



# PORADNICTWO ZAWODOWE

## Prezentacja wybranych zagadnień



### PORADNIK DLA DORADCÓW ZAWODOWYCH



**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA  
WIELKOPOLSKIEGO**

**WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY  
W POZNANIU**

*Zdjęcia na okładce autorstwa:*

- *Cottonbro z Pexels (lewe górne)*
- *Ketut Subiyanto z Pexels (prawe górne)*
- *Ann Nehr z Pexels (dolne)*

*Opracowanie poradnika:*  
*Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu*  
*Centrum Informacji*  
*i Planowania Kariery Zawodowej*  
*Poznań, 2021 rok*

## SPIS TREŚCI

|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Wstęp .....</i>                                         | <i>5</i>  |
| <i>Początek rozmowy .....</i>                              | <i>7</i>  |
| <i>Empatyczne podążanie za klientem .....</i>              | <i>10</i> |
| <i>Co mówi doradca – co słyszy klient .....</i>            | <i>14</i> |
| <i>Autoprezentacja – znajdź w sobie mocne strony .....</i> | <i>17</i> |
| <i>Asertywność .....</i>                                   | <i>22</i> |
| <i>Doradcza autorefleksja .....</i>                        | <i>29</i> |



## WSTĘP

Każdy z nas przeżywa mniejsze bądź większe kryzysy w sferze osobistej, rodzinnej czy zdrowotnej. I pewnie każdy z nas potrzebuje w trudniejszych chwilach wsparcia drugiego człowieka, choć z różnych powodów nie zawsze po nie sięga. Pomoc niejedno ma imię. Czasami wystarczy rozmowa z kimś bliskim przy dobrej kawie, uśmiech, przyjacielska rada, życzliwość i empatia. Ale nie zawsze. Bywa, że trzeba sięgnąć po specjalistyczną pomoc. W zależności od problemu – prawną, medyczną, psychoterapeutyczną.

Nierzadko kryzys dotyka także sfery zawodowej – utrata pracy, niepowodzenia rekrutacyjne, syndrom wypalenia, pracoholizm, brak pomysłu na siebie i zagubienie w świecie szybko zmieniających się danych. To tylko kilka potencjalnych trudności, lista indywidualnych problemów byłaby znacznie dłuższa. W obliczu takich kryzysów człowiek nie musi być sam. Warto aby wówczas rozważyć spotkanie z doradcą zawodowym.

Poradnictwo zawodowe odgrywa ważną rolę w kształtowaniu postaw i rozwijaniu umiejętności, pozwalających odczuwać satysfakcję z wykonywanego zajęcia. Dobrze jeśli w praktyce przybiera ono formę poradnictwa całonocowego, a jego realizacja dostosowana jest do etapu edukacji bądź kariery, na którym znajduje się człowiek. Każdy etap doradztwa jest ważny i wpływa na kolejne.

Poradnik, który oddajemy w Państwa ręce dotyka wybranych zagadnień pracy z dorosłym klientem. Mamy nadzieję, że zawarte w nim refleksje na temat poradnictwa zawodowego, będą pomocne w Państwa pracy z klientami.



## POCZĄTEK ROZMOWY

Jednym z istotnych czynników efektywności doradztwa zawodowego jest relacja pomiędzy klientem, a doradcą. Po stronie doradcy, jako gospodarza spotkania, wymagana jest dbałość o atmosferę partnerstwa i poufności, ale też o własny komfort pracy.

Doradca początkowo nie wie nic na temat klienta, klient na ogół nic nie wie o doradcy. Pierwsze wrażenie może wpływać na to, jak będzie postrzegana sama usługa pomocy. Skoro uczymy klientów jak dobrze prezentować się na rozmowach kwalifikacyjnych, mówimy jak ważne jest pierwsze wrażenie, pamiętajmy, że również doradca zawodowy powinien zadbać o właściwą autoprezentację. Jest to czynnik zwiększający prawdopodobieństwo nawiązania pozytywnej relacji.



Zdjęcie autorstwa SHVETS production z Pexels

Elementy składające się na pierwsze wrażenie, choć wydawać się mogą subtelne i niezauważalne, na ogół są dostrzegane przez klienta. Przyjazny ton głosu podczas powitania, kontakt wzrokowy, życzliwy uśmiech, z pewnością pomogą nawiązać kontakt.

W związku z rozwojem usług doradczych online, pamiętajmy również o dopracowaniu szczegółów przekazu w tej formule. Jeśli jest to przykładowo rozmowa telefoniczna, będziemy przede wszystkim bazować na głosie. Jego ton i modulacja będą odgrywały duże znaczenie.

Nie zapominajmy też, że pogubiony zawodowo klient, nierzadko z obniżoną samooceną, będący w sytuacji konieczności skorzystania z czyjejś pomocy, może być szczególnie wyczulony na wysyłane w jego kierunku komunikaty, zarówno werbalne jak i niewerbalne.

Spróbujmy wsłuchać się w to z czym klient przychodzi. W trakcie przeprowadzania standardowego wywiadu przyjrzymy się słowom, od których rozpoczyna swoją historię. Czasami pierwsze wypowiedziane słowa to ważny aspekt sprawy, z którą się zgłosił. Nawet jeżeli praca z klientem opiera się na kwestionariuszu do uzupełnienia, zadajmy na początek pytanie otwarte. Przyjrzymy się temu, jakich słów używa opisując siebie, jaka autocharakterystyka dominuje – pozytywna czy negatywna, język nadziei czy rezygnacji, motywacja wewnętrzna czy zewnętrzna. Ostatni z wymienionych czynników – motywacja do skorzystania ze wsparcia może zawierać się w następujących sformułowaniach:

❖ *„Żona namówiła mnie na zarejestrowanie się w urzędzie pracy”  
„Pani z pośrednictwa pracy mnie tu przysłała”*  
dominuje motywacja zewnętrzna

❖ *„Dostrzegłem w Państwa ofercie zajęcia, które mnie zainteresowały”  
„Skończyły mi się pomysły, potrzebuję opinii kogoś kto zna się na rynku pracy”*  
dominuje motywacja wewnętrzna

Nie można nie zauważać ważnej potrzeby klienta – bycia partnerem w rozmowie oraz wysiłku, jaki wkłada w prezentację dotychczasowych aktywności życiowych i zawodowych, pomimo kryzysu, którego doświadcza.

Naturalne jest, że u doradcy podczas słuchania opowieści nowo poznanego klienta pojawiają się różne przypuszczenia na temat

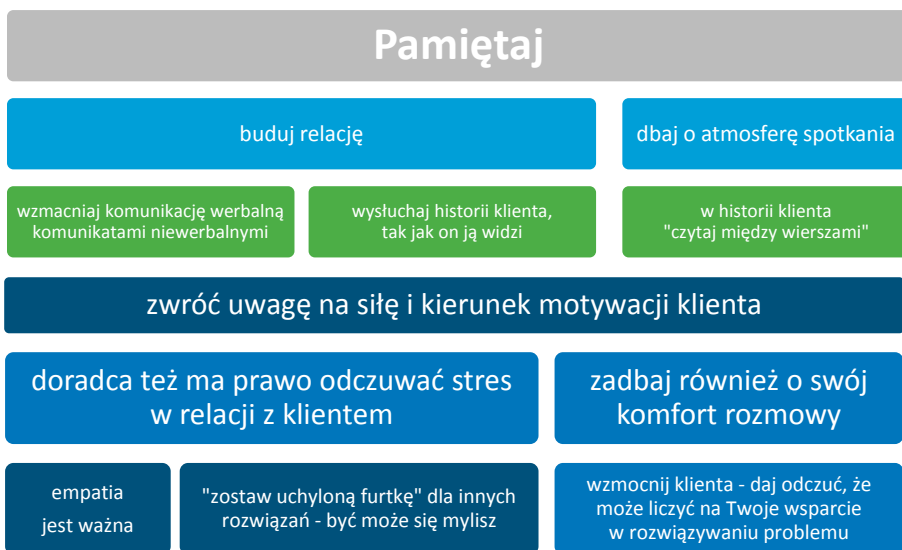


jego sposobu zawodowego funkcjonowania. Nie mogą one jednak pozostać wyłącznie w sferze niezweryfikowanych hipotez. A samych hipotez lepiej nie stawiać przedwcześnie.

Na zakończenie spotkania należy poświęcić chwilę na krótkie podsumowanie. Nowa sytuacja, zdenerwowanie, duża ilość informacji, nie sprzyjają samodzielnemu wyciąganiu wniosków przez klienta.

Dobrze, gdy spotkanie kończy się pozytywnym akcentem, nadzieją, że istnieje rozwiązanie problemu. Wzmocnienie klienta nie jest oczywiście równoznaczne z przyjacielskim pocieszeniem „wszystko będzie dobrze”.

Pierwsze spotkanie służy przede wszystkim wzajemnemu poznaniu się, wstępnemu zdefiniowaniu problemu i określeniu planu działania. Swobodnie opowiedziana przez klienta historia zawodowa, tak jak ją widzi i czuje, to klucz do poznania jego potrzeb, obaw i planów.



## EMPATYCZNE PODĄŻANIE ZA KLIENTEM

Dwie rozmowy, dwa kierunki pytań, dwa odmienne rezultaty. Czy którąś z rozmów można uznać za lepszą i co owo „lepiej” oznaczałoby w praktyce? Na początek – zapoznajmy się z dialogami.

### ROZMOWA PIERWSZA



**Klient:** Ostatnio kiepsko mi idzie.

**Doradca:** Na czym to polega, że kiepsko panu idzie?

**Klient:** Ciągłe czuję się zdenerwowany i spięty.

**Doradca:** ... (milczy)

**Klient:** To pewnie w związku z rozmową kwalifikacyjną, którą będę mieć w przyszłym tygodniu... (zamyślenie)

**Doradca:** A przygotowywał się pan już do tej rozmowy?

**Klient:** Tak.

**Doradca:** A ile czasu spędził pan na przygotowaniach?

**Klient:** Nie wiem, nie pamiętam, nie sądziłem, że to istotne.

**Doradca:** Intensywne przygotowania zwiększają poczucie pewności siebie na rozmowie.

- Klient:** *No to tak ze trzy dni na to poświęciłem.*
- Doradca:** *To świetnie. A nad jakimi pytaniami zastanawiał się pan?*
- Klient:** *No o dotychczasowe doświadczenie, o motywację do tej pracy, mocne i słabe strony.*
- Doradca:** *Myszę, że warto byłoby zastanowić się także nad pytaniem o zarobki i wizję siebie na tym stanowisku.*
- Klient:** *Ja raczej zastanawiam się jak pozbyć się moich obaw przed tą rozmową.*
- Doradca:** *Obawy przed rozmową to naturalny objaw, proszę się nie przejmować.*
- Klient:** *No skoro pani tak mówi...(zamyślenie, smutek)*

## ROZMOWA DRUGA



- Klient:** *Ostatnio kiepsko mi idzie...*
- Doradca:** *Na czym to polega?*
- Klient:** *Ciągle czuję się zdenerwowany.*
- Doradca:** *Może pan to opisać?*
- Klient:** *Trudno mi się zabrać do jakiegoś działania.*
- Doradca:** *Jakie działania ma pan na myśli?*
- Klient:** *Chodzi o przygotowanie się do rozmowy kwalifikacyjnej, którą mam w przyszłym tygodniu.*
- Doradca:** *Gratuluję zaproszenia na rozmowę!*

- Klient:** *Dziękuję, ale pewnie i tak zatrudnię kogoś innego. Zawsze tak jest.*
- Doradca:** *Ma pan realne powody, żeby tak sądzić?*
- Klient:** *No bo do tej pory się nie udawało i na ostatniej rozmowie nie poszło mi dobrze.*
- Doradca:** *Obawia się pan, że to się powtórzy.*
- Klient:** *Dokładnie tak...*
- Doradca:** *... (milczy)*
- Klient:** *Wiem, pewnie pani powie, że trzeba myśleć pozytywnie.*
- Doradca:** *Wiara w sukces oczywiście jest bardzo istotna. Myślę jednak, że można wierzyć w sukces i mieć też obawy. To naturalne, że gdy nam na czymś zależy to może pojawić się stres.*
- Klient:** *Nigdy tak o tym nie myślałem.*
- Doradca:** *A jak?*
- Klient:** *Raczej, że jak się boję, to tak jakbym sobie nie radził.*
- Doradca:** *A jak próbuje sobie pan radzić ze stresem przed rozmową z pracodawcą?*
- Klient:** *Próbuję odprężyć się na basenie.*
- Doradca:** *To dobrze, że ma pan swój sposób radzenia sobie ze stresem. Co jeszcze pan stosuje?*
- Klient:** *Ostatnio byłem z dziewczyną w kinie.*
- Doradca:** *I jak film?*
- Klient:** *A taka fajna komedia „Na opak”*
- Doradca:** *A tak słyszałam dobre opinie o tym filmie. Z tego co pan mówi, to potrafi pan znaleźć dla siebie sposoby na stres. A jak idą przygotowania do samej rozmowy kwalifikacyjnej?*
- Klient:** *... hmmm...*
- Doradca:** *... (milczy)*
- Klient:** *No to już gorzej. To mi jakoś nie idzie.*
- Doradca:** *To może zatrzymajmy się przez chwilę na tym. Co pan na to?*
- Klient:** *Dobrze.*
- Doradca:** *Pamiętam, że jakiś czas temu startował pan na stanowisko w administracji spółdzielni mieszkaniowej.*

*Rozmawialiśmy wtedy o różnych pytaniach i sposobach przygotowywania się. Co z tego mógłby pan wykorzystać przy tej rozmowie?*

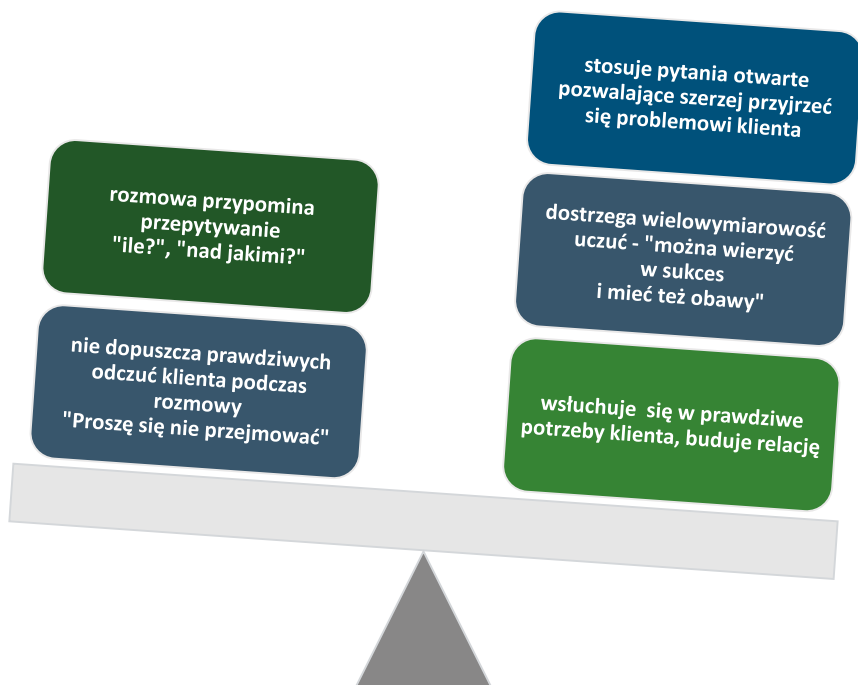
**Klient:** *No właśnie jakoś nie umiem tego odnieść do tej oferty pracy.*

**Doradca:** *Spróbujmy więc wspólnie się nad tym zastanowić.*

**Klient:** *Super. Samemu to tak trudno się za to zabrać.*

doradca w pierwszej rozmowie

doradca w drugiej rozmowie



empatyczne podążanie za klientem

## ***CO MÓWI DORADCA – CO SŁYSZY KLIENT***

Rozmowa jest kluczowym narzędziem pracy doradcy i pełni szereg istotnych funkcji, w tym daje możliwość zorientowania się w kondycji psychofizycznej klienta. Dzięki rozmowie klient ma możliwość „powrotu do siebie” po zwolnieniu z pracy bądź innych trudnych doświadczeniach zawodowych. Dlatego tak ważne jest, aby była ukierunkowana na konkretne cele i nie przypominała zestawu chaotycznych i przypadkowych pytań.

Warto sięgać zarówno po te otwarte – pogłębiające refleksję nad omawianym zagadnieniem jak i zamknięte – zmierzające do precyzowania odpowiedzi i ustalania faktów. Stosując głównie pytania otwarte należy być czujnym, by nie utracić kontroli nad przebiegiem spotkania, zwłaszcza gdy mamy do czynienia z gadatliwym klientem. W niektórych momentach rozmowy z tzw. gadułą, pytania zamknięte pozwolą uporządkować rozmowę i skupić się na meritum.

Wśród klientów urzędów pracy są osoby, które nie pracują od dłuższego czasu. Zalecane w takich przypadkach konsultacje w ramach poradnictwa zawodowego są nie lada wyzwaniem dla doradcy. Wśród osób długotrwale bezrobotnych nierzadko można spotkać osoby z mniejszą motywacją do podejmowania działania, brakiem wiary w poprawę jakości życia, z nastawieniem na przetrwanie „jakoś to będzie”, a nie na rozwój. Przyczyny takiej postawy są różne i zindywidualizowane, a samo doradztwo zawodowe dla osób oddalonych od rynku pracy to na ogół długofalowy proces, na którego powodzenie wpływa wiele czynników.

Jednym z nich jest taki dialog z klientem, który „narzuca” mu rolę osoby zdolnej do rozwiązywania zawodowych problemów i ponoszenia odpowiedzialności za swoje wybory. Doradca sygnalizując klientowi, że ten jest w stanie poprawić jakość swojego funkcyjono-

wania zawodowego, ma jednocześnie świadomość (i ją werbalizuje), że trudno klientowi zmienić dotychczasowe nawyki i pokonać wewnętrzne i zewnętrzne bariery. Prześledźmy jakie metakomunikaty zawierałyby poniższe pytania/stwierdzenia, gdyby podczas rozmowy doradczej skierowane zostały do osób długotrwale bezrobotnych – oddalonych od rynku pracy, a czasami również od aktywności w życiu społecznym.

**Gratuluję wygranej w konkursie kulinarnym. To duże osiągnięcie.  
Jak Pani rozwinęła tak duże umiejętności?**

- okazujemy zainteresowanie
- doceniamy sukces klientki
- sygnalizujemy, że to jej zasługa, a nie przypadku czy szczęścia

**Co Pan sądzi o takim rozwiązaniu?  
Jakie miałyby Pan korzyści z tego szkolenia?**

- pokazujemy, że klient jest partnerem w rozmowie
- sygnalizujemy, że to klient podejmuje decyzje i za nie odpowiada
- zachęcamy klienta do posługiwania się językiem korzyści

**Jakie działania Pani podejmie  
do czasu naszego następnego spotkania?**

- wierzymy w skuteczność klientki
- sygnalizujemy, że klientka jest również odpowiedzialna za aktywizację zawodową

**Jak długo jest już Pan osobą bezrobotną?**

- zwiększamy prawdopodobieństwo uaktywnienia się stereotypu bezrobotnego
- w pewien sposób sami dajemy sygnał, że klienta postrzegamy jako osobę bierną

**Nie można się bać zmian w życiu!**

**Musi sobie Pani z tym poradzić, nie ma innego wyjścia!**

- tylko pozornie wzmacniamy
- zwiększamy strach klientki przed zmianą
- jesteśmy dyrektywni

**Skieruję Pana na zajęcia aktywizacyjne.**

- klient nie ma poczucia, że od niego coś zależy
- klient może odczuć, jakby nie miał wpływu na decyzję



## **AUTOPREZENTACJA – ZNAJDŹ W SOBIE MOCNE STRONY**

Każdy z nas dysponuje indywidualnym potencjałem. Jeden świetnie tańczy, inny dobrze gotuje, a jeszcze inny doskonale odnajduje się w rachunkowości. Tylko, że niestety nie każdy człowiek potrafi spojrzeć na siebie przychylnym okiem. Mówimy wówczas, że zaniżona jest jego samoocena, nie myśli o sobie pozytywnie i skupia się bardziej na wadach niż zaletach. Nie istnieje jedna przyczyna takiej postawy. Wygórowane oczekiwania rodziców na etapie dojrzewania, trudne bądź traumatyczne przeżycia, perfekcjonizm, to tylko niektóre czynniki.

Problem w tym, że gdy samemu nie jest się przekonanym do własnych zalet, trudno przekonać o tym otoczenie. A właśnie rozmowa kwalifikacyjna czy późniejsze funkcjonowanie w miejscu pracy wymagają umiejętności autoprezentacji. Zdaniem psychologów zdro-



wa – adekwatna samoocena koreluje na przykład z racjonalizmem, twórczością, elastycznością i zdolnością do radzenia sobie ze zmianą. Osoby o wysokiej samoocenie są bardziej wytrwałe podczas realizacji zadań. Natomiast niska częściej idzie w parze ze sztywnością, lękiem przed nowym, nadmierną uległością lub wrogością wobec innych.

Czasami pojęcie wysokiej samooceny jest mylone z arogancją i przechwalaniem się. Cechy te jednak nie świadczą o wysokiej, lecz o niskiej samoocenie i wiążą się z potrzebą dominowania.

Poczucie własnej wartości, to konsekwencja naszych wewnętrznych strategii postępowania. Dlatego w doradztwie zawodowym trudno pracować nad nim w sposób bezpośredni. W praktyce należy więc podejmować działania nad asertywnością, poczuciem odpowiedzialności za siebie i samoakceptacją.

Nie da się rozpocząć pracy nad poczuciem własnej wartości w niewiedzy o sobie samym. Dlatego pierwszy krok dla klientów bywa trudny – człowiek staje przed koniecznością podniesienia poziomu własnej świadomości pomimo emocjonalnego oporu. Jeżeli człowiek nie przyzna się sam przed sobą, że często przyjmuje bierną postawę, to jak może nauczyć się być bardziej aktywnym?

Czyjaś niska samoocena niekoniecznie oznacza, że ta osoba nie potrafi osiągać wartościowych celów. Jednak jeżeli celem jest częste udowadnianie, że jest się „wystarczająco dobrym” zmniejsza się możliwość odczuwania satysfakcji ze swoich sukcesów. Dlatego właśnie osobie z niską samooceną tak trudno docenić siebie i uwierzyć innym, którzy podejmują takie próby.

Poziom samooceny może podnosić się i opadać wielokrotnie w ciągu życia. Pewność siebie zmienia się w zależności od kontekstu. Można być pewnym siebie w pracy, a znacznie mniej w życiu codziennym lub na odwrót. Niektórym brakuje pewności siebie tylko w określonych sytuacjach, innym – niemal we wszystkim co robią. Większość z nas mieści się pomiędzy tymi skrajnościami.

Zalety mogą przerażać nie mniej niż wady. Wady wywołują poczucie niedostosowania: „nie umiem”, „inni robią to super, ja nie”. Zalety zmuszają do brania odpowiedzialności: „przecież mam możliwości, więc dlaczego ich nie wykorzystuję...” Poczucie własnej wartości odgrywa bardzo ważną rolę, jednak na sukces może mieć wpływ także nasz poziom energii, inteligencja, potrzeba osiągnięć i inne czynniki.



Zdjęcie autorstwa Tim Douglas z Pexels

Pewność siebie – szczególny dar dla wybranych czy stan osiągalny dla każdego? Każde z tych stwierdzeń może być prawdziwe w zależności od indywidualnego nastawienia do zmiany. Zmiana jest możliwa, jeżeli człowiek się w nią zaangażuje.

Prowadzone w WUP Poznań od wielu już lat konsultacje i warsztaty z szeroko rozumianej tematyki autoprezentacji pokazują, że praca z klientem w tym obszarze wymaga od doradcy dużego wyczucia, empatii i podążania za klientem w tempie dopasowanym do jego możliwości uczenia się nowych zachowań. Nic nie przyspieszy natury procesu budowania pozytywnego obrazu siebie. Poniżej prezentujemy Państwu refleksje z indywidualnych i grupowych spotkań doradczych z obszaru wzmacniania poczucia pewności siebie i budowania autoprezentacji.

## REFLEKSJE DORADCZE Z ROZMÓW Z KLIENTAMI

- ❖ Trudno jest pracować nad autoprezentacją jeżeli nie zostało wzmocnione poczucie własnej wartości klienta. Wzmocnienie samooceny to pierwszy etap pracy z klientem w takim przypadku.
- ❖ Lepsza znana samokrytyka niż niespodziewana krytyka ze strony innych. Ta maksyma to sposób klientów na poradzenie sobie z napięciem czekania na ewentualne negatywne komentarze innych osób.
- ❖ Po samokrytyce wyrażonej przez klienta (w grupie warsztatowej) na ogół następuje etap pocieszenia ze strony innych wraz z reakcjami typu: *„wcale nie było tak źle jak mówisz”*.
- ❖ Klienci z niską samooceną grają w „tak, ale”

Doradca: *„Wybrała Pani trafne przykłady mocnych stron na rozmowę kwalifikacyjną”*

Klientka: *„Tak, ale stanowczo za mało ich podałam”*.

- ❖ Klienci stosują zapobiegawcze usprawiedliwienia przed autoprezentacją na forum grupy warsztatowej, mające zminimalizować ryzyko krytyki:

*„Miałam bardzo mało czasu na przygotowanie się”*

*„To na pewno nie będzie takie idealne jak profesjonalna prezentacja”*

*„Ten temat to tak na szybko wymyśliłem tuż przed spotkaniem”*

*„Moja prezentacja nie będzie tak barwna jak u Kasi, po prostu zwyczajne informacje o moim hobby”*.

- ❖ *„Dziękuję za miłe słowa, ale powiedzcie mi co robię źle, bo to jest dla mnie teraz najważniejsze”*

Klienci usilnie poszukują w sobie niedoskonałości.

- ❖ Konieczność rozpoznawania zasobów nie zawsze jest dla klientów oczywistym etapem w poszukiwaniu pracy. Ze względu na obniżoną samoocenę, doświadczane porażki, komunikaty pochodzące z otoczenia odczytują jako negatywne częściej niż w rzeczywistości ma to miejsce. *„Wypada Pan dobrze na rozmowie kwalifikacyjnej, tylko mógłby się Pan więcej uśmiechać”* – to na ten brak uśmiechu częściej zwrócą uwagę.
- ❖ *„Jestem nieudacznikiem”* – to pesymistyczne sformułowanie może pełnić funkcję mechanizmu obronnego, zwalniającego z intensywnego wysiłku. Z powodu niskiej samooceny klient uważa, że nie jest w stanie opanować nowej umiejętności wymaganej na rynku pracy. Z drugiej strony nieposiadanie tej umiejętności zabezpiecza go przed konfrontacją, że nawet po szkoleniu może nie być wystarczająco atrakcyjnym kandydatem.
- ❖ Warto tworzyć okazję do drobnych sukcesów i wzmacniania klienta: *„Świetnie, że skontaktowała się Pani z tym pracodawcą”, „Ciekawie Pan opisał swoje zalety w liście motywacyjnym”*.
- ❖ Podczas pracy nad umiejętnościami klienta warto stosować listy kompetencji. Na ogół klient chętnie zaznacza opisujące go określenia. Rezultat wypełnionej kartki bywa mocno wzmacniający.
- ❖ Odzyskanie świadomości swoich zasobów nie jest równoznaczne ze schematycznym bilansem mocnych i słabych stron. Klient musi mieć też możliwość opowiedzieć o swoich doświadczeniach na swój indywidualny sposób.
- ❖ Nie każda słaba strona czy porażka sygnalizowana przez klienta, to wskaźnik jego niskiej samooceny. Klient może po prostu informować o braku jakiejś umiejętności czy obawach związanych z poszukiwaniem pracy.

Odkrywanie swoich mocnych stron i budowanie pozytywnego obrazu siebie, to proces, na który potrzeba czasu. Często doradca w urzędzie pracy uczestniczy w jakimś etapie tego procesu, jednak podjęte przez niego działania mogą stać się istotną składową całości.

## ASERTYWNOŚĆ

Asertywność to umiejętność, którą warto wzmacniać zarówno u klienta poszukującego pracy, jak i u siebie jako doradcy. U klienta – bo to umiejętność, która dodaje siły w rozmowie z pracodawcą na etapie rekrutacji i później, w okresie zatrudnienia, podczas zawodowych wyzwań. U siebie – aby umieć ochronić siebie w sytuacjach nadmiernych oczekiwań ze strony niektórych klientów. Asertywność w aspekcie społecznym, to funkcjonowanie z poszanowaniem praw innych osób, jak i swoich.

Z pewnością wiedza doradców na temat asertywności jest duża. Rozdział ten nie ma więc na celu przytaczania szeregu definicji i omawiania przykładów asertywnego zachowania, lecz prezentację spostrzeżeń z prowadzonych przez wiele lat w WUP Poznań „Warsztatów umiejętności asertywnych”. Przytoczone wskazówki mogą przydać się w pracy z klientami potrzebującymi wsparcia w zakresie nauki asertywności.

Na początek kilka najczęściej zadawanych przez klientów pytań wraz z przykładowym kierunkiem omówienia danego aspektu asertywności.

## **Czy rzeczywiście pracodawca potrzebuje asertywnego pracownika?**

Asertywny pracownik to taki, który wierzy w siebie i potrafi komunikować się z otoczeniem z poszanowaniem praw swoich i innych. Wyobraźmy sobie sytuację, w której pracownik popełnił błąd i szef wyraża swoją negatywną opinię na temat wykonania jakiegoś zadania. Pracownik, który potrafi asertywnie reagować na krytykę łatwiej przyjmie uwagę krytyczną, nie będzie chował urazy i szybciej skupi się na poprawieniu błędów, które popełnił.

## **Czy asertywność pomoże mi wpływać na przekonania innych ludzi?**

Celem asertywności nie jest zmiana przekonań innych osób, lecz wyrażenie swojego zdania, bycie wyrazistym, zauważalnym dla otoczenia. Poprzez asertywne zachowania mogę być bardziej w zgodzie z tym, co myślę, co czuję. Poza tym asertywny sposób komunikowania się z drugą osobą, kiedy nie będzie się czuła przez nas atakowana, może ją skłonić do zastanowienia się nad własną postawą.

## **Dlaczego czasami tak trudno być asertywnym?**

Uczestnicy zajęć z asertywności często mówią „a co jeśli ona się na mnie obrazi”, „moje zdanie nikogo nie zainteresuje”, „przyjaciółka poczuje się zraniona, jak jej nie pożyczę pieniędzy”, „szef mnie zwolni, jak poproszę o podwyżkę”. To tylko wybrane przykłady barier, jakie pojawiają się, gdy ktoś chce zachować się asertywnie. Trudności z asertywnością na ogół związane są z niską samoocena, nieumiejętnością chronienia swoich granic, stawianiem swoich praw wyżej bądź niżej w stosunku do praw innych osób. To oczywiście ogólne przykłady, trudności z asertywnością przeżywane są w indywidualny sposób.

## **NAUKA ASERTYWNOŚCI, MOTYWACJA DO WYTRWANIA W ZMIANIE**

### **wskazówki praktyczne do pracy doradczej**

- ❖ Zmiana jest możliwa.
- ❖ Klientowi może pomóc wiedza o samym procesie zmiany. Nie chodzi o nastawienie się na trudności, ale o świadomość, że ich pojawienie się jest naturalne.
- ❖ Ważna jest właściwie postawiona poprzeczka wyzwania – lepiej nie zaczynać nauki asertywności od najbardziej skomplikowanej sytuacji.
- ❖ Warto, aby na początku klient zapisywał sobie to co chce powiedzieć w duchu asertywności. Niech powie to na głos, przećwicz z kimś życzliwym.
- ❖ Przed nową sytuacją może przyjść pokusa „może lepiej nie mówić, po co wprowadzać niepotrzebne napięcie”. To lęk docho-  
dzi do głosu. Łatwo wtedy o unikanie wyzwania.
- ❖ Ćwiczenia z asertywności warto stosować podczas takich zajęć, w których klienci zainteresowani są zmianą zachowania i ucze-  
niem się bycia sobą – zachowaniem się zgodnie ze swoimi uczu-  
ciami, pragnieniami, przekonaniami, przy jednoczesnym posza-  
nowaniu praw innych osób.
- ❖ Celem zajęć z asertywności nie powinno być nauczanie uczestni-  
ków jednego szablonu zachowania. Gdy uczymy się zachowania  
w konkretnej sytuacji, dobieramy taką treść wypowiedzi,  
na którą sami dajemy sobie przyzwolenie. Ucząc się asertyw-  
ności szukamy indywidualnego sposobu zachowania, zależnie  
od konkretnej sytuacji, człowieka, celu jaki chcemy osiągnąć.



- ❖ Prawdziwa asertywność jest czymś więcej niż sprawnym posługiwaniem się technikami. To nie tylko sposób w jaki komunikujemy się z otoczeniem, lecz także wyznawane przez nas wartości i wypływająca z nich postawa wobec samego siebie oraz innych. Jeśli ktoś stosuje techniki asertywności po to aby pokonać drugą osobę, obnażyć jej słabości, to tego nie można nazwać asertywnością.



- ❖ Aby człowiek był asertywny musi przede wszystkim chcieć tak właśnie żyć. Oczywiście asertywność nie jest jedyną drogą psychologicznego rozwoju, jeżeli jednak ktoś wybiera ten wariant jako podstawę orientacji w świecie między ludźmi, a jednocześnie okazuje się, że nie potrafi żyć zgodnie z wybranym wariantem, to oznacza, że istnieją w jego życiu psychologiczne blokady i ograniczenia, które utrudniają lub uniemożliwiają realizację tych celów.
- ❖ Nowe zachowania mogą być początkowo odczuwane przez klienta jako nienaturalne, sztuczne, niepasujące do niego, mogą też być źródłem frustracji, jeśli coś nie idzie po jego myśli – tak po prostu jest ze zmianą.

- ❖ Wielu klientom na początku asertywność kojarzy się przede wszystkim z mówieniem „nie”. To bardzo wąska definicja, podczas spotkań należy pokazać asertywność w szerszej odśłonie.
- ❖ Klienci podczas rozmów o asertywności mogą przytaczać różne sytuacje od zawodowych po rodzinne, towarzyskie. Zdarzyć się jednak mogą sytuacje trudniejsze, dotyczące wieloletnich niepokładanych relacji rodzinnych, które nie są możliwe do rozwiązania podczas zajęć warsztatowych. Takie problemy mogą być omawiane podczas treningów asertywności bądź psychoterapii. W takich przypadkach przykłady zgłaszane do omówienia nie mogą być w pełni zrealizowane, co najwyżej jakiś ich „najłatwiejszy” wątek.



Zdjęcie autorstwa Gary Barnes z Pexels

- ❖ Istotne jest modelowanie zachowań asertywnych przez osobę prowadzącą zajęcia np. gdy ktoś chce wywrzeć nacisk, gdy dojdzie do jakiegoś sporu w wyrażaniu poglądów, gdy osoba prowadząca ma inne zdanie niż część uczestników.
- ❖ Rzucanie się na głęboką wodę może zdemotywowwać. Warto stosować metodę małych kroków i nagradzać się za nie, doceniać siebie za odwagę.

- ❖ Przy wprowadzaniu zmian dobrze być dla siebie wyrozumiałym, pozwolić sobie na krok w przód, ale i w tył.
- ❖ W prowadzeniu zajęć ważne jest odpowiednie prezentowanie technik asertywnej komunikacji, gdyż pierwsze zetknięcie się z nimi wywołuje czasem poczucie sztuczności, nienaturalnego wypowiadania się. Z jednej strony trudności w używaniu nowych form komunikacji związane są z naturalnym procesem uczenia się, kiedy nowe wydaje się trudne, inne, z drugiej strony wynikają one z utrwalonego i nawykowego sięgania po znajome uległe bądź agresywne formy komunikacji.
- ❖ Ważna jest praca nad komunikacją niewerbalną – czasami klient wypowiada co prawda to, co zaplanował, ale przybiera przy tym taką postawę ciała, że jego słowa brzmią zupełnie nieprzekonująco. Np. klientka zwraca się do koleżanki „Nie lubię jak zwracasz się do mnie w taki sposób. Nie mów tak do mnie”, a jednocześnie jej odchylone do tyłu ciało, ze zwiniętymi ramionami, zapadniętą klatką piersiową i pochyloną głową, wydają się mówić „Obawiam się ciebie i nie ma siły, aby ci się przeciwstawić”. Warto wtedy szukać takiej postawy ciała, która doda siły.
- ❖ Niektórzy ludzie są skłonni do wielu „poświęceń”, żeby nie powiedzieć wprost co myślą.
- ❖ Gdy nie wiadomo jak się zachować, warto zadać sobie pytanie, co w danej sytuacji zrobiłby mój asertywny wzór do naśladowania (mama, koleżanka, partner, szef itp.)
- ❖ Wskaźnik obserwacji zmiany – czy po danym zachowaniu wzrósł szacunek do samego siebie, czy też coś go osłabiło?
- ❖ Znajomość siebie, wzięcie pod uwagę swoich wartości, odpowiedzialność za siebie pomagają odróżnić sytuację, w której warto powiedzieć „tak”, od takiej, w której lepiej jest odmówić i nie angażować się w nią.



Zdjęcie autorstwa SHVETS production z Pexels

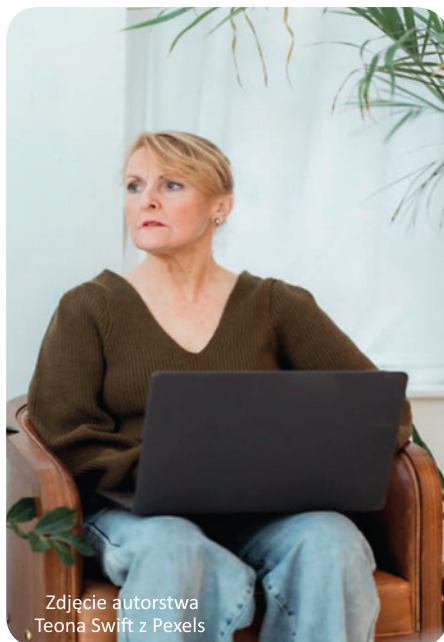
- ❖ Umiejętność dostrzegania własnych potrzeb, uczuć, opinii oraz granic jest podstawą dobrego kontaktu ze sobą – bez tego nie ma asertywności.
- ❖ Dyskomfort odczuwany w trakcie pewnych sytuacji lub po nich (czasem jest on odroczony w czasie), to sygnał, aby zadbać o siebie i swoje granice.
- ❖ W sferze zawodowej asertywność jest szczególnie ważna, choć dla części osób trudna w zastosowaniu – pozwala ochronić się przed przymusem spełniania nieadekwatnych, źle zaadresowanych lub niewyrażonych oczekiwań.

### Ćwiczenie „Moi rozmówcy”

Jako doradca zawodowy spotykasz się na co dzień z różnymi osobami. Każdy klient ma swoją indywidualną osobowość, specyficzne cechy, postawy, wartości i oczekiwania. Choć zadaniem doradcy jest udzielenie pomocy każdemu kto odczuwa trudności na rynku pracy i zgłasza się na konsultację, to jednak nierzadko osobowość wspierającego, jego kompetencje, doświadczenie doradcze, szczególnie predysponują go do pracy z określoną grupą klientów. Na ogół, w praktyce, doradca zatrudniony w urzędzie pracy prowadzi różne pod względem problematyki zawodowej konsultacje. Tym bardziej zalecana jest co jakiś czas doradca autorefleksja.

Analiza omawianych przypadków, ponowne zastanowienie się nad zaproponowanymi klientowi rozwiązaniami pokonania kryzysu zawodowego i wreszcie przyjrzenie się samej relacji z klientem mogą mieć dla doradcy charakter rozwojowy. Można to zrobić w formule ćwiczeń.

Jedno z nich zatytułowane roboczo „Moi rozmówcy” polega na wybraniu z tabelki określić pod różnym względem opisujących klientów i dołączeniu zdań.



Zdjęcie autorstwa  
Teona Swift z Pexels

Dobrze, że do mnie trafił...  
Dlaczego?...

Cieszy mnie spotkanie z ...  
Dlaczego?...

Złości mnie...  
Dlaczego?...

Obawiam się...  
Dlaczego?...

|                                                          |                                |                                 |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| klient „tak, ale”                                        | wieczny<br>marzyciel           | zaangażowany,<br>współpracujący |
| typ milczka                                              | w depresji                     | niezdecydowany                  |
| ciągle analizujący,<br>trudno mu przejść<br>do działania | z roszczeniami                 | bez kwalifikacji                |
| z wysokimi<br>kwalifikacjami                             | zawsze wie lepiej              | załękniony                      |
| wesoły                                                   | z konkretną wizją na<br>siebie | kłótlivy                        |
| gadula                                                   | perfekcjonista                 | student                         |
| młody                                                    | dojrzały                       | 50+                             |
| powracający na rynek<br>po wielu latach                  | niepełnosprawny                | wyuczona bezradność             |
| z zaburzeniami<br>osobowości                             | otwarty                        | odpowiedzialny<br>za siebie     |
| interesujący                                             | wymagający                     | ostrożny                        |
| mający duże oczeki-<br>wania wobec doradcy               | kobieta                        | mężczyzna                       |
| smutny                                                   | gotowy do zmiany               | z poczuciem humoru              |



Można dokończyć zdania używając dodatkowo swoich określeń. Istotne jest aby każdorazowo zastanowić się nad uzasadnieniem swojego wyboru. Dzięki takiej mini analizie można lepiej zrozumieć swoje samopoczucie, komfort pracy, kreatywność proponowanych rozwiązań w zależności od relacji z konkretnym klientem. W relacji pomocowej ważne jest zarówno rozumienie klienta jak i siebie jako doradcy.

## Ćwiczenie „Skala wpływu”

Poniżej znajduje się kilka sytuacji z codziennej praktyki doradczej. Przy każdej z nich znajduje się skala subiektywnego poczucia wpływu na daną sytuację. Zaznacz na skali taki % jak to odczuwasz w swojej codziennej pracy, odnieś się do tego, jak spostrzegasz taką sytuację z własnej perspektywy. Przy swoich wyborach zanotuj również uzasadnienie.



Zdjęcie autorstwa Mikael Blomkvist z Pexels

### 1. Poprawa nastroju klienta.

---

0%

100%

Uzasadnienie wyboru:

2. Sukces zawodowy klienta.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:

3. Wsparcie klienta w przygotowaniu profesjonalnego CV.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:

4. Zadowolenie klienta z usługi poradnictwa zawodowego.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:

5. Wzrost motywacji klienta do poszukiwania pracy/do zawodowej zmiany.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:

6. Uzyskanie zatrudnienia przez klienta.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:

7. Przygotowanie klienta do rozmowy kwalifikacyjnej.

---

**0%** **100%**

Uzasadnienie wyboru:



## ODPOWIEDZ SOBIE NA KILKA PYTAŃ

- ❖ **Co wpływa na to, że zaznaczyłeś np. 60%?**  
**Wymień kilka czynników, które na to miały wpływ.**
- ❖ **Co jest w pozostałych 40%?**
- ❖ **W których sytuacjach z tych wymienionych chcesz mieć większy bądź mniejszy wpływ?**  
**Dlaczego?**  
**Czy jest to możliwe?**  
**Czy byłoby to dobre dla klienta?**  
**Czy byłoby to dobre dla Ciebie?**
- ❖ **To, że na skali nie zostało zaznaczone 100% nie oznacza, że nie dajesz z siebie 100% zaangażowania. Może pozostały procent zaangażowania to już odpowiedzialność klienta.**





