

## Ime modula 3

### Proces svetovanja

#### UVOD

Modul Proces svetovanja bo izboljšal znanje in spretnosti svetovalcev (ang. GSP) na področju kariernega svetovanja in svetovanja na splošno ter jim dal osnovna orodja in spretnosti za izvajanje svetovalnega procesa. Zagotovljene bodo splošne informacije o vrednotenju kratkoročnih in dolgoročnih rezultatov svetovanja. Tako bodo lahko svetovalci strukturirali svetovalni proces in obravnave v skladu s predlaganimi okviri, skupaj z uporabniki oblikovali natančne kariernne cilje in jih vodili skozi proces uresničevanja. Uporabniki modela kariernega svetovanja (ang. GSM) so: učenci, dijaki, študenti, maturanti, brezposelne osebe, zaposlene osebe, kmetje itd.

#### UČNI CILJI

Ob koncu modula bo udeleženec znal:

- Razlikovati storitve svetovanja
- Uporabiti korake modela svetovanja v praksi
- Prepoznati potrebe uporabnikov
- Vključevati veščine svetovanja
- Oceniti proces svetovanja

#### Znanje

Udeleženec bo znal:

- Opisati različne vrste svetovanja
- Opisati glavne koncepte kariernega svetovanja
- Razložiti proces sprejemanja kariernih odločitev
- Uporabiti korake modela kariernega svetovanja in veščine svetovanja
- Oceniti proces svetovanja

#### Spretnosti

Udeleženec bo sposoben:

- Določiti svetovalne cilje in opredeliti poklicne načrte za različne uporabnike
- Uporabnike voditi skozi proces odločanja
- V praksi uporabljati različne veščine svetovanja
- Ustvariti metode vrednotenja za proces svetovanja

#### Odnos

Udeleženec bo zmožen:

- Prilagajati se različnim vrstam uporabnikov
- Razlikovati med odgovornostmi svetovalca in odgovornostmi uporabnika v GSM
- Upoštevati uporabnikovo perspektivo
- Sprejeti pomen povezovanja z različnimi svetovalci (GSP)

## Okrajšave/kratice

GSM	Model kariernega svetovanja (Guidance service model)
GSP	Karierni svetovalec (Guidance service provider)
MA	Večnamensko kmetijstvo (Multifunctional agriculture)
OECD	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development)
IES	Informacijsko izmenjevalno mesto (Information Exchanging Spot)

## KAZALO

1 Model kariernega svetovanja (GSM) v širšem kontekstu kariernega svetovanja .....	4
2 Model svetovanja na področju karierne orientacije in GSM .....	6
2.1 Model kariernega odločanja .....	6
2.2 Koraki svetovalnega procesa .....	8
2.3 Določanje poklicnih ciljev .....	12
2.4 Splošni model komunikacije: Joharijevo okno.....	13
2.5 Odgovornosti uporabnikov in kariernih svetovalcev .....	15
3 Svetovalne veščine.....	15
3.1 Aktivno poslušanje.....	16
3.2 Spretnost postavljanja vprašanj .....	17
3.3 Neverbalna komunikacija .....	18
3.4 Empatija in Metapozicija .....	19
4 Posebnosti dela z brezposelnimi osebami in dijaki/študenti/ .....	21
5 Evalvacija svetovalnega procesa.....	23
6 Reference/Povezave .....	25
7 Zaključek.....	26

# 1 Model kariernega svetovanja (GSM) v širšem kontekstu kariernega svetovanja

*“ Um, razširjen z novimi izkušnjami, se nikoli ne vrne v stare dimenzije.”*

*~ Oliver Wendell Holmes, Jr.*

Model kariernega svetovanja (GSM) na področju večnamenskega kmetijstva (MA) je del širšega sistema kariernega svetovanja. Karierno svetovanje se nanaša na vrsto dejavnosti, ki ljudem katere koli starosti in v katerem koli življenjskem obdobju omogočajo, da prepoznajo svoje sposobnosti, kompetence in interese, sprejmejo smiselne izobraževalne in poklicne odločitve ter dosežejo svoje poklicne cilje.

Tipični uporabniki storitev kariernega svetovanja so dijaki, študenti in brezposelne osebe, storitve pa se primarno izvajajo v šolah in na zavodih za zaposlovanje. Ker je trg dela postal bolj raznolik in kompleksen, z veliko več priložnostmi za učence, študente, brezposelne osebe, iskalce zaposlitve in podjetnike, se je potreba po storitvah kariernega svetovanja povečala.

Svetovalne storitve vključujejo: informacije o možnostih izobraževanja na vseh ravneh, od srednješolskega izobraževanja do izobraževanja odraslih, informacije o možnostih za zaposlitev, ustanovitev ali razvoj lastnega podjetja, štipendije, finančne spodbude na trgu dela, spodbude za podjetnike, vloge za sredstva EU, tehnično in svetovalno podporo pri vodenju podjetij itd.

Glede na zahtevnost in potrebe uporabnikov obstajajo tri glavne skupine storitev kariernega svetovanja:

- obveščanje,
- individualna podpora pri sprejemanju odločitev,
- individualna podpora pri doseganju ciljev.

Zagotavljanje informacij je osnovna storitev kariernega svetovanja. Za osebe, ki poznajo svoje cilje, zmožnosti in druge vire, je lahko dovolj, da dobijo prave informacije. Na primer informacije o možnostih izobraževanja na nekem posebnem področju kmetijstva, o različnih finančnih podporah za kmete ali možnostih trženja oziroma promocije izdelkov. Informacije se lahko zagotovijo v pogovoru s svetovalcem, na predstavitvi za skupino ljudi ali s pisnimi dokumenti

(papirnatimi ali digitalnimi). Informiranje s pisnimi gradivi je lahko organizirano kot samopostrežna storitev ali e-storitev.

Pri individualni podpori in pri sprejemanju odločitev svetovalec uporabnika usmerja k oblikovanju lastnih kariernih izbir, odločitev, ciljev in zaključkov. To od svetovalca zahteva več spretnosti kot samo informiranje. Na primer, svetovalec lahko uporabniku pomaga sprejeti odločitev o tem, katero smer študija izbrati, katero kulturo gojiti na svoji kmetiji ali kateri tržni strategiji slediti.

Individualna podpora pri doseganju ciljev pomeni več kot eno svetovalno srečanje, tekom katerih svetovalec vodi osebo skozi korake na poti k doseganju kariernih ciljev. Svetovalec je podoben mentorju, ki uporabnika usmerja na poti do uresničitve njene odločitve. Svetovalec lahko na primer uporabniku pomaga pri postopku vpisa na neko usposabljanje ali ga vodi pri izdelavi poslovnega načrta.

*Vprašanja za razmislek: Katere od storitev, ki jih zagotavlja vaša institucija, spadajo med storitve svetovanja? Katere storitve svetovanja običajno nudite?*

## Model svetovanja na področju karierne orientacije in GSM

V tem poglavju je predstavljen celovit pregled modela kariernega odločanja in modela kariernega svetovanja (ang. GSM), ki sta bila zasnovana za opolnomočenje posameznikov pri uresničevanju njihovih izobraževalnih in poklicnih želja v okviru projekta Evropske unije.

Uporabnikom predstavljamo bistvene informacije, ki jih potrebujejo za kakovostno izbiro karierne poti: podrobnosti o možnostih izobraževanja, zaposlitvenih možnostih in samozavedanju. Z uporabo modelov, kot sta 3-stopenjski model svetovanja BASIC in cikel odločanja CASVE, ponujamo strukturiran pristop k poklicnemu svetovanju. Ti modeli olajšujejo sodelovanje uporabnikov pri reševanju problemov, določanju ciljev in načrtovanju ukrepov ter zagotavljajo, da so poklicne izbire skladne s posameznikovimi zmožnostmi in željami.

Poleg tega je v poglavju poudarjen pomen določanja SMART ciljev - specifičnih, merljivih, dosegljivih, relevantnih in časovno omejenih ciljev, ki uporabnike usmerjajo k njihovim poklicnim željam. Model Joharijevega okna je predstavljen kot orodje za krepitev komunikacije in zaupanja med svetovalci in uporabniki, kar je ključno za učinkovito usmerjanje. Cilj je omogočiti posameznikom, da samozavestno krmarijo po svoji poklicni poti in tako spodbujati prihodnost, v kateri lahko vsakdo uresniči svoje poklicne in izobraževalne cilje.

# 2 Model svetovanja na področju karierne orientacije in GSM

## 2.1 Model kariernega odločanja

*“ Najboljši način predvidevanja prihodnosti je, da jo ustvarimo.”*

*~ Abraham Lincoln*

*Uvod: Kako se sprašujete/opredeljujete potrebe svojih uporabnikov? Kakšna vprašanja postavljate? Ali preverjate, ali je vaše razumevanje uporabnikovih težav ali potreb, pravilno? Kako to preverite? Ali je kdaj prišlo do situacij, ko vaše začetno razumevanje potreb uporabnika ni bilo pravilno? Kateri bi lahko bili glavni razlogi za napačno razumevanje?*

Obstajajo tri glavne skupine informacij, ki jih morajo imeti uporabniki za sprejemanje kakovostnih kariernih odločitev:

1. informacije o možnostih izobraževanja: vrste izobraževanja ali usposabljanja, institucije, stopnja izobraževanja, štipendije, cene, pogoji vpisa, trajanje, poklicne možnosti po končanem izobraževanju, poslovna srečanja, sejmi, konference itd.
2. informacije o možnostih zaposlitve ali samozaposlitve: glavni delodajalci na tem področju, kompetence, ki jih zahtevajo delodajalci, povpraševanje na trgu dela (nacionalnem in mednarodnem), možnosti samozaposlitve, viri financiranja, aktualni razpisi.
3. informacije o sebi: njihove sposobnosti, osebne značilnosti, spretnosti, znanje, vrednote, cilji, socialna podpora itd.

Kakovostne karijerne odločitve morajo biti realistične, dosegljive in morajo voditi do zaposlitve ali nadaljnjega izobraževanja. Ko ima uporabnik na voljo vse informacije, lahko ovrednoti alternative in se odloči za kariero. Dobra karierna izbira je tista, ki ustreza uporabnikovim sposobnostim, značilnostim, ciljem in vrednotam, tista, za katero ima uporabnik vire za izvedbo ali za katero ima možnosti izobraževanja (če njihovo znanje in spretnosti, potrebni za doseg cilja, niso zadostni).



Slika 1. Model kariernega odločanja. Vir: ustvarjen posebej za Modul 3 projekta AgriNext

## 2.2 Koraki svetovalnega procesa

### OSNOVNI TRISTOPENJSKI MODEL SVETOVANJA (EGANOV MODEL)

Eganov tristopenjski model svetovanja določa osnovni okvir za večino primerov »coachinga« ali svetovanja. Stranke spodbuja, da uporabijo lastne notranje vire za reševanje težav, prevzamejo večjo odgovornost pri reševanju težav in dobijo občutek, da je odločitev res njihova. To poveča motivacijo za sodelovanje pri pripravi in izvajanju akcijskega načrta.

Koraki v Eganovem modelu:

1. RAZISKOVANJE (OPREDELITEV PROBLEMA): Kaj se dogaja? Kakšen je uporabnikov problem?
2. IZZIV (POSTAVITEV CILJEV): *Kaj želi delati namesto tega? Kakšne so možne rešitve? Kaj želi uporabnik storiti, da bi rešil težavo? Kakšna je uporabnikova vizija rešitve?*
3. UKREPANJE (NAČRTOVANJE): Kako bo uporabnik dobil kar želi ali potrebuje? Kako bo dosegel cilj?



Slika 2. Eganov model. Vir: <https://www.oreilly.com/library/view/the-little-book/9781292200644/html/chapter-039.html>

### CIKEL SPREJEMANJA ODLOČITEV - CASVE

CASVE cikel opisuje pet korakov v procesu kariernega odločanja. Svetovalcu pomaga strukturirati svetovalni proces in se osredotočiti na teme. Ti koraki so:



1. **Komunikacija: opredelitev problema** (nezadovoljstvo, pomanjkanje znanja, izziv) zaradi katerega uporabnik pride na svetovanje. Nekatere izmed izhodiščnih težav so lahko: uporabnik želi nadaljevati izobraževanje na področju kmetijstva, vendar ne ve, kje; uporabnik ni prepričan, ali naj nadaljuje izobraževanje na univerzi ali ne; uporabnik se mora naučiti več o prodaji svojih izdelkov; uporabnik ne ve, kako začeti svoje podjetje; uporabnik potrebuje finančna sredstva za razvoj svoje poslovne ideje; uporabnik potrebuje pomoč pri obdelovanju zemljišča, ki ga je podedoval; uporabnik želi kmetovati ekološko in potrebuje pomoč itd.
1. **Analiza: razmišljanje o alternativah in možnih rešitvah.** Svetovalec pomaga uporabniku pri zbiranju informacij o vseh možnostih, ki jih ima (izobraževalnih, finančnih, prostorskih, tehnoloških, socialnih), bolje spozna njegove sposobnosti in ga spodbuja k zbiranju dodatnih informacij o različnih alternativah.
2. **Sinteza: oblikovanje verjetnih alternativ.** Svetovalec pomaga uporabniku pri zoževanju alternativ v obvladljiv nabor možnosti, pri čemer raziskuje možnosti dodatnih alternativ, ki se pojavijo med procesom.
2. **Vrednotenje: dajanje prednosti sprejemljivim alternativam.** Svetovalec pomaga uporabniku opredeliti vrednost vseh alternativ pri postavljanju realističnih ciljev.
3. **Izvajanje: priprava načrta za izvedbo, izvedba izbire.**



Slika 3. CASVE Cikel svetovanja. Vir: CASVE cikel kariernega svetovanja po (Sampson, Peterson, Lenz in Reardon, 1992) [https://www.researchgate.net/figure/CASVE-cycle-of-career-counseling-after-Sampson-Peterson-Lenz-Reardon-1992\\_fig1\\_337240464](https://www.researchgate.net/figure/CASVE-cycle-of-career-counseling-after-Sampson-Peterson-Lenz-Reardon-1992_fig1_337240464)

## RAZLAGA STOPENJ CASVE CIKLA

### 1. KOMUNIKACIJA: OPREDELITEV PROBLEMA (ZAČETNI POGOVOR)

Začetni pogovor je ključnega pomena za razvoj medsebojnega odnosa zaupanja in za razjasnitev obeh vlog, svetovalcev in uporabnikov. Eden od namenov začetnega pogovora je preučiti potrebe in motivacijo uporabnika. Spoznavanje uporabnikovih potreb je predpogoj za postopek svetovanja.

Možna vprašanja:

- Začetna vprašanja: *Kaj je glavni razlog, da ste prišli na svetovanje? Kakšna so vaša pričakovanja v zvezi z našo pomočjo? Kako si predstavljate idealno rešitev?*
- Vprašanja o prejšnji izobrazbi, poklicnih interesih, ambicijah, vrednotah, znanju, spretnostih, možnostih kmetovanja in finančnih možnostih: *Kakšna je vaša formalna izobrazba? Katere tečaje in usposabljanja ste že opravili? Kakšne so bile koristi za vas? Kako ste se odločili za vpis na te tečaje? Kakšne so vaše delovne izkušnje? Katera znanja in spretnosti ste razvili na sedanjem ali prejšnjem delovnem mestu? Koliko truda, denarja in časa ste pripravljene vložiti v doseganje svojih ciljev?*

Z aktivnim poslušanjem svetovalec preverja, ali je uporabnika pravilno razumel, nato pa s povzemanjem preide na naslednjo temo pogovora.

### 2. ANALIZA: RAZMIŠLJANJE O ALTERNATIVAH IN REŠITVAH

V tej fazi analize svetovalec spodbuja stranko, da razišče različne alternative. Svetovalec tudi posreduje informacije o različnih možnostih v skladu s svojim strokovnim znanjem. Možna vprašanja:

- *Kakšne možnosti/alternative vidite zase? Kaj ste storili v zvezi s tem? Kakšni so bili rezultati? Kaj bi lahko še storili? Kdo ali kaj vam lahko pomaga?*

### 3. SINTEZA: OBLIKOVANJE MOŽNIH ALTERNATIV

V tej fazi sinteze svetovalec usmerja stranko, da zoži alternative v mogočih ciljev in razišče nekaj dodatnih alternativ. Možna vprašanja:

- *Kaj drugega bi lahko počeli? Kdo vam lahko pomaga? Ali obstaja še kakšna druga možnost?*
- *Navedite do tri možnosti, ki se vam zdijo izvedljive?*

#### 4. VREDNOTENJE: VREDNOTENJE ALTERNATIV IN DOLOČANJE CILJEV

Svetovalec uporabniku pomaga najti najprimernejšo alternativo. Pomembno je prepoznati slepe pege in ovire, ki lahko ovirajo doseganje ciljev pri določenih alternativah. Pri tem se osredotoča na to, kaj je realistično in relevantno. Rezultat te faze je jasnost glede poklicnih ciljev. Vprašanja:

- *Kakšne so po vašem mnenju slabosti in prednosti vsake možnosti? Katere so slabosti in prednosti za vas, vašo družino, skupnost? Za katere slabosti ste v tem trenutku pripravljeni prevzeti odgovornost? Katere dodatne informacije potrebujete o alternativah?*
- *Kakšne ovire pričakujete pri doseganju svojih ciljev v različnih scenarijih? Kako jih lahko premagate? Kdo ali kaj vam lahko pomaga? Kako lahko ovire spremenite v prednosti? Katere dodatne vire imate na voljo (osebne, družbene, tehnične itd.)? Kako boste vedeli, da ste dosegli svoj cilj, kakšni bodo kazalniki?*
- *Katera možnost/rešitev je za vas najbolj dosegljiva? Katera je najbolj primerna za vaše dolgoročne cilje in potrebe? Katera je najbolj realistična?*

#### 5. IZVEDBA: IZDELAVA NAČRTA

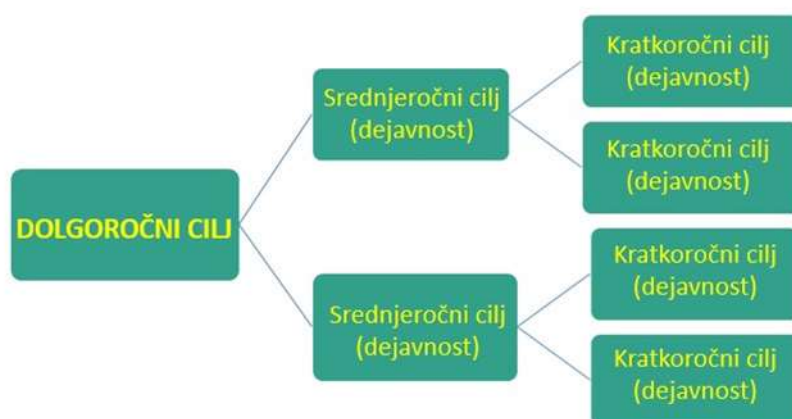
Načrt mora vključevati roke, druge osebe, če so potrebne in vire za doseganje ciljev. Poleg dolgoročnega cilja je treba opredeliti tudi srednjeročne in kratkoročne cilje. Srednjeročni in kratkoročni cilji so dejavnosti, ki jih mora stranka opraviti, da bi dosegla glavni ali dolgoročni cilj. Prispevajo k motivaciji stranke, občutku, da nadzoruje proces in dojemanju ciljev kot dosegljivih.

Možna vprašanja:

- *Kaj morate storiti, da boste dosegli rešitev ali uresničili cilj? Katera je najboljša strategija? Katere so ključne naloge, ki jih morate opraviti, da bi dosegli cilje? Katere so prednostne naloge? kateri so kratkoročni in srednjeročni cilji? Kaj bi storili najprej, kateri so mejniki pri doseganju ciljev? Kaj bi storili danes?*

Primer kariernega načrta: "Do aprila 2024 bom odprl mini sirarno, v kateri bom za proizvodnjo sira uporabljal mleko z naše kmetije. Da bi to dosegel, moram novembra opraviti tečaj podjetništva pri Hrvaški gospodarski zbornici, decembra vložiti vlogo za finančne spodbude pri CES in do konca leta na ministrstvu za kmetijstvo preučiti možnosti koriščenja sredstev EU."

## NAČRT KARIERNIH DEJAVNOSTI



Slika 4. Načrt kariernih dejavnosti. Vir: ustvarjeno posebej za Modul 3 projekta AgriNext

## 2.3 Določanje poklicnih ciljev

"Če ne veš, kam greš, boš verjetno končal čisto nekje drugje."

~ Lawrence J. Peter

Dobro opredeljen cilj poveča motivacijo, daje občutek usmerjenosti in pomaga pri osredotočanju na prednostne naloge. Obstaja pet pravil za pravilno določanje ciljev. Cilji, opredeljeni na podlagi teh pravil, se imenujejo SMART cilji. Da bi povečali možnost njihovega doseganja, morajo biti cilji SMART:

- **Specifični.** Cilji morajo biti konkretni, jasni in preprosti. Odgovarjajo na vprašanje: Kaj želite doseči? Na primer: "Vpisal se bom na šestmesečni tečaj ekološkega kmetijstva na univerzi" namesto "Želim izboljšati svoje znanje na področju ekološkega kmetijstva".

- **Merljivi.** Cilj mora biti merljiv, saj le tako lahko spremljamo napredek. Na primer: "Želim povečati količino pridelanih jabolk za 20 %", namesto "Želim povečati količino pridelanih jabolk".
- **Dosegljivi.** Uporabnik bi moral imeti vsa potrebna sredstva za doseganje cilja: čas, denar, tehnična sredstva, potrebne podatke, dodatna pomoč, spretnosti, itd. Svetovalec mora pri uporabniku preveriti, ali je cilj dosegljiv.
- **Realistično.** Realistični cilji so usklajeni z dolgoročnimi cilji in vrednotami uporabnika. Primer vprašanja, ki pomaga zastaviti realističen cilj: "Kako vam bo doseganje tega cilja pomagalo? Ali doseganje tega cilja pripomore k doseganju vaših višjih ciljev?"
- **Časovno omejeno.** Časovno omejen cilj ima roke ter datum začetka in konca. Vsi cilji bi morali imeti roke, dolgoročne, srednjeročne in kratkoročne, tako se zviša motiviranost in osredotočenost na nalogo. Na primer: "Do 15. decembra se bom vpisal na tečaj o ekološkem kmetovanju, da bom razširil pridelavo zelenjave."

*Razmislek: Napišite karierni cilji za enega od svojih uporabnikov z uporabo načela SMART.*

## 2.4 Splošni model komunikacije: Joharijevo okno

Joharijevo okno je komunikacijski model, ki svetovalcu pomaga bolje razumeti zavestne in podzavestne procese pogovora z uporabnikom. Poleg svetovanja ga je mogoče uporabiti v vseh vrstah situacij: v službi, šoli, družini, s prijatelji itd. V skladu z modelom obstajajo štiri vrste informacij, ki jih dve osebi lahko ali pa ne izmenjata tekom komunikacije:

- **Odprto območje** - vsebuje informacije, ki so znane tako osebi kot tudi drugim. Za učinkovito komunikacijo je pomembno, da si obe osebi delita iste informacije. Večje kot je to območje, uspešnejša bo komunikacija.
- **Slepa pega** - vsebuje informacije o osebi, ki so znane drugim, ne pa tudi njej sami. To je lahko velika ovira v komunikaciji, na primer, če se oseba ne zaveda, kako njeno vedenje vpliva na druge ljudi in njihova dejanja. Slepe pege lahko zmanjšamo tako, da iščemo povratne informacije od drugih ljudi in smo odprti za sprejemanje povratnih informacij.
- **Skrito območje** - vsebuje informacije, ki so znane osebi, ne pa tudi drugim.. To so informacije, ki nam jih je neprijetno deliti z drugimi ljudmi, večinoma zaradi strahov ali

negotovosti (misli, občutki, ideje, pretekle izkušnje, itd.). Informacije iz skritega območja je treba prenesti v odprto območje.

- **Neznano območje** vsebuje informacije, ki jih ne poznamo niti mi, niti drugi. To vodi do komunikacijskih nesporazumov, pri katerih se osebe ne razumejo med seboj. Z vzpostavitvijo dobrega odnosa z uporabnikom povečamo možnost odprte komunikacije in zmanjšamo neznano območje.

## Joharijevo okno



Slika 5. Joharijevo okno. Vir: [https://en.wikipedia.org/wiki/Johari\\_window](https://en.wikipedia.org/wiki/Johari_window), adaptation.

Svetovalec se mora zavedati, da ima lahko uporabnik informacije na vseh štirih področjih. Cilj svetovanja je povečati odprto območje z zmanjšanjem slepe pege, skritega in neznanega območja. Svetovalec pomaga uporabniku, da se zaveda informacij, ki so v njegovi slepi pegi (na primer: spretnosti, priložnosti, talenti, viri itd.) in ga spodbuja, da deli vse informacije, ki so pomembne za določanje in uresničevanje ciljev (na primer: načrti, sanje, ideje, interesi itd.). Svetovalec to stori z aktivnim poslušanjem, pravilnim uravnoteženjem odprtih in zaprtih vprašanj ter z izkazovanjem sprejemanja in empatije.

*Vprašanja za razmislek: Katere informacije imajo vaši uporabniki najpogosteje v svojem slepem, skritem ali neznanem območju? Kako jih lahko spravite v odprto območje? Katere informacije so bile nekoč v vašem slepem območju ali so v določenih primerih še vedno v njem?*

## 2.5 Odgovornosti uporabnikov in kariernih svetovalcev

*Uvod: Razmišljajte o svojih uporabnikih in odločitvah, ki jih sprejemajo. Kakšne so vaše odgovornosti v tem procesu kot svetovalca? Kakšne so odgovornosti uporabnika?*

### SVETOVALEC

- Strokovno znanje.
- Poznavanje lastnih meja in omejitev.
- Vseživljenjsko učenje.
- Razpoložljivost.
- Objektivnost.
- Osebne spretnosti.
- Zaupnost..

### UPORABNIK

- Odgovornost odločanja.
- Odgovornost izvajanja.
- Prihod na svetovanje.
- Iskrenost in odprtost.

Ugotavljanje najboljše rešitve za uporabnika je vzajemen proces. Pri usmerjanju ne gre za to, da uporabniku povemo, kaj naj stori, gre za raziskovanje možnosti in pomoč uporabnikom pri sprejemanju odločitev.

## 3 Svetovalne veščine

To poglavje se osredotoča na svetovalne veščine: aktivno poslušanje, spretnost postavljanja vprašanj, neverbalna komunikacija, empatija in metapozicija, ki so bistvene za vodenje posameznikov skozi proces kariernega razvoja. S praktičnimi primeri in vprašanji za razmislek to poglavje svetovalce usmerja, kako te veščine uporabiti v različnih scenarijih, od pomoči uporabniku, ki se zanima za kmetijske podvige, do podpore osebi, ki se podaja na novo poklicno pot v kmetijstvu. Vsak primer poudarja potrebo po prilagajanju svetovalnih pristopov edinstvenim potrebam in željam posameznega uporabnika ter izpostavlja preobrazbeni potencial spretnega svetovanja pri omogočanju posameznikom, da učinkovito krmarijo po svoji poklicni poti.

## 3.1 Aktivno poslušanje

*“ Večina ljudi ne posluša zato, da bi razumela, ampak zato, da bi odgovorila.”*

*~ Stephen Covey*

Aktivno poslušanje je ena najpomembnejših veščin pri svetovanju. Aktivno poslušanje se nanaša na zavestno prizadevanje, da bi v celoti razumeli, kaj uporabnik govori, in da bi razumeli situacijo z uporabnikovega vidika. Z aktivnim poslušanjem izkazujemo zanimanje, spoštovanje ter ustvarjamo odnos zaupanja in podpore. Pomembno je, da prepoznamo, kdaj ne poslušamo zares. Ne poslušamo zares, kadar:

- razmišljamo o tem, kaj bomo odgovorili;
- se primerjamo z drugo osebo;
- se osredotočamo na dajanje nasvetov;
- imamo negativen odnos do druge osebe;
- se vedno strinjamo in poskušamo biti vljudni;
- poskušamo uporabnika pomiriti;
- kadar obsojamo;
- čakamo na premor, da bi začeli govoriti;
- se poskušamo braniti;
- iščemo skriti pomen.

Za razliko od pasivnega poslušanja aktivno poslušanje vključuje:

- postavljanje vprašanj za razjasnitev nejasnosti;
- vzdrževanje očesnega stika;
- dajanje neverbalnih znakov poslušanja;
- izkazovanje zanimanja do uporabnika;
- strpnost do premora med govorjenjem;
- povzemanje;
- sočustvovanje;
- parafraziranje;
- razmislek.



Parafraziranje pomeni preverjanje, ali je svetovalec pravilno razumel uporabnika, tako da ponovi ali povzame, kar je uporabnik povedal s svojimi besedami. Na primer:

- Če sem vas prav razumel, ste rekli...
- Kot sem slišal, potrebujete...
- Torej vas zanima... je res?
- Ali to pomeni, da razmišljate o...

Razmislek se nanaša na podajanje povratnih informacij (zrcaljenje) občutkov ali prepričanj, ki smo jih opazili med poslušanjem uporabnika. Na primer:

- Zdi se mi, da vas skrbi, da...
- Razumem, da niste zadovoljni z...
- Zdi se mi, da so vaša prepričanja... Ali imam prav?
- Opažam, da vam je všeč zamisel o...

*Vprašanja za razmislek: Katere ovire pri poslušanju opažate pri sebi?*

## 3.2 Spretnost postavljanja vprašanj

Spretnosti postavljanja vprašanj so spretnosti zastavljanja pravih vprašanj ob pravem trenutku. S postavljanjem vprašanj svetovalec spodbuja uporabnika k razmišljanju, učenju, ocenjevanju, iskanju perspektive, razmišljanju, komuniciranju in pomaga razjasniti dožemanje situacije. S postavljanjem specifičnih vprašanj lahko svetovalni proces usmerimo v določeno smer, preidemo na drugo temo ali se približamo koncu svetovanja. Spretnosti postavljanja vprašanj so še posebej pomembne pri svetovanju uporabnikom, ki niso tako zgovorni. Poznamo dve glavni vrsti vprašanj: vprašanja odprtega in zaprtega tipa.

1. VPRAŠANJA ZAPRTEGA TIPA so vprašanja, na katera lahko uporabnik preprosto odgovori z "da" ali "ne", ali vprašanja, ki imajo samo en pravilen odgovor. Ta vprašanja "zaprejo" pogovor, saj uporabnika ne spodbujajo k izražanju misli, občutkov ali idej. Po drugi strani pa so uporabna, kadar želimo zaključiti temo, preiti na drugo temo, se vrniti k temi ali pridobiti določene informacije. Primeri vprašanj zaprtega tipa so:

- Ali ste...
- Ali boste....
- Ali nameravate...
- Ali je to...

2. VPRAŠANJA ODPRTEGA TIPA so vprašanja, ki zahtevajo širši odgovor. S postavljanjem vprašanj odprtega tipa svetovalec "odpre" komunikacijo in spodbuja osebo, da pove več o obravnavani temi ali svojih potrebah, mislih, občutkih in idejah ter spodbuja kritično razmišljanje. Primeri vprašanj odprtega tipa so:

- Kaj menite o...
- Kako bi...
- Kakšne so vaše izkušnje...
- Kaj bo rezultat...
- Kakšne so možnosti.....
- Kaj vas je pripeljalo do...
- Kaj pričakujete od...
- Kaj bi storili, če bi...
- Kaj bi vam pomagalo pri.....

VPRAŠANJA, KI NISO PRIPOROČLJIVA:

1. VPRAŠANJA "ZAKAJ" so vprašanja, ki se začnejo z "zakaj" in lahko onemogočijo pogovor, saj jih v naši kulturi lahko razumemo kot napad. Zaradi tega se lahko oseba umakne ali brani. Namesto "zakaj" lahko uporabimo "kako" ali "kaj" ali preprosto vprašamo po motivaciji, spoznavanju itd. Vprašanja "kako" uporabniki pogosto razumejo kot povabilo k raziskovanju.

2. VEČPLASTNA VPRAŠANJA so vprašanja, ki vsebujejo več kot eno vprašanje v enem stavku. Običajno povzročajo zmedo in zmanjšujejo kakovost informacij, ki jih svetovalec dobi od uporabnikov.

### 3.3 Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija je komunikacija s sporočili, ki niso izražena z besedami. To je vse, kar oseba opazi (izraz na obrazu, drža telesa, očesni stik, nasmeh, oblačila, kretnje, položaj ali gibanje rok itd.), sliši (ton glasu, glasnost, naglas, jakost glasu, premori v govoru, poudarjanje različnih besed) ali začuti s strani druge osebe (vonj, prostorska razdalja, dotik).

Z neverbalnim sporazumevanjem običajno izražamo svoja čustva in odnos do druge osebe ali do teme pogovora. Po podatkih različnih avtorjev se med pogovorom od 55 % do 95 % informacij posreduje z neverbalno komunikacijo, le manjši del informacij pa se posreduje z besedami oziroma z izrečenimi besedami. Ujemanje neverbalnih in verbalnih sporočil je ključnega pomena za dobro komunikacijo.

Neverbalno komuniciranje običajno ni pod zavestnim nadzorom niti prejemnika niti pošiljatelja. Nemogoče je, da bi jo ves čas nadzorovali, toda v situacijah, v katerih doživljamo nelagodje, lahko njeno zavestno delovanje močno spremeni naše medsebojno razumevanje. Pozornost na uporabnikove neverbalne znake pomaga svetovalcu, da zazna občutke in odnos do obravnavane teme (na primer: svetovalec predstavi neko alternativo, uporabnik pa se nenadoma namršči). Svetovalec mora pri uporabniku vedno preveriti ali je njegov sklep na podlagi neverbalnih znakov pravilen. To daje svetovalcu priložnost, da uporabnika dodatno povpraša o njegovih mislih o problemu ali alternativah. Neverbalni znaki so bistveni tudi za ustvarjanje prvega vtisa, ki je temelj za nadaljnji odnos z uporabnikom (na primer: zaupanje, odprtost).

*Vprašanja za razmislek: Razmislite o enem od vaših uporabnikov, ki je v vas prebudil močne občutke, prijetne ali neprijetne. Kako neverbalno komunicira? Kako lahko to vpliva na odnos med svetovalcem in uporabnikom? Kako bi uporabniku neverbalno pokazali, da razumete njegov položaj? Kakšen vpliv ima to na svetovalni proces?*

### 3.4 Empatija in Metapozicija

Empatija pri svetovanju je sposobnost svetovalca, da lahko vidi problem, alternative in situacijo z vidika uporabnika. Pri empatiji gre za dojetje sveta iz uporabnikovega referenčnega okvira in za to, na kakšen način uporabniku pokažete, da to stališče razumete. Empatija uporabnika opolnomoči, da globlje raziskuje svoje cilje, ovire in sanje, saj čuti, da ima pri tem podporo. Posledično si lahko postavi cilje, ki mu bolj ustrezajo in ima več motivacije za njihovo doseganje.

Svetovalčev lastni referenčni okvir, predsodki in stališča (pozitivna ali negativna) so lahko ovira pri občutenju ali izkazovanju razumevanja in empatije. V pomoč so lahko tehnike zaznavnega umeščanja ali metapozicije. Metapozicija v svetovanju je simbolni položaj, v katerem svetovalec zavzame namišljeno stališče opazovalca procesa in ne udeleženca. Lahko prekinete pogovor in na primer rečete: "Dovolite mi trenutek, da razmislim o situaciji". To prispeva tudi k občutku, da svetovalca resnično zanima uporabnikov primer.

*Primeri:*

Primer 1: Uporabnik (star 50 let) ima 1 hektar, na katerem želi zasaditi figov nasad. Njegov cilj je uporabiti plodove v svežem stanju in za sušenje, da bi lahko razširil ponudbo za turiste med letom v okviru družinske turistične kmetije. Zanima ga tudi, da bi se prijavil za sredstva EU, saj je to v preteklosti že uspešno storil. Išče informacije o tem, kako pravilno pripraviti tla, kje najti certificiran rastlinski material in priporočila o tem, katere sorte naj posadi.

*Primer 2: Uporabnica je mlada kmetica (stara 25 let), ki je podedovala zemljišče s starimi oljkami. Ker želi kmetovati ekološko, potrebuje svetovanje o regeneraciji dreves ter o obvladovanju škodljivcev in boleznih. Zanima jo sajenje več vrst, da bi povečala biotsko raznovrstnost v svojem sadovnjaku, zato potrebuje priporočila v zvezi s tem. Ker je zelo motivirana za nadaljevanje družinske tradicije pridelave oljčnega olja, se zanima tudi za strokovno usposabljanje na področju obrezovanja, trajnostnega kmetovanja in predelave.*

*Primer 3: Uporabnik zaključuje srednjo kmetijsko šolo. Njegova družina ima zemljišče, ki bi ga lahko uporabil za začetek kmetovanja. Njegova družina se ne ukvarja s kmetijstvom. Uporabnik želi začeti kmetovati takoj po končani srednji šoli, vendar razmišlja tudi o nadaljevanju izobraževanja na univerzi. Ni prepričan, kaj naj stori.*

*Primer 4: Uporabnik je brezposelna oseba (stara 40 let), ki je pred kratkim izgubila službo. Delal je kot računovodja, zdaj pa se želi odločiti za novo poklicno pot v kmetijstvu. Svojega prejšnjega poklica ne namerava več opravljati. O kmetijstvu ima malo znanja in nima dovolj zemlje, ima pa nekaj prihrankov za naložbe in veliko motivacije.*

Naloga: Kako bi se lotili posameznih primerov? Kakšne rešitve najdete za te uporabnike?

## 4 Posebnosti dela z brezposelnimi osebami in dijaki/študenti/

V tem poglavju so obravnavane ciljno usmerjene strategije svetovanja za brezposelne posameznike in študente/dijake, pri čemer so upoštevani njihovi edinstveni izzivi. Poudarjen je pomen obravnavanja družbenega dožemanja brezposelnosti in njenih psiholoških posledic, kot sta tesnoba in izguba samospoštovanja. Svetovalci so spodbujeni, da brezposelnim strankam pomagajo sprejeti pozitiven pogled na njihove poklicne možnosti in poudarjajo pomen aktivnega vključevanja v nove priložnosti in izobraževanje odraslih. Pri študentih in dijakih je poudarek na premostitvi razlike med teoretičnim znanjem in praktičnimi spretnostmi, pri čemer se poudarja potreba po celovitih informacijah o trgu dela, izobraževalnih priložnostih in dejavnostih za samozavedanje. Namen poglavja je opremiti svetovalce z orodji za učinkovito podporo tem skupinam pri usmerjanju na njihovi poklicni poti.

### BREZPOSELNE OSEBE

*Uvod: Napišite nekaj besed, ki jih vi ali družba na splošno povezuje z brezposelnimi osebami. Kako lahko te besede ali stališča vplivajo na svetovalni proces? Kaj vam lahko te besede povedo o izzivih, s katerimi se soočajo brezposelne osebe?*

Izguba službe je za večino ljudi stresen življenjski dogodek, brezposelnost pa lahko povzroči poslabšanje duševnega in telesnega zdravja. Nekatere psihološke posledice brezposelnosti so lahko: tesnoba, depresija, napetost, pomanjkanje samospoštovanja in samozavesti, pomanjkanje socialnih stikov, občutek nemoči in brezupnosti, spremembe delovne etike in delovnih vrednot.

Brezposelne osebe so zelo heterogena skupina, zlasti dolgotrajno brezposelni: starejši, iskalci prve zaposlitve, ljudje z različnimi telesnimi ali duševnimi težavami, nekvalificirani ali nekvalificirani ljudje, migranti, ženske, ki vstopajo na trg dela z vrzeljo delovnih izkušenj, ljudje s presežnimi poklici itd. Obstajajo tudi velike razlike v tem, kako bo brezposelnost vplivala na različne ljudi. Na odnos med brezposelnostjo in psihološkimi posledicami vpliva veliko dejavnikov: trajanje brezposelnosti, starost, spol, osebni pomen poklicne vloge, lokalna brezposelnost, socialna podpora, zaznani vzrok brezposelnosti, finančna podpora, lokalna podpora brezposelnim osebam itd.

Svetovalci lahko brezposelnim osebam pomagata spremeniti perspektivo ter oblikovati bolj prilagodljivo in pozitivno dožemanje trga dela in njihovega položaja na trgu dela. Zaradi pomanjkanja dohodka so lahko informacije o finančnih spodbudah ključnega pomena pri

sprejemanju poklicnih odločitev. Pomembno je, da brezposelne osebe spodbujamo in opogumljamo, da so dejavne pri raziskovanju novih možnosti, in jih motiviramo, da se vključijo v različne vrste izobraževanja odraslih ter prevzamejo odgovornost za svoj karierni razvoj.

## DIJAKI IN ŠTUDENTI

Za dijake in študente je na splošno značilno pomanjkanje delovnih izkušenj. Imajo praktično znanje, vendar jim pogosto primanjkuje spretnosti. Še posebej za mlade je zelo pomembno pridobivanje informacij o trgu dela ter možnostih izobraževanja in usposabljanja.

Informacije o trgu dela morajo vključevati podatke, kot so opisi različnih poklicev, delovnih mest, delovnih pogojev, možnosti nadaljnjega usposabljanja in napredovanja v določenih poklicih, glavnih delodajalcev na lokalni, nacionalni ali mednarodni ravni, možnosti zaposlovanja in samozaposlovanja. Obstajajo različne metode za izobraževanje učencev o trgu dela: obisk podjetij, pogovori z delodajalci, organizacija predstavitev delodajalcev v šolah, karierni sejmi, pogovori s strokovnjaki za različne poklice.

Informacije o možnostih izobraževanja morajo vključevati podatke o srednjih šolah in univerzah, programih, dostopnosti izobraževalnega sistema, sistemu izobraževanja odraslih, tečajih in usposabljanjih, pogojih vpisa, štipendijah ipd.

Poleg informacij o trgu dela in izobraževanju morajo mladi razvijati tudi samozavedanje, saj nimajo predhodnih delovnih izkušenj, na podlagi katerih bi lahko presojali. Karierni svetovalci jim lahko pomagajo spoznati njihove sposobnosti, interese, vrednote, poklicne cilje, zdravstveno stanje, ki lahko vpliva na delovno uspešnost, osebnostne lastnosti itd. To je mogoče doseči z uporabo različnih vprašalnikov, razgovorom, vključevanjem v strokovno prakso, prostovoljnimi deli, razmišljanjem o hobijih in dejavnostih, v katerih so dobri.

## 5 Evalvacija svetovalnega procesa

*Uvod: Kako veste, da je vaše svetovanje ali usmerjanje uspešno? Kateri so kazalniki vašega uspeha?*

Z evalvacijo storitev svetovanja zbiramo informacije o njihovem učinku na uporabnike. Predmet evalvacije je lahko:

- postopek svetovanja
- rezultati svetovanja (ocena vpliva svetovanja na uporabnika, spremljanje napredka uporabnika pri doseganju njegovih ciljev)

Pomembno je, da pred evalvacijo postavimo primerne kriterije. Kriteriji morajo biti relevantni, jasni in merljivi, upoštevati pa morajo cilje svetovalnega procesa. Splošni kriteriji so po navadi:

- zadovoljstvo uporabnika (samoocenjevanje);
- stopnja doseženih ciljev, ki si jih je zastavil uporabnik (samoocenjevanje, ocenjevanje, objektivni kriteriji).

Obstajajo različni postopki evalvacije: iskanje povratnih informacij med sejo ali ob koncu seje, ocenjevanje, vprašalniki, lestvice, vzdolžno spremljanje izobraževalnega in poklicnega uspeha uporabnikov. Vrednotenje lahko opravi svetovalec ali nepristranski strokovnjak.

Pri evalvaciji procesa lahko uporabimo vprašanja, kot so: *Od 1 do 10, kako ste zadovoljni s svetovanjem? Kako koristne so informacije, ki ste jih dobili? Ali bi svetovanje priporočili svojemu prijatelju?*

Za izboljšanje storitev svetovanja je pomembno spremljati dolgoročne rezultate procesa: *Ali se je uporabnik vpisal v priporočeno usposabljanje ali izobraževanje? Kakšni so rezultati izobraževanja, ali je uporabnik našel zaposlitev in ali je zadovoljen? Ali je uporabnik dobil finančne spodbude, za katere je nameraval zaprositi?* Spremljanje dolgoročnih rezultatov nam daje informacije, pomembne za razmislek o širših vidikih naše svetovalne prakse

Vprašanje za razmislek: *Kaj lahko storite, da bi izboljšali evalvacijo svojih storitev svetovanja?*

Primer svetovalnega postopka:

*Uporabnik želi zasnovati sadovnjak in začeti poslovati na področju pridelave in predelave sadja. Izrazi željo, da mu svetuje kmetijski strokovni svetovalec, ki bo lahko zadovoljil njegove potrebe. Prvo fazo sestavlja osebno srečanje, na katerem se navedejo glavna dejstva (lokacija/območje sajenja, stanje tal/zemlje, uporabnikove zamisli in želje glede končnih proizvodov itd.)*

*Po predhodni analizi (kot so analiza tal, analiza podnebnih razmer na območju itd.) se pripravi prvi predlog, ki vsebuje glavna priporočila glede sadnih vrst, sort, gnojenja, namakanja, priprave tal, razdalje sajenja itd., vključno s splošnim poslovnim/finančnim načrtom in projekcijami projekta za naslednjih 10 let. Ta dokument temelji na strokovnem mnenju, vendar je narejen z namenom, da se čim bolj upošteva stališče uporabnika.*

*Na tej točki lahko uporabnik nadaljuje s svetovalno podporo ali pa sam. Če uporabnik nadaljuje s podporo, sodeluje pri izvajanju projekta, pri čemer svetovalec neposredno vzpostavi stik z ustreznimi kontaktnimi osebami, kot so podjetje za pripravo tal, drevesnica za rastlinski material ali/in dobavitelj namakalnega sistema. Celotno delo nadzoruje in organizira svetovalec.*

*Svetovalec lahko na željo uporabnika organizira ali priporoči usposabljanje glede na njegove potrebe.*

*Na koncu je izdelan splošni načrt dejavnosti za naslednjih 10 let in uporabnik se lahko odloči, ali ga bo svetovalec spremljal pri nadaljnjih proizvodnih korakih, zlasti pri soočanju z različnimi težavami, kot so nepričakovani škodljivci in bolezni, vremenski pojavi itd.*



## 6 Reference/Povezave

- Ref. 1: European Lifelong Guidance Policy Network (2014). The Evidence Base on Lifelong Guidance: A Guide to Key Findings for Effective Policy and Practice. (slo. Evropska mreža za politiko vseživljenjske orientacije (2014). Dokazna baza za vseživljenjsko orientacijo: Vodnik po ključnih ugotovitvah za učinkovito politiko in prakso.)
- Ref. 2: Evropska mreža za politiko vseživljenjske orientacije (2015). Razvoj politike vseživljenjske orientacije: Slovarček.
- Ref. 3: Tutor za svetovanje. Online: <https://counsellingtutor.com/the-skilled-helper-approach/>
- Ref. 4: Saxena, P. JOHARI WINDOW: An Effective Model for Improving Interpersonal Communication and Managerial Effectiveness (slo. Joharijevo Okno: Učinkovit model za izboljšanje medosebne komunikacije in vodstvene učinkovitosti), SIT Journal of Management, Vol. 5, NO2, 2015, str. 134-146.
- Ref. 5: Kalifornijska univerza. Online: <https://www.ucop.edu/local-human-resources/your-career/performance-management/how-to-write-smart-goals-2018.pdf>
- Ref. 6: Wasket, V. Egan's Skilled Helper Model: Developments and Applications in Counselling (slo. Eganov model usposobljenega pomočnika: Razvoj in aplikacije v svetovanju), Routledge Taylor&Frances Group, London 2006.

## 7 Zaključek

Svetovanje je dobro strukturiran proces komunikacije med dvema osebama. Eganov model in cikel sprejemanja odločitev CASVE zagotavljata okvir za usmerjanje uporabnika k doseganju njegovih ciljev. Glavni koraki pri svetovanju so prepoznavanje problema, razmišljanje o alternativah, oblikovanje verjetnih alternativ, določanje prednostnih možnosti in ukrepanje za zmanjšanje vrzeli. Dodatna orodja za usmerjanje uporabnika so Joharijev komunikacijski okvir in SMART cilji. Glavne veščine svetovanja so aktivno poslušanje, veščine spraševanja, neverbalna komunikacija, metapozicija in empatija. Za spremljanje učinka svetovanja na odločitve uporabnikov je zelo priporočljivo razviti sistem evalvacije procesa svetovanja.