negūs labumu no šādu atbalsta grupu priekšrocībām; šīs problēmas saistītas ar Darba kluba dalībnieku atbilstības kritērijiem un var tikt atrisinātas ar rūpīgu atļasi.

Bibliogrāfija

- Azrin, N. H. (1981). *Job Club Counselor's Manual: A Behavioral Approach to Vocational Counseling*. Austin, TX: Pro-ed.
- Cochinescu, C. (2005). *Șomajul. Anxietatea și frustrația la persoanele șomere*. Iași, Editura Lumen.
- Doyle R. E. (1992). *Essential skills and strategies in the helping process*. California, Wadsworth, Inc.
- Frydenberg, Erica (2004). *Coping competencies: what to teach and when*. In: Theory Into Practice, Volume 43, Number 1, p. 14-22, Ohio State University College of Education.
- Hough, M. (2003). *Counselling Skills and Theory*. Great Britain: Scotprint Ltd.
- Salomone, E. R. (1996). *Career counseling and job placement: Theory and practice*. In: E. M. Szymanski; R. M. Parker (Eds.). *Work and disability: Issues and strategies in career development and job placement*. Austin, TX: Pro-ed.
- www.donnafisher.com/books/index.shtml (Fisher, D. – *The Power of Having People on Your Side: How to Build a Powerful Professional Networking Club*)
- www.employmentinancouver.com/employment%5CEmpPaper.nsf/0/ECB3BF336D07DA6888256BC70060BC91?OpenDocument (Malmgren, J. K. – *Job Club Concept Just As Valid After 30 Years*)
- [www.psihq.ie/DOCUMENTS/PSI Re-employment psychology.pdf](http://www.psihq.ie/DOCUMENTS/PSI%20Re-employment%20psychology.pdf) (Dixon, J. M. Sc. (W/O Psych) *Re-employment Psychology. A Personal View*)

Profesionālo kongresu, konferenču un semināru organizēšana

Organisation of Professional Congresses, Conferences and Seminars

Mihai JIGĂU

Izglītības zinātņu institūts, Bukareste

Speciālistu profesionālā dzīve jebkurā nozarē vairs nav iedomājama ārpus tieša un nepārtraukta komunikācijas procesa, mērķtiecīgām tēmām par interesēm pašlaik vai attiecībā uz nākotni. Tiešas ideju apmaiņas, debates, personīgo vai kolektīvo sasniegumu prezentācijas ir profesionālās dzīves neatņemama daļa, kas ir orientēta uz kvalitatīvu pakalpojumu un mūžizglītības nodrošināšanu. Tas nekādā ziņā nenozīmē, ka grāmatas, žurnāli, zinātniskie darbi dokumentālā vai elektroniskā formātā nepalikts individuālās profesionālās izaugsmes ļoti vērtīgs intelektuāls instruments.

Tajā pašā kontekstā tiek lēsts, ka nākošajos gados bezstarpniecības (*non-mediated*) tikšanās starp profesionāļiem kļūs ievērojami biežākas.

Iestāžu vai indivīdu organizētie starptautiskie, Eiropas, nacionālie, reģionālie vai vietējie kongresi, konferences, semināri, darbnīcas un citi aizvien vairāk kļūs par katras profesijas ikdienas notikumu daļu.

Mēs uzrunājam pētniekus izglītības jomā, skolu konsultantus, psihologus, pedagogus, sociālos darbiniekus, sociologus, runas terapeitus, skolotājus vai citus speciālistus, kuri ir iesaistīti plašākā sociālā un kultūras dzīvē, paredzot, ka piedāvātā informācija izrādīsies noderīga, kad viņiem būs jāorganizē kongresi, konferences un semināri starptautiskā vai nacionālā līmenī.

Profesionālos pasākumus var organizēt dažādi, saskaņā ar:

- mērķa nozarēm: izglītība, veselība, māksla utt.;
- galveno tēmu/pasākumu: debates, darba grupas, rezultātu prezentācijas, konkursi, demonstrācijas, vērtējumi, analīzes, radošas grupas utt.;
- dalībnieku kategorijām: speciālisti/ne-speciālisti, jauni/pieaugušie, vietējie/ārzemnieki;
- uzņēmēja valsts/iestāde;
- pasākuma lielums (dalībnieku skaits, darbības laiks);
- izvietojums utt.

Katram profesionālam notikumam, tādām kā: kongress, konference, seminārs, darba grupa, izstāde, ir jābūt savam noteiktam saturam, kas piešķir tam unikalitāti, vietēju/nacionālu specifiskumu, profesionālu un finansiālu efektivitāti, iedarbību, nozīmi, neaizmirstamu iezīmi.

Galveno darbību kategorijas, kuras jāapsver organizēšanas laikā ir:

- **iniciatīvas grupa;**
- **organizēšanas komiteja;**
- **budžets;**
- **programma;**

- plenārsēdes,
- paneldiskusijas,
- darba grupas (*workshops*),
- izstādes,
- saviesīgā programma,
- zinātnisko darbu publicēšana,
- pasākuma novērtēšana;
- **komunikācija:**
 - prezentācijas informatīvā lapa/publicitāte,
 - mājas lapa par notikumu,
 - dalībnieki,
 - reģistrācija,
 - aicinājums iesniegt referātus;
- **citi svarīgi aspekti.**

Iniciatīvas grupa

Ideja par profesionāla pasākuma organizēšanu pieder **mazai grupai vai vienai personai**.

Cilvēki, kas veido iniciatīvas grupu, parasti ir ļoti motivēti, neatlaidīgi un labi organizatori.

Ja kongress, konference, seminārs un citi pasākumi notiek valsts vai ārvalstu profesionālas organizācijas aizbaidniecībā, tai jābūt pastāvīgi iesaistītai un informētai, neatkarīgi no panāktā progresa, un dažos gadījumos ir jālūdz atļauja noteiktām profesionālām vai organizatoriskām iniciatīvām vai pasākumiem.

Organizēšanas komiteja

Atkarībā no notikuma, organizatoriskiem pasākumiem jāuzsākas gadu vai divus, 6–12 mēnešus, 3–6 mēnešus vai 1–3 mēnešus iepriekš.

Organizēšanas komiteju parasti veido **prezidents** (kuram ir autentisks profesionāls prestižs un kuru labi pazīst profesionālajā kopienā) un **biedri** (kuriem ir īpašs statuss un/vai profesionāla un sociāla loma, lai pieņemtu lēmumus un saņemtu nepieciešamo oficiālo, finansiālo un loģistisko atbalstu noteiktai situācijai).

Organizēšanas komitejas prezidents ir atbildīgs par vispārēju organizēšanas koordināciju un nav tieši iesaistīts apakškomiteju darbā. Viņš vai viņa koncentrējas uz notikuma (kongresa, konferences, semināra) zinātniskiem un profesionāliem aspektiem: vispārējā temata un katrai darba grupai specifiskā temata noteikšana, runātāju, profesionālo personalitāšu, pašvaldību pārstāvju uzaicināšana utt.

Organizēšanas komitejas biedri koordinē dažādas **apakškomitejas**: zinātnisko (prezentācijai piedāvāto referātu vērtēšana un saraksta sastādīšana), finanšu, tehnisko, publicitātes, reģistrācijas, vispārējās programmas (runātāju, darba grupu, pastāvīgo izstāžu saraksta sastādīšana), saviesīgās programmas utt. Turpretim organizējot pasākumu, viņi ir jāatbrīvo no virknes kārtējo profesionālo pienākumu veikšanas. Kad notikums tuvojas, viņiem ir jātiekas pat vēl biežāk, prezidents piedalās dažās sēdēs.

Organizēšanas komitejas darbība sākas ar **konferences temata** noteikšanu. Parasti temats atspoguļo noteiktas sabiedrības profesionālās intereses, nākotnes metodoloģisko attīstību, praksi, sociālo ietekmi un ekonomiskos efektus, un konsultēšanas gadījumā: skolas konsultācijas, ģimenes konsultēšana, invalīdu un

pieaugušo konsultēšana, konsultēšana no attāluma, nediskriminējoša piekļuve informācijai un konsultēšanai, ievērojot ētiskus un kvalitatīvus aspektus.

Tajā pašā laikā tiek precizēts pasākuma **datums** vai pārtraukums. Datums ir "jāapspriež" ar ievērojamu skaitu galveno personu nozarē, lai tas būtu pieņemams daudziem potenciāliem dalībniekiem un lai nepārklātos ar citām svarīgām manifestācijām.

Vislabākais laiks starptautiska/nacionāla mēroga kongresu vai konferenču rīkošanai ir: aprīlis – maijs un septembris – oktobris.

Nosakot kongresa, konferences, semināra **vietu**, jāņem vērā sekojošais: viegla pieeja dalībniekiem (transports: lidmašīna, dzelzceļš, autobuss, automašīna, metro utt.), telpas plenārsēdēm un darbsemināriem, pieejamība tehniskajam aprīkojumam, kas nepieciešams dalībniekiem savu prezentāciju nolasišanai: skaņa, tulkošana, datori, kopētājs, telefons, fakss, interneta pieslēgums, pieņemams attālums starp konferences zāli un restorānu vai viesnīcu utt.

Starptautiska kongresa vai konferences gadījumā ir svarīgi noteikt komunikācijas **oficiālo valodu/valodas**. Savrup uzņēmējas valsts valodai tiek piedāvāta viena vai divas citas oficiālās valodas (angļu, franču, vācu, spāņu, itāļu utt.); jo daudzvalodīgāka ir konference, jo garāks ir dalībnieku saraksts.

Tiek noteikts oficiālo valodu skaits, nodrukāti kongresa vai konferences darba materiāli: informatīvās lapas, reģistrācijas veidlapas, programma.

Budžets

Organizēšanas komitejas biedri sastāda tāmi nepieciešamajam **budžetam** saskaņā ar sagaidāmo notikuma mērogu.

Speciālists (grāmatvedis, kasieris) strādā vienīgi ar šo darbības veidu.

Budžets sedz:

- izdevumus, saistītus ar konferences zāles, tehniskā aprīkojuma īrēšanu, samaksu par dalībnieku mapēm, biļetēm uz dažādiem kultūras pasākumiem, interneta pieslēgumu, pasta izdevumiem, telefonu un faksu (tā, lai organizatori var sazināties ar dalībniekiem vai citiem iesaistītiem cilvēkiem: sponsoriem, tulkiem, tehnisko personālu, varas iestādēm un citiem);
- piešķirot dažām dalībnieku kategorijām bezmaksas pakalpojumus (transports un/vai viesnīca, un/vai ēdināšana): lektoriem, konferences vadītājam, paneldiskusiju vai darba grupu vadītājiem;
- samaksas runātājiem (ja tāda ir vienošanās);
- samaksu par dažādiem pakalpojumiem: tulkošanu (informatīvo lapu un runātāju referātu), tūrisma gidiem, iekārtas operatoriem, līdzstrādniekiem;
- publikācijas (apdrukātas aploksnes, veidlapas, informatīvās lapas, plakāti, dokumentus saturoši folianti, iespējami elektroniskā formātā), pasākuma mājaslapas dizainu un funkcionēšanu;
- ēdināšanu un pieņemšanu (atklāšanu un noslēgumu);
- saviesīgo programmu (ja tā paredzēta dalībniekiem bezmaksas) utt.

Budžetu veido:

- reģistrācijas maksas;
- sponsorēšana;
- dāvinājumi (no profesionālajām asociācijām, kultūras un izglītības finansējuma programmām un citi);
- no eksponētājiem saņemtās samaksas (grāmatas, kino, IT pielietojums konsultēšanā);
- nozaru iestāžu ziedojumi (maksājot skaidrā naudā vai piedāvājot konferences telpas, tehnisko aprīkojumu);

- reklāmas vietas pārdošana (informatīvajos materiālos, plakātos, dalībnieku dokumentus saturošos foliantos).

Brīvprātīgo organizācijas, svešvalodās runājoši studenti (kā gidi), konsultanti, skolotāji un citi var ievērojami samazināt organizēšanas izdevumus.

Orientējoši, budžetu veido apmēram pusei no sagaidāmajiem dalībniekiem.

Vispārējā budžeta sastādīšanai organizēšanas komitejas prezidents lūdz komitejai vai apakškomitejām novērtēt nepieciešamās izmaksas katram pasākuma posmam. Kad pasākums nāk tuvāk, budžetu periodiski pielāgo, tiklīdz ir vairāk precīzu datu par dalībnieku skaitu.

Izdevumu precīzs ieņēmums un grāmatvedības dokumentu evidence ir finanšu vadības minimālie obligātie noteikumi.

Tā kā virkne organizatorisko izdevumu ir jāveic, pirms budžets ir piepildīts ar dalībmaksām un sponsoru naudu, ir absolūti nepieciešams jau pirms termiņa lūgt finansējumu attiecīgajai ministrijai vai profesionālajai organizācijai.

Kad samaksas sāk ieplūst budžetā, sponsorēšanas prasības ir piešķirtas dažādām firmām/institūcijām un noteikts aprīkojums no valdības iestādēm ir saņemts, budžets tiek izvērtēts no jauna, un gadījumā, ja sākotnējie aprēķini bijuši pārāk pieticīgi, daži darbības veidi var būt bezmaksas (piemēram, brīva ieeja studentiem, bezmaksas materiālu izdalīšana), saviesīgo programmu izmaksas var samazināt vai gluži pretēji, ja summa ir pārāk maza, ir nepieciešami ietaupījumi projektos un pasākumos.

Lai atrastu apspriežamajam profesionālajam pasākumam sponsorēšanu, griežas ar lūgumu pie bankām, korporācijām, transporta kompānijām, tūrisma birojiem, tipogrāfijām, privātajām un valsts aģentūrām, nozaru organizācijām utt. Noteiktas aviokompānijas, viesnīcas, restorāni iedot ievērojamas atlaides (ja pārlicinoši prasīts) svarīgiem pasākumiem – kā reklamēšana – saskaņā ar pasākuma svarīgumu, līdzdalību, dalībnieku skaitu, gadalaiku, cik savlaicīgi veiktas rezervācijas utt.

Transporta un izvietojuma izmaksas nav obligāti jāsedz organizētājam, viesi individuāli izvēlēsies kādu no piedāvātajiem dažādajiem transporta veidiem un komforta kategorijām. Daži izņēmumi var būt īpašajiem viesiem. Protams, ja pasākuma finansēšanu uzņemas noteiktas valsts aģentūras vai speciālās programmas, visus izdevumus var pārņemt organizētāji. Šādās situācijās viņi var veikt ceļojuma un viesnīcas rezervāciju, kāda ir izdevīga katram dalībniekam.

Svarīgos starptautiskos/nacionālos pasākumos, kā kongress vai konference, samaksas sedz ēdināšanu (apmaksātas pusdienas un vakariņas visam periodam), pilsētas transportu, daļu no vispārējām organizatoriskām izmaksām un virkni pakalpojumu dalībnieku ērtībām.

Programma

Konferences programma ir ļoti svarīga un rūpīgi veicama lieta. Ir jāapsver šādi aspekti:

- plenārsēžu un runātāju saraksta sastādīšana;
- darba grupu un to vadītāju saraksta sastādīšana;
- prezentāciju grupēšana pēc tematiem;
- plenārsēžu un darba grupu sākuma un beigu plānošana, kafijas paužu, ēdināšanas, profesionālo apmeklējumu (uz publikāciju vai citu produktu izstādēm, filmu festivāliem, iestādēm utt.) plānošana;
- saviesīgu pasākumu plānošana (kultūras, tūrisma vietu, izrāžu apmeklējumi).

Daudzi cilvēki pamato savu izvēli piedalīties vai nepiedalīties profesionālā pasākumā ar programmu un tās saturu.

Potenciālo dalībnieku lēmuma – piedalīties vai nepiedalīties piedāvātajā pasākumā – ietekmējošie faktori ir šādi:

- pasākuma temats un attiecīgie darba grupu temati;
- nozaru speciālisti, kuri runās plenārsēdēs;
- īsas mācības pirms vai pēc pasākuma, kuras piedāvā paši plenārsēžu runātāji vai citi autori;
- izmaksas (maksas, transporta un viesnīcas izdevumi);
- piedāvātie iespiedmateriāli un iespējas;
- saviesīgā programma;
- grafiks un darbsemināri, kas ļauj dalībniekiem izveidot secīgu apmeklējumu iespēju, atbilstoši savām interesēm.

Plenārsēdes

Saskaņā ar kongresa vai konferences ilgumu (1-3 dienas) var ieplānot 2-4 autoritatīvu un prasmīgu runātāju uzstāšanos. Iesaka šādām intervencēm ilgt no 30-45 minūtēm līdz vienai stundai, būt oriģinālām un prezentēt viedokļus un hipotēzes, kas stimulē turpmākas diskusijas un jautājumus.

Plenārsēdes vada organizēšanas komitejas prezidents vai pārmaiņus citas oficiālas personas vai autoritatīvi zinātnieki.

Gudri ir nodrošināt atkāpšanos gadījumā, ja kāds runātājs nevar piedalīties (veselības problēmas, transporta grūtības, ģimenes pasākumi utt.)

Paneldiskusijas

Interesants veids, kā apmainīties ar informāciju un idejām – plenārsēdēs – ir paneldiskusijas par konkrētiem tematiem, kuras koordinē vadītājs, kurās piedalās dalībnieki no dažādām valstīm un institūcijām ar attiecīgo interešu speciālistiem un citi.

Darba grupas

Tur prezentēto zinātnisko darbu temati un saturs, kā arī negaidīti radušās diskusijas patiesībā prezentē attiecīgā profesionālā pasākuma būtību. No otras puses, tematiem jābūt pietiekami piesātinātiem, lai iekļautu pēc iespējas vairāk iesniegto zinātnisko prezentāciju kategorijas.

Visveiksmīgākās un populārākās ir darba grupas, kuras koncentrējas uz konsultēšanas praktiskajiem aspektiem.

Semināra tematam jābūt paziņotam labu laiku pirms kongresa vai konferences, lai dotu laiku potenciālajiem dalībniekiem sagatavot prezentācijas par savu profesionālo pieredzi.

Katrai darba grupai (parasti 2-4, atkarībā no pasākuma lieluma un komplikētības) ir vadītājs vai prezidents, kuru izvēlas no attiecīgās nozares visrepresentatīvākajām personībām. Viņš vai viņa seko tam, lai katram, kam ir sagatavota runa, ir iespēja to prezentēt, vada diskusijas, apkopo tās rezultātus un uzraksta atskaiti par darba grupas norisi.

Organizatori ir atbildīgi par katra semināra nodrošināšanu ar prezentācijām pieprasīto tehnisko aprīkojumu (videoprojektors, dators ar speciālām prezentācijas programmām, kodoskops, papīrtāfele/*flipchart*/utt.) Tehniķis atbild par aprīkojumu: skaņu iekārtām, mobiliem mikrofoniem, sinhronās tulkošanas aprīkojumu, datoriem, kopētāju, videoprojektoru, video, foto un audio iekārtām utt.

Ieteicams nodrošināt visa šī tehniskā aprīkojuma pieejamību visa pasākuma laikā.

Izstādes

Profesionālie kongresi un konferences ir lieliska iespēja dažādām ieinteresēto personu un institūciju kategorijām (tipogrāfijas: organizējot publikāciju izstādes, testus, aptaujas konsultāciju mājas lapas; aģentūras, kas specializējas mācību materiālu iespiešanā, video resursi utt.).

Ja organizē izstādi, pirmajā plenārsēdē to atklāj organizēšanas komitejas prezidents, un to iekļauj **speciālā skrejlapā**.

Izstādes vietai ir jābūt plenārsesijas vai darba grupas telpu tiešā tuvumā, un to darba laikam ir jāsakrīt ar galvenā pasākuma norises laiku.

Organizatori nolemj (viņu finansiālo vajadzību funkcija), vai izstādes telpa ir bez maksas vai par samaksu.

Saviesīgā programma

Saviesīgās programmas izstrādāšana ir vēlama, un tā reprezentē jauku iespēju dalībniekiem iepazīt citam citu un/vai organizētāju valsti/institūciju.

Parasti ir atklāšanas pieņemšana (pirmajā vakarā pēc dalībnieku ierašanās) un noslēguma pieņemšana. Vēlams, lai šīs pieņemšanas būtu par velti, tā kā tā ir viesmīlības zīme no organizētājas valsts/institūcijas puses, izmaksas nosedz vai nu reģistrācijas maksa, vai augstākstāvoša valsts iestāde vai sponsors.

Saviesīgā programma ietver apmeklējumus uz ievērojamākām kultūras vietām (muzejiem, vēsturiskām vietām, mākslas galerijām), ievērojamākām tūrisma vietām (kas sniegtu dalībniekiem valsts/reģiona/pilsētas/novada specifiskuma nozīmīgu tēlu), izrādēm (teātra lugas, koncerti) vai formālas un informatīvas vizītes uz noteiktām mācību iestādēm, centriem vai asociācijām.

Pirms pasākuma, tā laikā vai pēc tā var noorganizēt nepilnas dienas ekskursiju (parasti to dara tūrisma aģentūra, par maksu); to iesaka darīt, ja kongress vai konference ilgst vairāk nekā 2 dienas. Daži organizatori visas izmaksas par saviesīgo programmu iekļauj reģistrācijas maksā (kad vien iespējams), tādējādi ievērojami vienkāršojot lietas.

Viesu vai dalībnieku pavadoņiem var sagatavot papildu saviesīgo programmu, kura sakrīt ar dalībniekiem piedāvāto.

Zinātnisko referātu publicēšana

Zinātnisko prezentāciju tekstu – no plenārsēdēm vai darbsemināriem – iespiešana vai kopēšana uz CD pirms pasākuma, un to izdalīšana dalībniekiem par brīvu vai par samaksu, ir vēlamais risinājums. Patiesībā, vai nu tāpēc, ka dalībnieki neievēro referātu iesniegšanas gala termiņu, vai nu finansiālu un tehnisku iemeslu dēļ, tas reti ir iespējams. Visbiežāk sagatavo tēžu krājumu/foliantu izsniedz pašā sākumā vai prezentāciju krājumu no plenārsēdēm un darbsemināru kopsavilkumi tiek izsūtīti pa pastu pēc pasākuma.

Prezentācijas ievietošana pasākuma mājaslapā ir laba alternatīva, kad ir finansiāli ierobežojumi; noteiktās situācijās ir jāsaņem autora atļauja elektroniskai zinātniskā darba publikācijai.

Lai iegūtu iespēšanai daudz izdevīgākas cenas, griešanās pēc palīdzības pie skolām, kurām ir pakalpojumu vai tehnisks profils, ir risinājums, kuru vajadzētu ņemt vērā, ja budžets ir nepietiekams.

Pasākuma vērtēšana

Ir ierasts, ka kongresa, konferences vai semināra beigās notiek vērtēšana ar dalībnieku aptaujas anketu palīdzību (vienkārša un ar atbilžu variantiem: slikti, labi, izcili). Tādā veidā iegūtie dati var piedāvāt organizēšanas komitejai atgriezenisko saiti par šādiem aspektiem kā: organizāciju vispārējā kvalitāte, referentu prezentāciju nozīme plenārsēdēs, intervenču vispārējais zinātniskais līmenis, saviesīgā programma, izstāde, tulkojuma kvalitāte, publikācijas.

Vērtēšanas aptaujas anketas (tulkotas pasākuma oficiālajās valodās) var iekļaut dalībnieku mapēs vai izdalīt piemērotā brīdī, lai savāktu tūlīt pēc to aizpildīšanas.

Komunikācija

Kongresa, konferences, semināra, darbsemināra organizēšana iepriekš paredz milzu skaitu telefona, faksa, e-pasta un interneta komunikācijas.

Profesionāla pasākuma gadījumā, kad dalībnieki nāk no vairākām valstīm, ieteicams, ka organizatori runā kongresa vai konferences oficiālajās valodās.

Galvenās partneru kategorijas, ar kurām organizatoriem jāsaskaras, ir:

- **dalībnieki:** individuālas personas, profesionālo organizāciju biedri, oficiālas personas (paziņojot viņiem par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, reģistrācijas noteikumiem, referātu prasībām);
- **referenti plenārsēdēs:** vietējie vai ārzemju (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt zinātnisku prezentāciju vienā no plenārsēdēm, aprīkojums, kādu organizētāji var nodot viņu rīcībā);
- **darba grupu vadītāji:** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums vadīt noteiktu darba grupu, paziņojums par aprīkojumu, kādu organizētāji var nodot viņu rīcībā);
- **oficiāli viesi,** parasti pasākuma atklāšanā un noslēgumā (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums piedalīties atklāšanā un sveikt dalībniekus);
- **sponsori** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, novērtējums par ieguvumiem no reklāmas un iesniegums par finansiālo palīdzību);
- **eksponētāji** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums izstādīt savus produktus pasākuma laikā, informācija par cenām, lūgums pēc reklāmas materiāliem, kurus izdalīt dalībniekiem);
- **tulki** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt savus pakalpojumus pasākuma laikā, iespējamie lūgumi par bezmaksas pakalpojumiem un sponsorēšanu);
- **tehnisko pakalpojumu sniedzēji:** skaņu iekārta, kopētāji, datori, foto, audio un video ierakstīšanas iekārtas (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt savus pakalpojumus pasākuma laikā, iespējami lūgumi par bezmaksas pakalpojumiem un sponsorēšanu);
- **izvietošanas un ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt savus pakalpojumus pasākuma laikā, iespējamie lūgumi par atļaidēm, bezmaksas pakalpojumiem vai sponsorēšanu; šajā sakarā iepriekš var parakstīt ar viesnīcām un restorāniem noteiktas rakstveida vienošanās);
- **saviesīgo/kultūras pakalpojumu sniedzēji** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt savus pakalpojumus pasākuma laikā, iespējami lūgumi par bezmaksas pakalpojumiem vai sponsorēšanu);
- **Transporta pakalpojumu sniedzēji** (paziņojums par pasākumu, tematu, mērķiem un datumu, starptautiskā/nacionālā profesionālā atbilstība, ielūgums sniegt transporta pakalpojumus, iespējamie lūgumi par atļaidēm, bezmaksas pakalpojumiem vai sponsorēšanu).

Prezentācijas informatīvā lapa/publicitāte

Katrs profesionālais pasākums – ļoti liels vai pieticīgs – nav iedomājams bez **prezentācijas informatīvās lapas**. To iespiež vairākās kopijās, pārsniedzot sagaidāmo dalībnieku maksimālo skaitu.

Informatīvo lapu izdala par brīvu savlaicīgi pirms pasākuma, lai tiktu informētas tik daudz galvenās personas, cik iespējams.

Turklāt atsevišķiem **plakātiem** sabiedriskās vietās, zālēs vai attiecīgās institūcijās ir pozitīvs efekts, ja tos tur izstāda 1-2 mēnešus vai 2-3 nedēļas pirms pasākuma.

Īsu **paziņojumu** ievietošana pasākuma biļetenos un mājaslapās (nacionālajā un starptautiskajā) ir ļoti ieteicama.

Pasākumam nākot tuvāk, visi tā potenciālie publicitātes resursi tiek identificēti un izmantoti: televīzijas kanāli, radiostacijas, specializētie žurnāli, laikraksti un citi, kuri vēlētos reklamēt kongresu, konferenci vai semināru.

Tajā pašā laikā atsevišķi **preses komunikē** paziņo par pasākumu un – pasākumam nākot tuvāk – vairāk un vairāk informācijas parādās medijos. Viss tas kulminē ar ielūgumiem uz atklāšanas un noslēguma pasākumiem,

ar noslēguma **preses konferenci** (intervijas ar runātājiem plenārsēdēs, ar organizēšanas komitejas prezidentu, oficiālām personām, diskusijas ar dalībniekiem no dažādām valstīm/institūcijām).

Atsauksmju fails medijos darbojas labi; dažu pārstāvju fotokopijas par pasākuma iespaidu var pievienot rēķiniem un pateicības vēstulēm sponsoriem.

Pasākuma mājas lapa

Pēdējos gados liela mēroga profesionālo salidojumu organizētāji izmanto IT avotus, lai uzlabotu savu komunikāciju ar potenciālajiem dalībniekiem, lai reklamētu pasākumu, prezentētu programmu un nepieciešamos materiālus, ar kuriem būtu iepriekš jāiepazīstas, lai atvieglotu dalībnieku finansiālos sagatavošanas darbus, palīdzētu reģistrēties tiešsaistē.

Konferences mājaslapas izveidošana – neatkarīgu vai iekļautu organizētājas institūcijas mājaslapā – ir risinājums daudziem kongresu un konferenču organizētājiem.

Tā var arī piedāvāt informāciju par: rezervāciju dažādās viesnīcās, prezentāciju vadlīnijas, darba grupas, datus par zinātnisko un organizēšanas komiteju, sponsoriem, saviesīgo programmu, tūrisma informāciju, transportu, laika ziņas utt.

Atsevišķām dalībnieku kategorijām ar īpašām prasībām var izmantot e-pastu, tālruni vai faksu; šīs prasības var būt tehniskas vajadzības komunikācijai, īpaša diēta (veģetārietis utt.), transporta aprīkojums invalīdiem, ekskursiju organizēšana pirms/pēc pasākuma, dalībnieku pavadonu izmitināšana un citi.

Mēs vēlētos ilustrēt piemērus ar atsevišķām mājaslapām, kuras tika izmantotas neseno starptautisko konferenču organizēšanā:

- *Karjeras kontekstā: jauni izaicinājumi un uzdevumi karjeras attīstības atbalstā un konsultēšanā (Careers in context: new challenges and tasks for guidance and counselling)* AIOF, Lisabona, Portugāle, 2005: www.aioconference2005.pt (neatkarīga mājaslapa);
- *Karjeras konsultēšana un globālais darba tirgus (Career counselling and the global labour market)*, Petru Maior Universitāte, Tārgu Mureș, Rumānija, 2005: www.uttgm.ro/career_center/main1.htm (iekļauta organizētājas institūcijas mājaslapā).

Dalībnieki

Mērķa kategorijas, kurām jāpaziņo par kongresu, konferenci, semināru:

- skolu konsultantu, nodarbinātības konsultantu, universitāšu konsultantu aprindas;
- prezidenti un profesionālo konsultēšanas asociāciju un attiecīgo nozaru biedri (psihologu, pedagogu, skolu konsultantu asociācijas un citi);
- universitātes personāls, kas ieinteresēts šajā nozarē;
- personas ar oficiāliem un profesionāliem pienākumiem karjeras konsultēšanas jomā apmācību iestādēs un ministrijās utt..

Noteiktu šīs nozares asociāciju, institūciju, organizāciju biedru saraksts var būt ļoti noderīgs, lai identificētu pēc iespējas lielāku skaitu cilvēku, kas varētu būt ieinteresēti attiecīgajā pasākumā.

Īpašiem viesiem, runātājiem plenārsēdēs vai paneldiskusiju vadītājiem tiek nodrošināts brīvs transports, izvietošana un ēdināšana, kad vien iespējams. Lai kāds arī būtu gadījums, viesiem ir skaidri jāpastāsta par noteikumiem, uz kādiem viņi ir uzaicināti piedalīties.

Uzņēmējas valsts/institūcijas **oficiālās personas** (ministri, valsts sekretāri, direktori, inspektori, gubernatori, mēri un citi) ir arī jāuzaicina savlaicīgi.

Atsevišķos gadījumos un noteiktām cilvēku kategorijām tiek nosūtītas pa pastu **oficiālas vēstules**, lai paziņotu par pasākumiem skolām, universitātēm, ministrijām, profesionālo konsultantu asociācijām, skolotāju asociācijām un citiem.

Reģistrēšana

Reģistrācijas veidlapas izstrādāšana, drukātā (vai uz pasākuma informatīvās lapas, vai atsevišķi) vai elektroniskā formātā, sistematizē un ievērojami atvieglo organizētāju darbu. Veidlapa sniedz informāciju par pasākuma tematu un norises vietu, darba grupām, reģistrācijas un iesniegšanas gala termiņiem, prezentāciju vadlīnijām, dalības maksām (reģistrācijas maksu, saviesīgās programmas, izmitināšanas izdevumiem), ieskaitot atlaides par iepriekšēju reģistrēšanos, speciālas maksas studentiem vai par daļēju piedalīšanos (piemēram, vienu dienu) utt.

Šo pašu reģistrācijas veidlapu var izmantot **viesnīcas rezervācijai** (vienvietīgs, divvietīgs numurs, ar brokastīm vai bez). Tā dalībniekiem ir iespējams izvēlēties saskaņā ar savām personīgām prasībām, dažādu viesnīcu piedāvājumus (dažādi cenu, komforta ziņā utt.). Visu, kas ir relatīvs izvietošanai, vajadzētu uzticēt ceļojuma aģentūrai vai arī dalībniekiem vajadzētu pašiem veikt rezervāciju pēc tam, kad ir saņēmuši visu nepieciešamo informāciju par ieteiktajām viesnīcām. Abos gadījumos organizētājiem ir jāpārbauda veiktās rezervācijas viesnīcās un jārisina konkrētas situācijas ar administratoriem.

Izmitināšanas sagatavošanas darbus (rezervācijas, priekšapmaksas, papildu pakalpojumi, kā transports no lidostas un citi) jāveic labu laiku iepriekš, lai izvairītos no ķibelēm, kādas rodas, ja viesnīca nav piemērota (izcenojums, ērtības, attālums, labierīcības).

Daudzām viesnīcām ir savas mājaslapas ar iespēju rezervēt tiešsaistē; organizatoriem šīs vietas ir jāpārbauda un apstiprinājums jānosūta iespējamiem dalībniekiem.

Aicinājums iesniegt referātus

Šo pašu reģistrācijas veidlapu izmanto, lai iesniegtu prezentāciju, minot virsrakstu un to, kāds īpašs aprikojums ir nepieciešams.

Skaidri un detalizēti ir jāprecizē valoda, uzstāšanās laiks un vadlīnijas. Parasti tiek prasīts *Microsoft Word* dokuments ar virsrakstu, autora vārdu un profesionālo/zinātnisko titulu, saistīto institūciju, adresi, tālruni, faksu, e-pastu, 6-10 rindu rezumējumu, kam seko 5-10 lappuses, ieskaitot bibliogrāfiju, Times New Roman šriftā, fontu izmērs 12, 1,5 atstarpe starp rindām, A4 lapas formāts, lapas mala -2,5 cm.

Referātus var prezentēt dažādos veidos: pie apaļā galda, demonstrāciju sesijās, darba grupās, paneldiskusijās, profesionālu situāciju simulācijās utt.

Citi svarīgi aspekti

Dalībnieku mapes satur: pasākuma programmu, papīru/piezīmju bloku personīgiem pierakstiem, referātu tēzes, dalībnieku vārdu un e-pasta adresu sarakstu, saviesīgo programmu, reklāmas skrejlapīņas, pilsētas/apvidus/valsts karti, marķētu pildspalvu, dalībnieka piespraudi, iespējams CD ar tradicionālu mūziku, peles palkiņi, nozīmītes un citi.

Jāatceras izdrukāt un izstādīt **izkārtnes** un **paziņojumus** attiecībā uz programmu, darba grupu norises vietu un laiku, transporta sarakstu utt.

Dalībnieku piespraudes (Name tag) dalībniekiem, plenārsēžu runātājiem, īpašiem viesiem, eksponētājiem (ar iestādes logo un pasākuma nosaukumu, vārdu, uzvārdu, valsti), un citā krāsā organizētājiem (prezidentam, dažādu komiteju biedriem, tehniskajam personālam un citiem).

Galda zīmes (Labels) ar pasākuma vadītāja, runātāju un darba grupu vadītāju vārdiem un valsti savlaicīgi ir jāiespiež un jānovieto pirms katras sesijas.

Pasākuma norises laikā jābūt dalībniekiem domātam **informācijas dēlim** (nodrošina informāciju par darba grupām, dalībniekiem, saviesīgo programmu, informāciju par pilsētu, valsti, transportu, laika apstākļiem, medicīnisko palīdzību, kultūras un sporta pasākumiem, suvenīru veikaliem utt.)

Pienākumus ar papildu vienošanos var deleģēt **specializētām firmām**: izvietošana, ēdināšana, transports no ierašanās vietas uz viesnīcu, norises vietu utt. Šajā gadījumā organizatoriskās izmaksas būs ievērojami augstākas.