

Πώς βοηθούμε τον πελάτη να γνωρίσει τον εαυτό του

Δέσποινα Σιδηροπούλου-Δημακάκου

Στην πρώτη συνεδρία

- ▶ οι πελάτες συνήθως ξεκινούν να μιλούν στον σύμβουλο για το πώς αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους και την επαγγελματική τους κατάσταση.
- ▶ Το πρόβλημα που παρουσιάζεται και διερευνάται μπορεί να είναι
 1. σχετικά απλό και να σχετίζεται με την προσπάθεια του πελάτη να κατανοήσει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες του αναφορικά με τη σταδιοδρομία του ή
 2. κάτι πιο σύνθετο (π.χ. η έκφραση των συναισθημάτων απώλειας και θυμού ύστερα από μίαν απόλυση).

και στις δύο περιπτώσεις,

οι πελάτες συνήθως αναζητούν, φανερά ή συγκαλυμμένα διασαφήνιση και απαντήσεις στα ακόλουθα θέματα:

- *Ποιος είμαι; Πού βρίσκομαι τώρα;*
- *Τι θέλω; Πού θα ήθελα να είμαι;*
- *Τι τρόπους διαθέτω και τι μέσα μου παρέχει το περιβάλλον μου, ώστε να μπορέσω να προχωρήσω;*
- *Τι με εμποδίζει να προχωρήσω;*

Οι απαντήσεις του πελάτη σε αυτά τα ερωτήματα

- ▶ Μπορεί να είναι ανακριβείς, παραποιοημένες ή περιορισμένες με πολλούς τρόπους
- ▶ Ένας από τους στόχους αυτού του σταδίου είναι **να βοηθηθούν οι πελάτες να αναπτύξουν μια πιο αντικειμενική και ακριβή αυτογνωσία και να κατανοήσουν καλύτερα την κατάστασή τους**

Ποιος είμαι; (1/3)

- Οι πελάτες μπορεί να θέλουν να αναπτύξουν την αυτογνωσία τους στα ακόλουθα πεδία:
- Δεξιότητες
- Αξίες
- Ενδιαφέροντα
- Επιθυμίες και ανάγκες σχετικές με τη σταδιοδρομία
- Οφέλη από το παρελθόν (τι έχω αποκομίσει από στιγμές προσωπικής υπερηφάνειας, επιτευγμάτων, ικανοποίησης κλπ.)
- Κλίσεις, ικανότητες που θέλω να αναπτύξω.

Ποιος είμαι; (2/3)

- Οι πελάτες στην αυτοαξιολόγησή τους μπορεί να κάνουν ασαφείς δηλώσεις, γι' αυτό πρέπει να τους ενθαρρύνουμε να είναι συγκεκριμένοι,
- π.χ. μπορεί να δηλώσουν:
 - *Είμαι υπεύθυνο άτομο*
 - *Είμαι δημιουργικός*
 - *Θέλω να κάνω κάτι αξιόλογο*
 - *Τα πηγαίνω καλά με τους ανθρώπους, κλπ.*

Ποιος είμαι; (3/3)

- Οι πελάτες μπορούν να αξιολογήσουν τον εαυτό τους με συστηματικό τρόπο μέσω της χρήσης γραπτών εργασιών για το σπίτι και μέσω ψυχομετρικών εργαλείων.

Παραδείγματα εργασιών για το σπίτι

- Άσκηση: *Ευχάριστα γεγονότα* (σελ.126-128 & 310-311)
- Άσκηση: *Επιτεύγματα που μου δίνουν ικανοποίηση* (σελ.128-129 & 311-312)
- Άσκηση: *Μεταβιβάσιμες δεξιότητες*
- Άσκηση: *Αξίες*
- Άσκηση: *Αυτοεπιβεβαίωση*

Άσκηση: Ευχάριστα γεγονότα

- **Σκοπός:** Πολλοί άνθρωποι έχουν την τάση να ξεχνούν τις στιγμές της ψυχικής ευφορίας και του κεφιού ή να τις θεωρούν δεδομένες. Ο σκοπός αυτής της άσκησης είναι διττός:
- **Πρώτον,** να υπενθυμίσει στους πελάτες τις θετικές εμπειρίες που ίσως έχουν ξεχάσει. Αυτό μπορεί να είναι ενθαρρυντικό, ειδικότερα αν οι πελάτες θεωρούν την παρούσα τους κατάσταση ως αρνητική.
- **Δεύτερον,** βοηθάει τους πελάτες να αναγνωρίσουν διάφορα πρότυπα ευχάριστων γεγονότων, όπως «η σπουδαιότητα του να συνεργάζεσαι με άλλους ανθρώπους», τα οποία βοηθούν το σχεδιασμό της σταδιοδρομίας.

Άσκηση: Ευχάριστα γεγονότα

- ▶ **Μέθοδος:** Ζητείται από τον πελάτη να φτιάξει έναν κατάλογο ευχάριστων γεγονότων και να προσδιορίσει τι ακριβώς ήταν ευχάριστο σε αυτά. Ακόμη, ζητείται να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του που χρησιμοποίησε κατά το ευχάριστο γεγονός και να προσπαθήσει να φέρει στην επιφάνεια τις πιο σημαντικές πηγές της ευχαρίστησης.
- ▶ Το ευχάριστο γεγονός δεν χρειάζεται να είναι κάτι πολύ σπουδαίο, απλώς κάτι που ο ίδιος ο πελάτης ευχαριστήθηκε.
- ▶ Ο σύμβουλος χρειάζεται κάποιες φορές να βοηθήσει τον πελάτη να ανασύρει τέτοιου είδους μνήμες, ιδιαίτερα αν ο πελάτης είναι απογοητευμένος ή έχει την τάση να μειώνει τον εαυτό του.

Άσκηση: Επιτεύγματα που μου δίνουν ικανοποίηση

- **Σκοπός:** Όπως και στην άσκηση «Ευχάριστα γεγονότα», ο σκοπός αυτής της άσκησης είναι να αυξήσει την αυτοεκτίμηση του πελάτη, βοηθώντας τον να επικεντρωθεί σε θετικές αναμνήσεις και να αναγνωρίσει δεξιότητες, τις οποίες ενδέχεται να θέλει να χρησιμοποιήσει στη σταδιοδρομία του.

Άσκηση: Επιτεύγματα που μου δίνουν ικανοποίηση

- **Μέθοδος:**
- Ζητείται από τον πελάτη να φτιάξει έναν κατάλογο επιτευγμάτων που του έδωσαν ικανοποίηση και να τονίσει τι τον ικανοποίησε σε αυτά. Είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στο τι βρίσκει ο ίδιος ο πελάτης ικανοποιητικό και όχι σε αυτά που ικανοποιούν άλλους ανθρώπους.
- Ζητείται, κατόπιν, από τον πελάτη να προσδιορίσει τις δεξιότητες και τα προσόντα του που χρησιμοποίησε στο κάθε επίτευγμα και να προσπαθήσει να φέρει στην επιφάνεια τις πιο σημαντικές πηγές της ικανοποίησης.

Ψυχομετρικά εργαλεία

13

- ▶ Τεστ και ερωτηματολόγια που αξιολογούν ικανότητες, επαγγελματικά ενδιαφέροντα, επιθυμίες, ανάγκες και άλλα ψυχολογικά χαρακτηριστικά που σχετίζονται με τη σταδιοδρομία.

Τι θέλω; (1/3)

- Ποιες είναι οι επιλογές μου για το μέλλον;
- Ποιος είναι ο επαγγελματικός μου εαυτός;

Τι θέλω; (2/3)

- Ζητούμε από τον πελάτη να αποκαλύψει τα όνειρα του για το μέλλον του ή τους ανεκπλήρωτους πόθους του από την παιδική/εφηβική ηλικία του (βλ. πίνακα 4.2) ή
- Χρησιμοποιούμε την SFBT για να τον βοηθήσουμε να φανταστεί το μέλλον του με βάση τα ακόλουθα στοιχεία (βλ. πίνακα 4.3.):

Τι θέλω; (3/3)

Πίνακας 4. 3. Τα χαρακτηριστικά ενός καλά προσδιορισμένου επιθυμητού μέλλοντος

- Θετικό (τι επιθυμώ και όχι τι δεν επιθυμώ).
- Μικρής διάρκειας, συγκεκριμένο, και παρατηρήσιμο.
- Σημαντικό για τον πελάτη.
- Ρεαλιστικό.
- Σηματοδοτεί την έναρξη και όχι το πέρας κάποιων γεγονότων ή διαδικασιών.

Τι είδους μέσα μπορούν να με βοηθήσουν να προχωρήσω;

Τι με εμποδίζει;

➤ **Άσκηση: ΕΜΠΟΔΙΑ & ΓΕΦΥΡΕΣ**

(βλ. παράδειγμα σελ. 144-153 & 318-319)

- Με την άσκηση αυτή επιδιώκουμε να προσδιοριστούν τα εξωτερικά (περιβαλλοντικά) και τα εσωτερικά (ατομικά) εφόδια που διαθέτει ή όχι ο πελάτης και τα οποία σχετίζονται με κάποια επαγγελματική ιδέα.

Άσκηση: ΕΜΠΟΔΙΑ & ΓΕΦΥΡΕΣ

- ▶ **Μέθοδος:**
- ▶ Ζητείται από τον πελάτη να καταγράψει τις «**γέφυρες**», δηλαδή τα εφόδια που μπορεί να τον βοηθήσουν να πραγματοποιήσει την επαγγελματική του ιδέα. Οι τυπικές «γέφυρες» μπορεί να είναι οι δεξιότητες, η κατάρτιση, τα προσόντα, η εμπειρία, η υποστήριξη από τους άλλους, τα κίνητρα, τα προσωπικά χαρακτηριστικά, οι επαφές, οι γνώσεις, η υγεία, τα χρήματα, η αγορά εργασίας (παρούσα και μελλοντική).
- ▶ Τα **εμπόδια** μπορεί να είναι μια έλλειψη γεφυρών, καθώς επίσης και οι οικογενειακές υποχρεώσεις, κάποιο άλλο άτομο που στέκεται εμπόδιο στο δρόμο σου, κάποιες αυτοπεριοριστικές πεποιθήσεις, ο φόβος της αλλαγής κλπ.

Άσκηση: ΕΜΠΟΔΙΑ & ΓΕΦΥΡΕΣ

- ▶ Όταν ο πελάτης συμπληρώσει τον κατάλογο με τις «γέφυρες», τον αναλύει προσεκτικά, με βάση το συνοπτικό διάγραμμα επαγγελματικής προσωπικότητας.
- ▶ Ο σύμβουλος συζητά με τον πελάτη του κατά πόσο ο κατάλογος αυτός ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους μπορούν ξεπεραστούν τα εμπόδια.
- ▶ Κατόπιν, βοηθά τον πελάτη να επισημάνει κάποιες «γέφυρες» που παρέλειψε καθώς και αν, χρησιμοποιώντας κάποια «γέφυρα», μπορεί να εξαλείψει ένα βασικό εμπόδιο.

Άσκηση: ΕΜΠΟΔΙΑ & ΓΕΦΥΡΕΣ

- ▶ πολλοί πελάτες έχουν την τάση να βλέπουν τα εμπόδια ως «εξωτερικά» και χρειάζονται χρόνο για να συνειδητοποιήσουν ότι υπάρχουν και «εσωτερικά» εμπόδια,
- ▶ π.χ. χαμηλή αυτοεκτίμηση, υψηλά επίπεδα άγχους, ενοχές σχετικά με τις επιπτώσεις μιας απόφασης στους «σημαντικούς άλλους», θυμός και σύγχυση για την παρούσα κατάσταση ή αμφιθυμία.
- ▶ Μια τέτοια συνειδητοποίηση μπορεί να βοηθήσει τον πελάτη να αναπτύξει νέες και πιο παραγωγικές αντιλήψεις για το μέλλον.

«Οδοφράγματα», τα οποία μπορεί να σταθούν εμπόδια στον δρόμο προς την επίτευξη των στόχων του πελάτη

1. Ενδοβαλλόμενες (δοτές) αξίες

- ▶ Οι ενδοβαλλόμενες αξίες είναι αδιαμφισβήτητες (συνήθως ασυνείδητες) αξίες που βασίζονται στα μηνύματα που έχουν λάβει οι πελάτες από άλλους ανθρώπους (συνήθως τους γονείς) σε νεότερες ηλικίες.
- ▶ Το μήνυμα που υποκρύπτεται στις ενδοβαλλόμενες αξίες είναι
- ▶ *«Είσαι καλός μόνον αν...» (αν υπακούς τα «πρέπει» και τα «μη»).*
- ▶ Έτσι, οι ενδοβαλλόμενες αξίες μπορούν να εμποδίσουν το άτομο να αντιληφθεί σωστά τον εαυτό του και τον κόσμο, γεγονός το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένες επαγγελματικές αποφάσεις.

παραδείγματα ενδοβαλλόμενων αξιών

Πρέπει

- ▶ Να βρεις μια σίγουρη δουλειά.
- ▶ Να είσαι τέλεια/ος.
- ▶ Να γίνεις πιο επιτυχημένη/ος από τους γονείς σου.
- ▶ Να ανελιχθείς ιεραρχικά.
- ▶ Να έχεις ένα αξιοσέβαστο επάγγελμα.
- ▶ Να μπεις στο πανεπιστήμιο.
- ▶ Να προσληφθείς σε μία γνωστή εταιρεία.
- ▶ Να αποφασίσεις τι θες να κάνεις επαγγελματικά και να μείνεις πιστή/ός στην απόφασή σου, για την υπόλοιπη επαγγελματική σου ζωή.
- ▶ Να παντρευτείς και να γίνεις μια καλή μητέρα.
- ▶ Να βγάλεις πολλά χρήματα.

παραδείγματα ενδοβαλλόμενων αξιών

Δεν Πρέπει

- Να ρισκάρεις.
- Να κάνεις μια παραδοσιακά «αντρική» δουλειά (για μια γυναίκα).
- Να κάνεις μια παραδοσιακά «γυναικεία» δουλειά (για έναν άντρα).
- Να αλλάξεις επαγγελματική κατεύθυνση.
- Να είσαι περισσότερο ή λιγότερο επιτυχημένος/η από τους γονείς σου.
- Να χαραμίσεις τα προσόντα σου.
- Να μειωθεί ο μισθός σου.

«Οδοφράγματα», τα οποία μπορεί να σταθούν εμπόδια στον δρόμο προς την επίτευξη των στόχων του πελάτη

2. Αυτοπεριοριστικές πεποιθήσεις

- Ενώ οι ενδοβαλλόμενες αξίες είναι κυρίως ασυνείδητες και είναι απίθανο να εκφραστούν ευθέως από τους πελάτες, οι αυτοπεριοριστικές πεποιθήσεις είναι δηλώσεις που ο πελάτης τις κάνει πραγματικά (βλ. Πίνακα).

Αυτοπεριοριστικές πεποιθήσεις

- ▶ Δεν χρειάζομαι τη βοήθεια κανενός.
- ▶ Δεν μπορώ να ζήσω με λιγότερα από όσα κερδίζω τώρα.
- ▶ Κάπου υπάρχει η τέλεια δουλειά.
- ▶ Κανείς δεν μπορεί να με πάρει στα σοβαρά.
- ▶ Η ζωή είναι άδικη μαζί μου.
- ▶ Όλοι είναι καλύτεροι από μένα.
- ▶ Δεν θα γίνω αρκετά καλός/ή.
- ▶ Καλύτερα να μην προσπαθώ, παρά το να ρισκάρω να αποτύχω.
- ▶ Υπάρχει τόσος ανταγωνισμός που δεν θα μπορέσω να τα καταφέρω.
- ▶ Δεν μπορώ να αλλάξω τίποτα στη ζωή μου. Δεν έχω τη δύναμη.
- ▶ Δεν μπορώ να αλλάξω, είμαι αυτός που είμαι..

Αυτοπεριοριστικές πεποιθήσεις

26

- Οι επαγγελματικοί σύμβουλοι μπορούν να βοηθήσουν τον πελάτη να αναγνωρίσει και να αλλάξει τέτοιου είδους πεποιθήσεις, για παράδειγμα:

Πελάτης: Δεν θα γίνω αρκετά καλός.

Σύμβουλος: **Τι θα ήταν** αρκετά καλό;

Αρκετά καλός **για ποιόν;**

Αρκετά καλός **σε τι;**

Πώς θα κάνουμε καλύτερη χρήση των εργασιών που ανατίθενται για το σπίτι (1/2)

- ▶ Πάντα να ρωτάτε τους πελάτες πώς τους φάνηκαν οι εργασίες που τους δώσατε για το σπίτι.
- ▶ Μην υποθέτετε ότι, επειδή κάποιος πελάτης δεν απάντησε γραπτώς στις ασκήσεις, δεν σκέφτηκε καθόλου το θέμα. Για μερικούς πελάτες, η καταγραφή τέτοιων σκέψεων μπορεί να είναι δύσκολη και να σημαίνει ότι πρόκειται για μια δέσμευση, την οποία δεν είναι ακόμη έτοιμοι να κάνουν.

Πώς θα κάνουμε καλύτερη χρήση των εργασιών που ανατίθενται για το σπίτι (2/2)

- ▶ Όταν δίνετε οδηγίες στους πελάτες για τη συμπλήρωση των εργασιών, διαβάστε μπροστά τους τις οδηγίες και συζητήστε μαζί τους τυχόν ασάφειες, καθώς και πόσο χρόνο μπορούν να διαθέσουν.
- ▶ Επιβεβαιώστε τους πελάτες ότι και άλλοι πελάτες, στην αρχή, βρήκαν μερικές ασκήσεις λίγο δύσκολες (θέλουμε οι πελάτες να νιώθουν καλά, ακόμη κι αν δυσκολευτούν με κάποια άσκηση).