



WOJEWÓDZKI
URZĄD PRACY
W POZNANIU



Rynkowe i psychologiczne aspekty poradnictwa zawodowego

Poradnik dla doradców zawodowych
Przegląd wybranych zagadnień

Poznań, 2023 rok



Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu
ul. Szyperska 14, 61-754 Poznań
tel. 61 846 38 19
e-mail: wup@wup.poznan.pl
wuppoznan.praca.gov.pl



WIELKOPOLSKA



JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA
SAMORZĄDU
WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO

Opracowanie

Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu
Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Szyperska 14
61-754 Poznań
tel. 61 846 38 19
e-mail: wup@wup.poznan.pl
wuppoznan.praca.gov.pl

Wydawca

Agencja Reklamowa TOP Agnieszka Łuczak
ISBN 978-83-66878-01-3

Druk

Agencja Reklamowa TOP
Agnieszka Łuczak
ul. Chocimska 4
87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	strona 4
Curriculum Vitae	strona 6
Poszukiwanie ofert pracy	strona 16
Autoprezentacja	strona 22
Zmiana pracy, zmiana w pracy	strona 34
Gdy lęk przeszkadza w zawodowym funkcjonowaniu	strona 42
Poradnictwo online	strona 52
Praca z grupą	strona 64

Wstęp

Jednym z ustawowych zadań Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu jest działalność metodyczno – szkoleniowa na rzecz kadry doradczej powiatowych urzędów pracy. Organizowane przez WUP Poznań szkolenia, od wielu już lat cieszą się zainteresowaniem, co pokazuje nam jak duże są potrzeby doradców w zakresie rozwijania warsztatu pracy na rzecz osób bezrobotnych i poszukujących pracy. Poradnik „Rynkowe i psychologiczne aspekty poradnictwa zawodowego” wpisuje się we wspomnianą wyżej działalność.

Ostatnie lata to szereg nowych wyzwań na rynku pracy – postęp technologiczny i związana z nim cyfryzacja różnych dziedzin życia społecznego, zmiany w funkcjonowaniu firm będące konsekwencją okresu pandemii, konflikt zbrojny za wschodnią granicą Polski i związane z tym wszystkim narastające poczucie niepewności. A skoro z nowymi wyzwaniami mierzą się nasi klienci to i doradcy stoją przed wyzwaniem rozwijania swojego warsztatu, zdobywania nowych informacji, zapoznawania się z analizami, raportami opisującymi otaczającą nas rzeczywistość.

Żeby rozmawiać z klientami o ich zawodowych problemach, trzeba przede wszystkim przyjrzeć się tym trudnościom, zobaczyć je w szerszej perspektywie. Żeby pomagać w ich rozwiązaniu, trzeba kierować się empatią, zrozumieniem i korzystać z rzetelnych, sprawdzonych metod pracy. Rozmowa z drugą osobą potrzebującą wsparcia to ciekawe, twórcze i jednocześnie trudne wyzwanie. Jak sobie z nim można poradzić? Jak z perspektywy doradcy wygląda aktualnie spotkanie z klientem? Jakimi zasadami warto kierować się podczas rozmów? Te i inne kwestie stały się przyczynkiem do zapytania doradców jak z ich perspektywy wygląda współczesne poradnictwo zawodowe.

Poradnik, który oddajemy w Państwa ręce dotyczy wybranych zagadnień pracy z dorosłym klientem. Materiał przygotowany został przez Olgę Kaczmarek – Kierownika Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej w oparciu o ankiety, w których doradcy WUP Poznań podzielili się swoimi refleksjami o pomaganiu. Mamy nadzieję, że publikacja będzie przydatna w Państwa codziennej pracy.

CV



CURRICULUM VITAE

Nie ma chyba częściej pojawiającego się słowa w poradnictwie zawodowym od Curriculum Vitae zwanego w skrócie CV. Wydawać by się mogło, że o dokumentach aplikacyjnych wszystko już zostało powiedziane i napisane. Po części to prawda, bo jest to bardzo eksploatowany temat. Ale czy wszyscy klienci wiedzą jak taki dokument przygotować? Czy nie popełniają już błędów? Nic bardziej mylnego. Są oczywiście osoby, których CV wygląda bardzo profesjonalnie, mają pomysł na prezentację swoich aktywności, ale są też osoby, które choć w teorii dobrze wiedzą jak powinna wyglądać wizytówka zawodowa, to trudniej im w tych standardowych ramach umieścić własne doświadczenia, tak żeby atrakcyjnie wypaść w czasie rekrutacji. Są wreszcie osoby, którym brakuje również tej teoretycznej wiedzy o zasadach konstruowania tego rodzaju dokumentów. Na większości portali związanych z tematyką kariery zamieszczane są porady w tym zakresie, a także kreatory CV. Już tylko dla porządku podajemy kilka przykładowych wskazówek, z jakimi najczęściej mogą spotkać się osoby poszukujące zatrudnienia. Te akurat pochodzą z naszej strony internetowej.

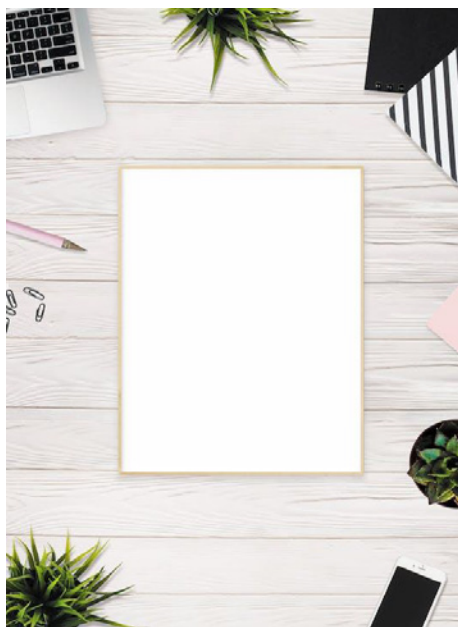
WYKORZYSTAJ SZANSĘ

Pamiętaj, że ciekawie przygotowane CV jest przepustką do rozmowy kwalifikacyjnej

- ✓ dopasuj CV do ogłoszenia
- ✓ załóż oficjalny adres mailowy
- ✓ napisz krótki profil zawodowy na początku CV
- ✓ używaj „słów kluczy” nawiązujących do oferty pracy
- ✓ wyeksponuj na początku to co najważniejsze - zdecyduj czy jako pierwsze opisz doświadczenie, czy wykształcenie
- ✓ opisz doświadczenie zawodowe i przebieg edukacji wpisując daty od najnowszych do najstarszych
 - ✓ wpisz przy nazwie firmy branżę w jakiej działa
 - ✓ wymień obowiązki na zajmowanych stanowiskach
 - ✓ wymień nazwy programów komputerowych jakie znasz
- ✓ wymień języki obce jakie znasz i oceń realnie poziom ich znajomości
 - ✓ opisz swoje dodatkowe aktywności
 - ✓ używaj jednego rodzaju czcionki
- ✓ pamiętaj o klauzuli RODO na końcu CV

W rozdziale poświęconym CV w mniejszym stopniu chcemy skupić się na poradach technicznych dotyczących konstruowania samego dokumentu, choć też się oczywiście pojawią, a bardziej skupimy się na refleksjach doradców z pracy z klientem na etapie tworzenia wizytówki zawodowej. W tym celu poprosiliśmy doradców o scharakteryzowanie pojęcia „profesjonalne CV” i jego roli w procesie rekrutacji, zapytaliśmy o sprawdzone sposoby pracy z klientami oraz trudności, jakie pojawiają się na tym etapie. Zapraszamy do zapoznania się z indywidualnymi obserwacjami i przemyśleniami doradców cytowanymi poniżej.

- ❖ *Pracodawca nie może domyślać się, co autor CV miał na myśli. Musi wiedzieć, kto kryje się za dokumentami aplikacyjnymi. Bez względu na to jaki wzór i grafika są wykorzystywane, jedno jest istotne – zaciekać. To zaowocuje zaproszeniem na rozmowę kwalifikacyjną lub nawet propozycją zatrudnienia.*



- ❖ *Ważna jest zasada, aby nie koloryzować w CV. Niestety niektórzy klienci mają skłonność do upiększania rzeczywistości, a czasami wręcz do wpisywania nieprawdy. Należy klientów uświadomić, że nie powinno się tak robić. Jak mawia przysłowie „kłamstwo ma krótkie nogi”.*

- ❖ *Wbrew pozorom pozycja „zainteresowania i hobby” ma duże znaczenie dla rekrutera. Warto jednak przemyśleć, które z zainteresowań wpisać. Należy unikać ogólników*

w postaci „czytania książek” czy „sportu”, bo taki zapis w zasadzie niczego nie wyjaśnia, natomiast wskazanie konkretnych tytułów czy dyscyplin już tak.

- ❖ *Skracanie dokumentu, aby za wszelką cenę zmieścić się na jednej stronie jest błędem. Oczywiście sytuacja taka występuje tylko wtedy, gdy kandydat ma „co wpisać” oraz, gdy dane korespondują ze stanowiskiem, na które aplikuje.*

- ❖ *Ważne jest aby sprawdzić poprawność wpisanych danych teleadresowych. Potwierdzeniem niech będzie przykład klienta, który nie wiedział dlaczego pracodawcy nie odpowiadają na jego CV. Przyczyna braku odzewu była prozaiczna – błąd w numerze telefonu.*

- ❖ *Gdyby pracodawcy byli zbiorem jednorodnym, łatwo byłoby stworzyć kompletny zbiór zasad dobrego CV, którego zastosowanie gwarantowałoby zainteresowanie. Tymczasem potencjalni pracodawcy są różni i podświadomie szukają pracowników takich jak oni sami, a więc ich oczekiwań nie powinno się uśredniać. Szukają kandydatów na różne stanowiska pracy, zatem mogą oczekiwać od potencjalnych pracowników różnych (czasami wręcz krańcowo odmiennych) umiejętności, postaw, systemów wartości itd. Dlatego można jedynie próbować określić wzór CV, który z największym prawdopodobieństwem pomoże w procesie poszukiwania pracy.*

- Przykład: Od osoby starającej się o pracę księgowego oczekuje się dokładnego, chronologicznego grupowania informacji. Natomiast artysta designer starający się o angaż w firmie Coca Cola Polska może zachwycić rekruterów pisząc w artystyczny sposób białą czcionką na czerwonym tle: „Moim celem jest odświeżyć świat - inspirować chwile optymizmu i szczęścia, tworzyć nowe wartości i wprowadzać zmiany w moim otoczeniu z butelką Coca Coli w rękę” i pod takim CV złożyć swój podpis.*

- ❖ *Dobrze gdy CV jest kolorowe. Kolor pozwala oddzielić wyraźnie poszczególne części CV, zaznaczyć to co jest najważniejsze.*

- ❖ *Staram się wspólnie z klientem „przejsć” przez wszystkie pozycje CV. Analizując je, udzielam stosownych wyjaśnień. Ma to istotne znaczenie, ponieważ klient w mniejszym lub większym stopniu nabiera doświadczenia i w przyszłości łatwiej mu będzie samodzielnie poradzić sobie z tym zadaniem.*

- ❖ *Przeprowadzam rozmowę używając pytań otwartych, pozwalających na uporządkowanie informacji i wstawienie ich do odpowiednich kategorii (kwalifikacje, doświadczenie, umiejętności). Klient ma możliwość zastanowienia się nad swoimi mocnymi stronami.*

- ❖ Klient musi aktywnie uczestniczyć w tworzeniu CV. Pomaga to odkrywać talenty – często niedoceniane lub niezauważane, sprzyja budowaniu pozytywnego wizerunku, zwiększa poczucie własnej wartości.



- ❖ Zawsze proszę, aby klient przyniósł na poradę jakiegokolwiek przygotowane przez siebie CV. Na tej podstawie wprowadzamy poprawki. To baza do ostatecznej wersji.
- ❖ Często jako zadanie domowe klient ma przygotować swój cel zawodowy. Wielu klientów pomija ten punkt w CV.
- ❖ Zawsze pytam klienta czy nowe CV mu się podoba, czy jest usatysfakcjonowany, czy oddaje wizerunek klienta w taki sposób, jakby sobie tego życzył i wreszcie, czy będzie w stanie „obronić” swoje CV na rozmowie kwalifikacyjnej.
- ❖ Aktualnie firmy szukając pracowników coraz rzadziej oczekują listu motywacyjnego. Taka praktyka dotyczy obecnie przede wszystkim aplikowania na oferty z dużymi wymaganiami ze strony pracodawcy.
- ❖ Zachęcam do tworzenia własnych szablonów. Często w pracy wykorzystuję do tworzenia CV prosty program graficzny Canva. Klienci chętnie z niego korzystają. Dobrym punktem wyjścia do stworzenia CV jest również profil na pracuj.pl, który daje możliwość przygotowania szablonu.
- ❖ Obecnie dostępnych jest wiele stron internetowych zawierających kreatory CV. Korzystam z nich, bo po co wywalać otwarte drzwi. Kreatory posiadają wiele dostępnych wariantów do wyboru. Niewątpliwie warto się z nich korzystać. Zaletą kreatora CV online jest oszczędność czasu. Wygenerowanie przejrzystego i kompletnego CV nie musi już zajmować kilku godzin pisania, formatowania i ewentualnych poprawek. Czasy ręcznie tworzonych dokumentów rekrutacyjnych odchodzą w zapomnienie, chociaż czasami można się z nimi spotkać, np. wśród osób w dojrzałym wieku.

- ❖ *Gdy widzę, że klient aplikuje na bardziej specjalistyczne stanowisko, gdzie ceniona jest wyróżniająca się forma CV, polecam jeden z kreatorów. Muszę jednak dodać, że dość sceptycznie podchodzę do tego aby polecać je klientom. Niejednokrotnie miałam do czynienia z sytuacją, gdy klient przyszedł do mnie, aby dokonać tylko kilku korekt CV stworzonego właśnie w kreatorze. Niestety nie miało ono możliwości edycji, a klient nie miał pojęcia na jakiej stronie było utworzone.*
- ❖ *W grupie osób starszych więcej jest klientów, którzy mierzą się z trudnościami technicznymi. Nie mają odpowiedniego sprzętu albo nie potrafią obsługiwać dokumentu tekstowego. Dodatkowo gdy wymagane jest wysłanie CV do pracodawcy drogą elektroniczną, a osoby te najczęściej nie korzystają z poczty elektronicznej, nie mają swojego adresu e-mail i nie wiedzą jak to zrobić - rezygnują z uczestnictwa w rekrutacji.*
- ❖ *Z mojego doświadczenia wynika, że najtrudniejsza do napisania jest część dotycząca umiejętności, kompetencji, cech charakteru. Nadal najtrudniejszą sprawą dla klientów jest określenie swoich mocnych stron i umiejętności.*



❖ *Problemem jest prawidłowe określenie umiejętności miękkich, których posiadania nie można udokumentować. Zdarza się, że umiejętności takie wpisywane są na wyrost na podstawie subiektywnych odczuć klientów, a przecież już podczas rozmowy kwalifikacyjnej doświadczony rekruter jest w stanie to zweryfikować.*

❖ *Znaczna grupa klientów chce w dokumencie zamieścić wszystkie informacje na swój temat. To problem z selekcją informacji. Zauważalne jest również kurczowe trzymanie się szablonów i brak elastyczności*

w ich modyfikacji. Pomocna jest rozmowa, ale i tak zdarza się, że klienci nie chcą rezygnować z niektórych elementów.

- ❖ *Zawsze staram się, aby CV było przede wszystkim spójne. Chcę, żeby klient był przygotowany na uzasadnienie aspektu, który jest dla niego problematyczny. Np. w przypadku długich przerw w życiorysie proszę, aby zastanowił się czy były w tym czasie, jakieś prace dorywcze, kursy, szkolenia, opieka nad kimś zależnym z rodziny. Jeśli klientka boi się powrotu po długiej nieobecności na rynku pracy spowodowanej urodzeniem dziecka to proszę ją o zastanowienie się, jakie umiejętności nabyła podczas pobytu w domu. Często padają odpowiedzi typu: lepsza organizacja czasu, umiejętność skupienia się na kilku rzeczach itp., co przekłada się na cenne umiejętności miękkie.*
- ❖ *Największa trudność występuje wtedy, kiedy klient nie chce zmienić źle zredagowanego CV, upiera się, że te informacje są ważne. Staram się odwołać do racjonalnych argumentów, ale ostateczna decyzja leży po stronie klienta. Jeśli klient upiera się przy swoim, nie przekonuję go na siłę. Zostawiam jeszcze wtedy furtkę w postaci stwierdzenia: „Dobrze, jeśli chce Pan zostawić CV w takiej postaci, sprawdźmy jak będzie wyglądał odzew ze strony pracodawców na taki dokument. Jeśli pracodawcy nie będą oddzwaniać, wrócimy do tematu i ponownie przyjrzymy się Pana CV. Czy Pan się zgadza?”. Czasem klient na własnej skórze musi przekonać się, że trwanie przy swoim nie jest dobrą drogą.*
- ❖ *Zdarza mi się rozmawiać z klientem negatywnie nastawionym, który uważa, że CV w ogóle nie jest potrzebne, że „teraz pracodawcom w głowach się poprzewracało”. Są bardzo oporni na tłumaczenia i wyjaśnianie w jakim celu pisze się CV. Często właśnie to jest bardzo trudne – uświadomienie klientowi, że jest to istotny dokument przy szukaniu pracy. Jako przykład mogę podać pracę z klientem, który trafił do mnie, ponieważ był na rozmowie i to właśnie potencjalny pracodawca poprosił go o dostarczenie CV. Próbował sam sporządzić taki dokument korzystając z internetowych wzorów, ale to tylko wzbudziło jego złość i zniechęcenie - nie wiedział co wpisywać w poszczególne punkty i jak się w ogóle do tego zabrać. Miał już zrezygnować, ale przy kolejnej wizycie w PUP został skierowany do mnie w tej sprawie. Dużo czasu zajęło mi „ostudzenie” jego negatywnych emocji. Udało nam się sporządzić CV. Klient po wszystkim był bardzo zadowolony. Stwierdził, że „nie było to nawet takie straszne”.*
- ❖ *Moim zdaniem problem występuje w przypadku osób, które nie mają żadnego doświadczenia zawodowego. Odpowiednie wykształcenie może nie wystarczyć, by zostać zaproszonym na rozmowę kwalifikacyjną. Staram się wtedy podkreślić w CV umiejętności*

miękkie, oczywiście mając świadomość, że same dobre chęci to za mało. Chociaż zdarzają się oferty, w których potencjalny pracodawca oczekuje właśnie tylko tych dobrych chęci i zaangażowania np. McDonald's.

- ❖ *Najtrudniejsza jest praca z osobami bez doświadczenia zawodowego, posiadającymi niski poziom wykształcenia, zwłaszcza podstawowe. W kontakcie ukierunkowanym na sporządzenie dokumentów, kiedy nie ma czasu na ćwiczenia w zakresie identyfikacji zasobów, to doradca podsuwa możliwości zapisów w CV, a klient niemal zawsze je akceptuje: „Pani coś napisze”, „Pani wie”, „Ja nie wiem”.*
- ❖ *Mamy wielu klientów nieradzących sobie dobrze z kreatorem tekstu, którzy piszą bardzo nieprofesjonalne graficznie CV. Taki dokument trzeba napisać praktycznie od nowa. Nadal jest wiele starszych osób nieznających obsługi komputera, ale (o dziwo!) również wiele osób w średnim wieku, które mają niewielką wiedzę w tym zakresie. Są to przede wszystkim osoby posiadające wykształcenie podstawowe i gimnazjalne, zawodowe, albo średnie ogólnokształcące zdobyte w szkołach dla dorosłych.*
- ❖ *W Europie coraz większe znaczenie mają media społecznościowe. Pracodawcy/rekruterzy sprawdzają profile kandydatów. To pokazuje, że nie liczy się teraz wyłącznie CV, ale także zawartość prowadzonych przez nas mediów społecznościowych.*
- ❖ *Gdy rozmawiam z pracodawcami coraz częściej mówią o tym, że zwracają uwagę na kompetencje osób - umiejętności, osiągnięcia itp. Często mówią też, że punkt „zainteresowania” bardzo łatwo weryfikuje, czy osoba napisała CV sama, czy skorzystała z gotowego wzoru z Internetu. Nie robi dobrego wrażenia na pracodawcach ogólny zapis typu „film, kino, muzyka, sport”. Według nich to zainteresowania większości. Tak naprawdę nie mówią nic konkretnego o tym jakie hobby ma kandydat.*
- ❖ *Ważne jest, żeby pamiętać, że nawet doskonałe CV nie działa cudów, jeśli nie posiadamy odpowiednich kwalifikacji.*
- ❖ *Myślę, że dla firm interesujące są przede wszystkim te CV, które są czytelną odpowiedzią na ogłoszenie w sprawie pracy. Rekruter nie powinien mieć wątpliwości czy CV nie trafiło do niego przez przypadek. Powinno jasno z niego wynikać: „świadomie aplikuję na ofertę*

i uważam, że jestem odpowiednim kandydatem” 😊 Zatem CV powinno odnosić się do oferty pracy, a kandydat powinien ustosunkować się w nim do wymagań i oczekiwań.

Pytania do refleksji

→ Przygotuj dla celów ćwiczeniowych swoje własne CV, zwłaszcza jeżeli w ostatnim czasie nie szukałeś/aś pracy. Opiszując swoją edukację, doświadczenie zawodowe i swoje pasje, lepiej zrozumiesz z czym mierzą się klienci, na jakie trudności napotykają, co jest potencjalnym wyzwaniem w budowaniu swojego wizerunku zawodowego.

Notatki

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

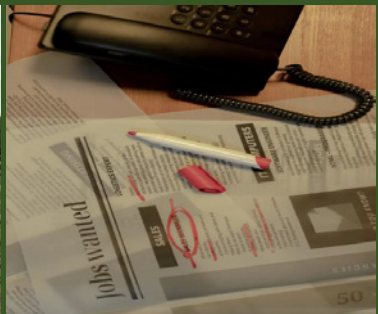
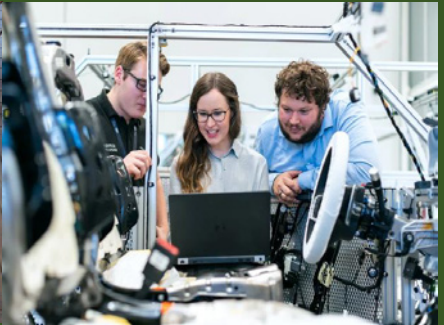
.....

.....

.....

.....

.....



POSZUKIWANIE OFERT PRACY

Główny cel usług doradczych w urzędach pracy to pomoc klientom w poszukiwaniu zatrudnienia. To podstawowa kwestia. Wszystkie podejmowane z klientami działania jak rozwijanie umiejętności, zwłaszcza tych osobistych i społecznych, praca nad wizerunkiem czyli tak zwaną autoprezentacją, bilans kompetencji, przygotowanie dokumentów aplikacyjnych i wiele innych przedsięwzięć, nakierowane są na poprawę sytuacji zawodowej, odnalezienie się klientów na rynku pracy. Doradcy towarzyszą swoim klientom na różnych etapach poszukiwania zatrudnienia - wtedy gdy klient zastanawia się jaką pracę chciałby wykonywać, jakie są jego predyspozycje i preferencje zawodowe, wtedy gdy przygotowuje się do rozmowy kwalifikacyjnej, a także wtedy gdy dokonuje podsumowania jej przebiegu, zarówno pozytywnego jak i negatywnego. Ale nie można zapominać o jeszcze jednej kwestii – poszukiwaniu i wyborze konkretnych ofert pracy. O ten właśnie etap zapytaliśmy doradców. Jak postrzegają poszukiwanie pracy we współczesnych czasach, co jest niezmiennie, co uległo modyfikacjom, z jakich metod korzystają ich klienci i na ile robią to skutecznie? Zapraszamy do zapoznania się z indywidualnymi obserwacjami i przemyśleniami doradców.

- ❖ *Bez wątpienia w ostatniej dekadzie nastąpiła rewolucja w poszukiwaniu pracy. Symbolem tego zjawiska jest, między innymi, dynamiczny rozwój rekrutacji online. Zmianom uległ rynek pracy, a w szczególności ilość i jakość dostępnych ofert pracy. Znacznie wzrosła ilość oferowanych miejsc pracy publikowanych na specjalistycznych portalach internetowych. Dlatego moim zdaniem niezwykle istotne jest przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu w społeczeństwie. Wobec osób, które z różnych przyczyn są wykluczone w tym zakresie należy stosować szeroko pojętą pomoc, tak aby nabyły umiejętności efektywnego poszukiwania pracy. Będąc pracownikiem ze stosunkowo długim stażem zawodowym pamiętam czasy, kiedy do urzędu przychodziły osoby bezrobotne, czytały dostępne gazety i tam szukały ofert pracy.*
- ❖ *Internet z roku na rok staje się coraz powszechniej stosowaną formą komunikacji, również w zakresie poszukiwania pracy. Pandemia przyspieszyła ten proces. Znajomość obsługi Internetu stała się niemal warunkiem koniecznym do uzyskania zatrudnienia.*
- ❖ *Obecnie mało który kandydat roznosi osobiście CV i prosi o rozmowę z pracodawcą. W przeszłości było to bardzo powszechne.*

- ❖ *W niektórych sytuacjach, czy na konkretnych lokalnych rynkach najbardziej skuteczną metodą znalezienia pracy jest poszukiwanie poprzez znajomych i składanie CV bezpośrednio do firmy. Z doświadczenia wiem, że właśnie na te metody klienci poświęcają najmniej swojego czasu.*
- ❖ *Na rynek pracy wchodzi nowe pokolenie, które wykorzystuje Internet w różnych sferach swojego życia i to poprzez ten kanał szuka zatrudnienia. Pracodawcy chcąc znaleźć pracowników muszą ich szukać również w ten sposób.*
- ❖ *Prasa lokalna nie ma już obszernych działów z ofertami pracy.*
- ❖ *Internetowe bazy ofert pracy w ostatnim czasie znacznie zwiększyły swoją objętość.*
- ❖ *Nie trzeba skupiać się na poszukiwaniu pracy w jednym rejonie. Opcja pracy zdalnej lub hybrydowej oznaczają możliwość pracy z dowolnego miejsca.*
- ❖ *Zmieniło się sporo i trudno o szczegółowe wnioski. Większa jest świadomość młodego pokolenia, co do tego jak chcą żyć – czyli pogodzenie pracy z życiem prywatnym. Od pracodawców młodzi wymagają większej elastyczności, mają też większe oczekiwania finansowe, niż ludzie w tym samym wieku 10 lat wcześniej. Rozwój technologii spowodował pojawienie się wielu nowych ofert pracy, pojawiły się stanowiska, których wcześniej nie było. Jest spora grupa ofert pracy w IT, która jest dostępna dla ludzi bez specjalistycznego wykształcenia. Czasem wystarczy krótkie przyuczenie lub kilkutygodniowy kurs aby stać się np. testerem aplikacji.*
- ❖ *Na pewno na znaczeniu zyskały umiejętności związane z obsługą nowoczesnych technologii – pracodawcy poszukują ich u przyszłych pracowników. Ważne są umiejętności organizowania pracy własnej. Niektórzy pracodawcy zachowali elementy pracy zdalnej w firmach, co zaznaczają w ofertach zatrudnienia, chcąc przyciągnąć osoby poszukujące takich rozwiązań. Niezależnie od stanowiska ceniona jest elastyczność pracowników, umiejętność dostosowywania się do zmian.*
- ❖ *Zalecam poszukiwanie z zastosowaniem dwóch metod. Pierwsza dotyczy tzw. jawnego rynku pracy, tzn. ogłoszeń o pracę publikowanych na portalach z ogłoszeniami o pracę, a także zamieszczonych w zakładkach „karier” na stronach internetowych pracodawców*

czy też stronach internetowych poszczególnych firm doradztwa personalnego. Zaletą rynku jawnego jest to, że każdy ma do niego dostęp i każdy może wziąć udział w ogłoszonych rekrutacjach. Drugą metodą jest uruchomienie i stały rozwój własnej sieci kontaktów. Należy jednak pamiętać, aby dobrze zaplanować swoje działania w tym obszarze. Zastanowienia wymaga które spośród kontaktów zawodowych jak i prywatnych mogą wesprzeć poszukiwania, np. poprzez polecenie do osoby z możliwością zaproszenia na rozmowę kwalifikacyjną. Ważne jest aby wykorzystać wszystkie drogi dotarcia do oferty i nie zapominać, że poszukiwanie pracy to też praca. O skuteczności obu metod świadczą wyniki badań wyspecjalizowanych firm.

- ❖ *Nie wartościuję metod szukania pracy. Zalecam tężyczne korzystanie z różnych sposobów docierania do ofert w celu jak najszybszego osiągnięcia celu, jakim jest znalezienie zatrudnienia. Oczywiście dużo zależy od stanowiska, na które osoba chce aplikować oraz od jej mobilności. W przypadku osób z wysokimi kwalifikacjami, specjalistów, to przede wszystkim Internet i portale rekrutacyjne są miejscem poszukiwania pracy. Zwłaszcza jeśli osoby nie mają ograniczeń terytorialnych w szukaniu ofert – rozważają zmianę miejsca zamieszkania lub mogą i chcą wykonywać pracę zdalną. Internet daje im możliwość dotarcia do ofert z terenu całego kraju. Natomiast osoby szukające pracy w powiecie, np. w gastronomii, handlu, w lokalnych zakładach produkcyjnych, zachęcam do bezpośrednich kontaktów z pracodawcami – dostęp do ofert na tzw. ukrytym rynku pracy oraz możliwość bezpośredniego zaprezentowania się pracodawcy.*
- ❖ *Wszystko zależy od rodzaju stanowiska i poziomu oferty. Jeśli to oferta w gastronomii czy sprzedaży – zalecam osobisty kontakt z pracodawcą. Zaniesienie CV do potencjalnych miejsc pracy daje możliwość bezpośredniej rozmowy, zaobserwowania kto i jak tam pracuje. Oferty wyższego szczebla można pozyskać na zawodowych portalach społecznościowych czy w agencjach rekrutacyjnych.*

Pytania do refleksji

- Jak Ty oceniasz skuteczność poszczególnych metod poszukiwania pracy?
- Gdybyś poszukiwał/a pracy na stanowisku doradcy zawodowego, gdzie szukałbyś/szukałabyś ofert pracy?

→ Gdybyś poszukiwał/a pracy na stanowisku doradcy zawodowego, gdzie szukałbyś/szukałabyś ofert pracy?

This image shows a full page of primary-ruled paper. It features multiple sets of horizontal dashed lines spaced evenly down the page, providing a guide for handwriting practice. The background is white, and there are no margins or additional markings.



AUTOPREZENTACJA

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 zdrowa - 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 samoocena częściej idzie w parze ze sztywnością, lękiem przed nowym, nadmierną uległością lub wrogością wobec innych.

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 wierzyć innym, którzy podejmują takie próby.

Poziom samooceny może zmieniać się wielokrotnie w ciągu życia. Pewność siebie zależy często 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.

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 z szeroko rozumianej tematyki autoprezentacji pokazują, że praca z klientem w tym obszarze wymaga od doradcy dużego wycucia, empatii i podążania za klientem w tempie dopasowanym do jego możliwości uczenia się nowych zachowań. Nic nie przyspieszy procesu budowania pozytywnego obrazu siebie. W tym rozdziale prezentujemy refleksje z indywidualnych i grupowych spotkań doradczych z obszaru wzmacniania poczucia pewności siebie i pracy nad autoprezentacją.



Zapytaliśmy doradców zawodowych o to, które pytania z rozmów kwalifikacyjnych sprawiają klientom najwięcej trudności, na czym te autoprezentacyjne trudności polegają i z czego mogą wynikać. Czy są indywidualnym problemem danego klienta, czy może w naturalny sposób obawia się ich większość kandydatów starających się o pracę? Patrząc na pytania, które doradcy wymienili w ankiecie można powiedzieć, że są przynajmniej cztery obszary tematyczne, o których klienci szczególnie chcą porozmawiać z doradcą.

Pytania o tak zwane mocne strony.

Jakie są Pana/Pani mocne strony osobowości?

W jakich zadaniach czuje się Pan/Pani najlepiej?

Co dobrego powiedziałby o Panu/Pani były pracodawca?

Za co cenią Pana/Panią przyjaciele i znajomi?

Co uznaje Pan/Pani za swój sukces?

Pytania o szeroko rozumiane trudności

Jakie są Pana/Pani słabe strony?

W jakich zadaniach nie czuje się Pan/Pani komfortowo?

Co uznaje Pan/Pani za swoją porażkę?

Z jakich powodów rozstał/a się Pan/Pani z poprzednią firmą?

Co wpłynęło na krótkie okresy zatrudnienia w poszczególnych firmach?

Pytania ogólne, wprowadzające

Proszę opowiedzieć coś o sobie.

Dlaczego nasza firma?

Dlaczego powinniśmy Pana/Panią zatrudnić?

A także pytanie od którego wiele zależy – oczekiwania finansowe.

Spójrzmy na wybrane wypowiedzi doradców – jak oni interpretują zmagania klientów z przygotowaniem się do spotkania z pracodawcą.

- ❖ *Niektórzy choć są zdeterminowani, żeby znaleźć zatrudnienie, to podchodzą do tego beztrasko. Towarzyszy im podejście „jakoś to będzie”. Prowadząc zajęcia grupowe dla osób zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy zauważam przydatność tych pytań, gdyż nierzadko klientom brakuje podstawowej wiedzy jak rozmawiać z pracodawcą.*
- ❖ *Różne są losy klientów, różne są ich doświadczenia zawodowe. Niektórzy porzucają pracę lub są zwalniani z przyczyn dyscyplinarnych. Odpowiedź na pytanie o przyczyny takiego stanu rzeczy może stanowić trudność. Pracodawcy mogą za pomocą środków komunikacji szybko przeprowadzić weryfikację dotyczącą kandydata do pracy.*
- ❖ *Niezmiennie trudność sprawia pytanie o wynagrodzenie. Kandydaci obawiają się tego pytania, gdyż boją się niedoszacowania i późniejszego niezadowolenia ze swoich zarobków, a także przeszacowania co może spowodować, że nie zostaną w konsekwencji zatrudnieni.*
- ❖ *Dużo trudności sprawiają klientom pytania o mocne strony, umiejętności, o to dlaczego jest się właściwym kandydatem. To pytania, które często dotyczą tak zwanych umiejętności miękkich - osobistych i społecznych. Jest to obszar, w którym osoby bezrobotne nie czują się komfortowo i bardzo często nie wiedzą jak odpowiedzieć na takie pytania. Może to wynikać z tego, że uważają to za chwalenie się (a uczą nas, że przecież to nie wypada). Poza tym niewiele osób wchodząc na rynek pracy robi sobie bilans umiejętności. Nie zastanawiają się nad tym. Uważają to za mniej ważne niż wykształcenie czy zdobyte doświadczenie zawodowe.*
- ❖ *Niektórzy klienci odczuwają iż mówienie o sobie pozytywnie to jakaś forma chwalenia się, co w polskiej kulturze często nadal nie jest dobrze odbierane, chociaż coraz więcej osób zaczyna już rozumieć, że trzeba to robić choćby dlatego, że pracodawca sam nie domyśli się, jaki jest potencjał osoby starającej się o pracę, jeżeli ona mu o tym nie powie. Do słabych stron jest równie trudno się przyznać ze względu na to, że zbytnia szczerość w tym zakresie może odstraszyć pracodawcę.*

- ❖ *Bez wątpienia takich pytań jest wiele. Można by wymieniać różne przykłady, ale nie sam rodzaj pytania stanowi istotę problemu. Trudności wynikają przede wszystkim z niewiedzy klientów. Na każde pytanie można udzielić odpowiedzi, jednakże warto wiedzieć co i jak mówić. Nie można oczywiście kłamać czy zmyślać, bo prędzej czy później zostanie to zweryfikowane. Problemy dotyczące pytań wynikają z braku odpowiedniego przygotowania się do udzielenia przemyślanych i wyczerpujących odpowiedzi.*
- ❖ *Rozmowa z pracodawcą jest trudną sztuką. U wielu moich klientów budzi obawy. Najlepszym sposobem zmierzenia się z tym problemem jest trening umiejętności. Na początku treningu przygotowywanie odpowiedzi na pytania sprawia trudność, ale temu właśnie służą spotkania z doradcą – oswajaniu się z rozmowami kwalifikacyjnymi.*
- ❖ *Skąd czerpie Pan/Pani motywację do pracy? – to pytanie zaskakuje klientów i przysparza trudności, gdyż wymaga przygotowania odpowiedzi, która zwraca uwagę, że nie tylko pieniądze, ale i zadowolenie z pracy mogą motywować do dalszego rozwoju.*
- ❖ *Najczęściej problem pojawia się już na początku omawiania pytań stosowanych w rozmowie i dotyczy odpowiedzi na pytanie „Proszę opowiedzieć coś o sobie”. Może to wynikać z obniżonej samooceny u klienta, lęku przed oceną, skupianiu się raczej na wadach niż zasobach lub po prostu z nieprzemyślanego scenariusza – co chcę o sobie powiedzieć na początku.*
- ❖ *„Trudne pytania” to pojęcie bardzo względne. Jednym trudność sprawia opowiedzenie o swoich mocnych stronach, innym zaś o wysokości wynagrodzenia.*

Trudno jest pracować nad autoprezentacją jeżeli nie zostało ugruntowane poczucie własnej wartości klienta. Wzmocnienie pozytywnej samooceny to pierwszy etap pracy z klientem w takim przypadku. Dzięki temu klienci łatwiej będą poruszać się w obszarze swoich umiejętności i będą mieć swobodniejszy dostęp do mocnych stron. Pytanie o mocne strony nie będzie już przerażało. Zdarza się, że klienci z niską samooceną grają w „tak, ale”. Na stwierdzenie doradcy „Wybrała Pani trafne przykłady mocnych stron na rozmowę kwalifikacyjną” odpowiadają „Tak, ale stanowczo za mało ich podałam”. W takich przypadkach warto poruszyć podczas spotkania problematykę wpływu negatywnych myśli na

całościowy obraz siebie, na etap przygotowań do szukania pracy i autoprezentację podczas spotkań z rekruterem.

A takich deformacji myślowych jest cały szereg: uogólnianie – jeśli raz coś mi się nie udało, nie uda się już nigdy; etykietowanie – posługiwanie się stale tym samym wyobrażeniem o sobie, najczęściej negatywnym; filtrowanie – z całej masy informacji wybieranie tylko negatywnych; obwinianie – przypisywanie sobie niepożądanych rezultatów, nawet jeśli jest wiele innych przyczyn; nadmierne emocje powodujące błędy w ocenianiu siebie oraz przekonanie, że nie ma się żadnego wpływu na sytuację.

Konieczność rozpoznawania zasobów nie zawsze jest dla klientów oczywistym etapem w poszukiwaniu pracy. Ze względu na obniżoną samoocenę, doznawane 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 osoby z obniżoną samooceną prawdopodobnie częściej zwrócą uwagę. Czasami pesymistyczne sformułowanie na swój temat 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 więc tworzyć okazję do drobnych sukcesów i wzmacniania klienta: *„Świetnie, że skontaktowała się Pani z tym pracodawcą”, „Ciekawie Pan opisał swoje zalety w CV”*. Podczas pracy nad umiejętnościami klienta warto stosować listy kompetencji. Na ogół klienci chętnie zaznaczają opisujące ich określenia. Rezultat wypełnionej kartki bywa mocno wzmacniający. Należy jednak pamiętać, że odzyskanie świadomości swoich zasobów nie jest równoznaczne ze schematycznym bilansem mocnych i słabych stron. Klient musi mieć też możliwość opowiedzenia o swoich doświadczeniach na swój indywidualny sposób. Bierzmy również pod uwagę fakt, że 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. W ankiecie poprosiliśmy doradców, aby odpowiedzieli na pytanie „Jakie sposoby pracy nad

przygotowaniem do rozmowy kwalifikacyjnej proponujesz swoim klientom/klientkom?”.
Przytaczamy niektóre refleksje doradcze.

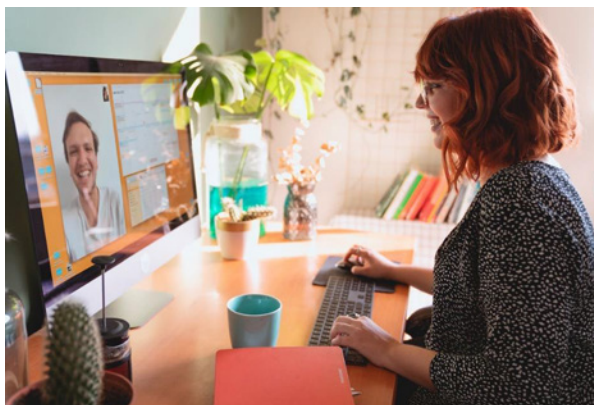
- ❖ *Zachęcam klientów, aby poza przygotowaniem odpowiedzi na pytania, które mogą paść podczas rekrutacji, przećwiczyli „na sucho” wejście, przywitanie, sposób siedzenia. To też są ważne rzeczy. Duży nacisk kładę na komunikację niewerbalną – panowanie nad mimiką i gestykulacją. Ćwiczymy to podczas konsultacji. Ważne jest, w jaki sposób będzie wyglądał chociażby uścisk dłoni. Staram się przygotować klientów jak najlepiej, podpowiedzieć, doradzić, aby rozmowa kwalifikacyjna przyniosła jak najmniej zaskoczeń.*
- ❖ *Podczas zajęć grupowych stawiam na wiedzę o autoprezentacji, mowie ciała, roli pierwszego wrażenia. Przeprowadzam symulację rozmowy kwalifikacyjnej w trzysobowych zespołach w składzie: kandydat do pracy, potencjalny pracodawca i obserwator przekazujący na koniec swoje spostrzeżenia. Rozmowa kwalifikacyjna jest najbardziej stresującym etapem poszukiwania pracy i tylko dobre przygotowanie do niej pozwoli na zmniejszenie stresu. Już sam fakt, że osoba chce uczestniczyć w zajęciach grupowych czy spotkaniu indywidualnym pozwala przypuszczać, że nabeędzie wiedzę jak się do takiej rozmowy dobrze przygotować. Z doświadczenia wiem, że ćwiczenie w „trójkach” zbiera pozytywne opinie. Wiele osób nie zdaje sobie sprawy jak zachowuje się w stresujących sytuacjach. Każde ćwiczenia, po którym osoba uzyskuje informację zwrotną na swój temat jest bardzo przydatne i pozwala wyeliminować błędy.*
- ❖ *Nie wszyscy pamiętają o tym, by przyjść na rozmowę z odpowiednim nastawieniem. Nie należy z góry zakładać, że rozmowa potoczy się w określony sposób. Nie można mieć pewności, że każdy będzie pytał o to samo. Warto przygotować sobie odpowiedzi na najczęściej pojawiające się pytania, ale nie należy ograniczać się tylko do tego.*
- ❖ *Zadaję pytania, które dla klientów mogą być trudne, nietypowe, czasami kontrowersyjne i proszę by odpowiedź na pytanie stała się okazją do promocji siebie, podkreślenia swoich zalet. „Jest Pan za młody na to stanowisko”, „Ma Pani za wysokie kwalifikacje”. Takie ćwiczenia pomagają klientom także w pracy nad powiększaniem pewności siebie.*
- ❖ *Przed spotkaniem z pracodawcą proponuję swoim klientom przeprowadzenie takiej rozmowy ze mną. Klient bez stresu może zastanowić się co powiedzieć, mogę mu wskazać na co powinien zwrócić uwagę udzielając odpowiedzi np. że musi się skupić na swoim życiu*

zawodowym, zainteresowaniach i umiejętnościach związanych z aplikowanym stanowiskiem pracy. Klient w praktyce doświadcza jak taka rozmowa może przebiegać.

- ❖ *W przypadku osób mających niewielką świadomość swojego potencjału zawodowego można zaproponować ćwiczenia typu karty pracy dotyczące umiejętności, cech osobowości itp. Im większa wiedza o sobie, tym łatwiej będzie z niej korzystać podczas rozmowy.*
- ❖ *Korzystam z testów pozwalających poznać swoje cechy osobowościowe. Proszę także, aby do każdej z wybranych cech klient dopasował realną sytuację zawodową, w której dana cecha się ujawniła. Wspólnie ćwiczymy odpowiedzi na pytania z tego zakresu.*
- ❖ *Ważna jest praca nad stresem. Warto omówić z klientem jak można go zminimalizować, żeby łatwiej było skoncentrować się na zadaniu – pozytywnym przedstawieniu się pracodawcy.*

Wraz z postępującą cyfryzacją, część firm decyduje się, przynajmniej na pierwszym etapie rekrutacji, na rozmowę online. Dla osób zaznajomionych już z tą formą spotkań zawodowych, nie będzie ona zaskoczeniem, ale dla tych, którzy nie czują się w niej zbyt pewnie, może stanowić dodatkowe źródło stresu w już i tak stresującej sytuacji. Czy przygotowanie się do rekrutacji online znacząco odbiega od przygotowania do spotkania face to face? Odpowiedź

nie jest jednoznaczna. To co pozostaje niezmiennie, to konieczność bilansu umiejętności, doświadczeń zawodowych, przemyślenie kierunku autoprezentacji. Bez względu na formułę spotkania, pracodawca chce poznać mocne i słabe strony kandydata, a kandydat chce



dobrze wypaść i zdobyć zatrudnienie w firmie. Różnice w przygotowaniu dotyczą strony organizacyjnej spotkania. Inna forma rozmowy generuje inne kanały przekazu, którymi kandydat będzie starał się zapewnić pracodawcę o swojej przydatności na stanowisku, na które

aplikuje. Jak pomóc klientowi przygotować się do rozmowy online, na co zwrócić szczególną uwagę - kilka podpowiedzi zamieściliśmy tabeli.

zabezpieczenie strony technicznej – upewnienie się co do możliwości połączenia z pracodawcą online, warto dowiedzieć się jakie są wymagania sprzętowe
wybór odpowiedniego miejsca do rozmowy, aby czuć się profesjonalnie i swobodnie zarazem
zadbanie o tło rozmowy i oświetlenie – sprawdzenie co jeszcze poza kandydatem rejestruje kamera, z pewnością regał z książkami będzie wyglądał lepiej niż niepościelone łóżko
dbałość o wygląd zewnętrzny – strój musi być całością, nawet jeśli kandydat widoczny jest tylko od pasa w górę
sprawdzenie czy działa kamera i mikrofon
poinformowanie domowników o prowadzonej rozmowie
wcześniejsze oswojenie się z kamerą np. podczas koleżeńskej rozmowy

Są atuty takiej formy rozmowy. Gdy u kogoś stres objawia się wzmożoną potliwością, nie będzie to widoczne. To częsta obawa kandydatów np. podczas powitalnego lub pożegnalnego podawania dłoni. Dodatkowo, w miejscu niewidocznym dla kamery można umieścić „ściągę” z niektórymi informacjami 😊

Pytania do refleksji

- *Przemysł 3-minutową autoprezentację na stanowisko doradcy zawodowego.*
- *Nagraj filmik ze swoją wypowiedzią.*
- *Obejrzyj filmik.*
- *Zastanów się jak mógłby zostać odebrany przez pracodawcę/rekrutera, jakie atuty udało się w nim zaprezentować?*
- *Jeśli masz w otoczeniu zaufaną osobę, pokaż jej nagranie i poproś o informację zwrotną.*
- *Wykonanie ćwiczenia pomaga uświadomić sobie z czym mierzą się klienci, jakim wyzwaniem jest autoprezentacja, jak to jest zmierzyć się w własnym wizerunkiem i usłyszeć wrażenia innej osoby o tym co się przygotowało.*
- *Wykonywanie na sobie ćwiczeń, które proponuje się klientom, pomaga w zadawaniu pytań podsumowujących, rozmowie o emocjach, obawach itp.*

This image shows a full page of a worksheet designed for handwriting practice. It features ten sets of horizontal dashed lines spaced evenly down the page, providing a guide for letter height and placement. The background is plain white, and there are no other markings or text present.



ZMIANA PRACY, ZMIANA W PRACY

Zmiana pracy czy zmiana w pracy? To jedno z pytań, które stawia sobie część klientów poradnictwa zawodowego. Odpowiedź na to pytanie wcale nie jest prosta. Między czym, a czym jest to tak naprawdę wybór? Decyzja o zmianie pracy wiąże się na ogół z określeniem stanowiska, na które miałyby się aplikować, przygotowaniem CV, uczestnictwem w rozmowach kwalifikacyjnych – to na poziomie bardziej technicznym, ale przede wszystkim z dużym wyzwaniem i zmianą w najbliższej codzienności. Czym jest zmiana w pracy? To również wyzwanie, choć nieco innej natury. Wszystko zależy od tego, co jest powodem dyskomfortu w miejscu zatrudnienia. Być może tym wyzwaniem będzie rozmowa w firmie o podwyżce, przeformułowaniu zakresu obowiązków, zmianie godzin pracy, jeżeli jest taka możliwość, bądź spojrzenie na siebie jako członka zespołu z innej, nowej perspektywy, a w związku z tym praca nad komunikacją i swoimi relacjami z innymi osobami w firmie. To tylko niektóre przykłady sytuacji.

Gdy klient przychodzi do doradcy z tego rodzaju dylematem, zadaniem fachowca jest pomoc klientowi w obejrzeniu na spokojnie tej sytuacji – swoich emocji, swoich rozterek, swoich potrzeb po to, by łatwiej było podjąć decyzję co dalej. Zapytaliśmy doradców zawodowych o ich refleksje z pracy z klientami w tym obszarze.



❖ *Niejednokrotnie klienci zmuszeni są zmienić pracę na łżejszą ponieważ dotychczasowa powoduje pogarszanie się stanu zdrowia. Ostatnio miałem możliwość rozmowy z klientem, który wiele lat pracował przy montażu okien i drzwi. Praca wymagała dźwigania, co spowodowało nieodwracalne zmiany w układzie kostno – stawowym. Dalsze wykonywanie tej pracy stało się niemożliwe. Obecnie pracuje „przy taśmie” stojąc 8 godzin, ale nie musi niczego dźwigać.*

- ❖ *Aspekty finansowe także skłaniają klientów do zmiany pracy. Szczególną grupą są osoby podejmujące pracę za granicą. Początkowo podejmują pracę w Polsce, by następnie wyjechać za granicę w celach zarobkowych. Niewątpliwie taka zmiana dla wielu osób jest korzystna. Wyjazd daje możliwość większych zarobków w krótszym czasie. Dla przykładu - w regionie konińskim dominują wyjazdy o charakterze sezonowym, tj. przy zbiorach w rolnictwie czy ogrodnictwie. Po kilku miesiącach aktywności zawodowej takie osoby rejestrują się w powiatowych urzędach pracy oczekując na kolejny wyjazd do pracy. Nie jest to z pewnością grupa osób bezrobotnych, którym należy poświęcić najwięcej uwagi. Ten układ im po prostu odpowiada i nie chcą go zmieniać.*

- ❖ *Powody chęci zmiany pracy wśród moich klientów są różne. Najczęściej chodzi o złą kondycję finansową firmy lub trudną atmosferę w pracy. Często chęć zmiany wynika z faktu, że dotychczasowe zatrudnienie przestało satysfakcjonować klienta, np. w sytuacji gdy klient „podbramkowo” podejmował pracę poniżej swoich kwalifikacji. Klienci szukają także stabilnego zatrudnienia, wyższego wynagrodzenia czy nowych interesujących wyzwań.*

- ❖ *W sytuacji, w której klient nie wie co zrobić, czy zmienić pracę, czy jednak pozostać w obecnej, bardzo dobrze sprawdzają mi się na przykład takie pytania.
 Jakie korzyści możesz uzyskać zmieniając pracę?
 Jakie mogą być konsekwencje zmiany?
 Jakie są Twoje odczucia związane z prawdopodobieństwem zmiany?
 Na które etapy zmiany masz wpływ, a które są poza Twoją kontrolą?
 Jakie emocje mogą Ci towarzyszyć podczas zmiany?
 Jakie nowe umiejętności będziesz musiał nabyć w nowej pracy?
 Czy zmiana pracy wpłynie na życie osobiste?
 Czy jesteś świadomy i gotowy na stres, który może się pojawić podczas zmiany pracy?
 Jaką masz motywację?*
Wszystkie pytania mają na celu doprowadzenia klienta do podjęcia odpowiedniej dla niego decyzji, przez niego samego, bez wpływu doradcy zawodowego. Ważne jest, aby klient naprawdę zastanowił się nad odpowiedziami i wyciągnął z nich odpowiednie wnioski.

- ❖ *Jeżeli klient się waha to oznacza, że decyzja nie jest przesądzona. Zmiana pracy jest trudną decyzją, a powodów takiej decyzji jest wiele. Myślę, że przede wszystkim należy ustalić te*

powody. Czy jest to np. wypalenie zawodowe, tak często występujące ostatnio wśród pracowników, czy też niezadowolenie z zarobków. Ta druga przyczyna może wydawać się nie warta głębszego analizowania, bo kto nie chce więcej zarabiać? Warto jednak wziąć pod uwagę inne – pozapłacowe korzyści w dotychczasowej pracy. Może się okazać, że większa kwota wpływająca na konto w banku wcale nie stanowi większych dochodów. Wypalenie zawodowe to już poważniejszy problem. Tak czy inaczej rolą doradcy jest ustalenie czy faktycznie istnieją powody skłaniające do zmiany pracy, czy też jest szansa przezwyciężenia trudności i pozostania w dotychczasowej pracy. Porada ma dać klientowi pewność, że sytuacja została właściwie zdiagnozowana, a podjęta decyzja będzie słuszna. Warto więc sporządzić listę „za” i „przeciw”. Takie zestawienie pozwoli ustalić czy minusy biorą górę nad plusami, czy odwrotnie. Pytania które bym zadał w tej sytuacji to m.in. czy sama myśl o pójściu do pracy wywołuje nieprzyjemne odczucia, czy praca sprawia przyjemność czy wręcz przeciwnie, czy istnieje możliwość dalszego rozwoju zawodowego, czy zarobki są adekwatne do wkładanego wysiłku, jaka panuje atmosfera w miejscu pracy i czy są jakieś szanse na awans. Wreszcie warto ustalić (zapytać) czy kwalifikacje i doświadczenia zawodowe gwarantują natychmiastową poprawę warunków i zarobków w innej pracy.

- ❖ Żeby ustalić jak wielka jest chęć zmiany wykorzystuję technikę skali. Proszę klienta, żeby na skali od 1-10, gdzie 10 oznacza najwyższy poziom ocenianego czynnika - określił jak wielka jest jego determinacja i zaangażowanie w zmianę pracy. Następnie pytam dlaczego akurat taka punktacja na skali i co może ją zmniejszyć bądź zwiększyć. Pytania zadaję w taki sposób, żeby to klient wyartykułował pomysły, określił działania, które można by podjąć oraz proszę, żeby umiejscowił je w czasie.
- ❖ Przydatne jest omówienie historii zmian, które były już przez klienta dokonane. Przywołanie towarzyszących im wątpliwości i dokonanie oceny zmian z perspektywy czasu. Zachęcam do ustalenia strat i korzyści z podjęcia, ale też z zaniechania działania. Klient musi odpowiedzieć sobie na pytania: Co zyskuje w obecnej sytuacji? Co traci nie podejmując zmiany? Co może się stać niekorzystnego, gdy zmieni pracę? Co zmieniłoby się na lepsze, gdyby decyzja była urzeczywistniona? Oczywiście konieczne do rozważenia są realia rynku pracy i ocena planów klienta pod kątem ich dostosowania do popytu pracodawców, ale też sytuacji osobistej pracownika.

- ❖ Często zadaje pytania: Co sprawia, że jesteś szczęśliwy? Co sprawia, że nie jesteś szczęśliwy? Czy czujesz się doceniany w pracy? Co jest Twoją mocną stroną? Jak myślisz, jakie zmiany musisz wprowadzić, aby było lepiej? Czy dbasz o swoje potrzeby zawodowe, osobiste, prywatne? Czy odczuwasz satysfakcję z pracy, z życia osobistego? Gdzie widzisz się za rok? Czy wyznaczasz sobie cele zawodowe i je realizujesz? Czy masz możliwości rozwoju, awansu? Wszystkie pytania służą do rozpoznania obszaru, który sprawia, że klient potrzebuje zmiany. Na ogół uświadomienie sobie przez klienta czego potrzebuje i skąd wynikają jego rozterki zajmuje kilka spotkań doradczych. Nigdy nie jest to łatwy proces. Samoświadomość swoich potrzeb jest jednym z trudniejszych do osiągnięcia stanów.



- ❖ Warto zacząć od sprawdzenia, na ile to zewnętrzne okoliczności, a na ile sam klient przyczynia się do powstania niechcianej sytuacji w pracy. Trzeba odpowiedzieć na pytanie – w jakim stopniu klient ma wpływ na tę sytuację. Jeśli cokolwiek można zmienić dobrze jest zachęcić klienta do podjęcia odpowiedniego działania. Jeśli sytuacja w pracy zachwiała jego poczuciem pewności warto zaproponować skorzystanie z profesjonalnej pomocy, by znów je odzyskać. Można zadać pytania w celu ustalenia czy osoba ma potrzebne kwalifikacje, czy pracuje na odpowiednim stanowisku, czy wynagrodzenie jest satysfakcjonujące. Jest wiele osób świadomych tego, że ich doświadczenia i umiejętności wykraczają już poza obecne stanowisko i czują potrzebę zrobienia następnego kroku i nie zawsze musi to być od razu odejście z dotychczasowego miejsca pracy.

- ❖ *Gdy klient wskazuje, że coś mu nie odpowiada w aktualnej pracy, zwłaszcza w sferze relacyjnej, psychologicznej warto porozmawiać stosując następujące pytania.
Jakie posiadasz relacje ze współpracownikami i przełożonym?
Czy przełożony jest osobą otwartą na propozycje pracowników?
Jaki masz pomysł (choćby wstępny) na poprawę swojego funkcjonowania w pracy?
Czy dostrzegasz możliwość zmiany w swoim zachowaniu, by łatwiej Ci było w miejscu pracy, żeby to nie było tak dużym źródłem stresu?*
- ❖ *W pracy z klientem nad zmianą, chętnie wykorzystuję test Kotwice Kariery Scheina. Przydaje się podczas rozmowy o wartościach, które tu i teraz są ważne dla klienta.*

Pytania do refleksji

- Czym dla Ciebie jest zawodowa zmiana?
- Z jakimi zmianami już miałeś/aś do czynienia? Jak sobie z nimi poradziłeś/aś?
- Jakie zmiany przed Tobą?

[illegible]



GDY LĘK PRZESZKADZA W ZAWODOWYM FUNKCJONOWANIU



Są sytuacje, w których możesz udzielić konkretnego wsparcia.

Są sytuacje, w których to wsparcie wykracza poza obszar Twoich kompetencji/ zadań Urzędu.

Zawsze jednak możesz kierować się empatią i zrozumieniem wagi przeżywanych przez klienta obaw i lęków. To trudne, ale pomocne.

Choć zaburzenia lękowe są obszarem interwencji dla psychoterapeuty i psychiatry, to również w innych zawodach doradczych podstawowa wiedza w tym zakresie bywa pomocna. Lęk jest nieodłącznym elementem życia, towarzyszy każdemu człowiekowi. Jednak w przypadku zaburzeń lękowych jest bardziej intensywny, dłużej trwa a nawet prowadzi do fobii. Lęk różni się od strachu. Ten drugi na ogół skierowany jest na konkretny zewnętrzny przedmiot bądź sytuację. W przeżywaniu lęku na ogół trudno określić co jest jego przedmiotem, jest skierowany bardziej do wewnątrz.

Prześledźmy kilka sytuacji, w których osoba bezrobotna otrzymuje jakąś propozycję z urzędu pracy, ale ma obawy aby ją przyjąć.

Przykład 1

Doradca

Pani Anno, mam dla Pani interesującą ofertę stażu w Pani zawodzie. Firma pod Poznaniem poszukuje docelowo pracownika do działu finansowego, jest szansa na zatrudnienie po stażu. Od razu pomyślałam o Pani.

Klientka

Dziękuję. Rzeczywiście ciekawa oferta, tylko tak daleko musiałabym dojeżdżać... jeszcze to przemyślę...

Przykład 2

Doradca

Panie Bartoszu, jest możliwość zrobienia kursu komputerowego z Excela. Z tego co pamiętam o takim właśnie kursie Pan myślał.

Klient

Tak, bardzo by mi się przydał. Super, cieszę się. A gdzie ten kurs będzie się odbywał?

Doradca

W tym wieżowcu na ulicy Poznańskiej. Firma szkoleniowa Akademia IT ma tam siedzibę na 10 piętrze.

Klient

Aha, na 10 piętrze...jeszcze się zastanowię nad tym kursem...

Przykład 3

Doradca

Co Panią najbardziej zainteresowało w naszej ofercie?

Klientka

Przeczytałam w ulotce, że pomagacie w Urzędzie przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej. A mnie te rozmowy bardzo stresują.

Doradca

Oczywiście jest taka możliwość. W przyszłym tygodniu organizujemy zajęcia grupowe z tej tematyki. Uczestnicy bardzo sobie chwalą to, że w praktyce można przećwiczyć próbną rozmowę kwalifikacyjną. Mogę Panią zapisać. A jeśli ma Pani jakieś pytania dotyczące warsztatów to chętnie odpowiem.

Klientka

Duża jest ta grupa?

Doradca

Maksymalnie 8 osób.

Klientka

A to każdy musi brać udział w tej próbnej rozmowie? To jest obowiązkowe, są jakieś konsekwencje wtedy?

Doradca

Pani Ewo, warto spróbować, ale są też inne praktyczne ćwiczenia podczas zajęć, które mogą pomóc jeżeli w tym zadaniu nie byłaby Pani gotowa wziąć udziału.

Klientka

A te inne osoby to pewnie już mają większe doświadczenia na rynku pracy i w takich rozmowach.

Doradca

Podobnie jak Pani chcę się do tych rozmów przygotować.

Klientka

Rozumiem, to ja jeszcze to przemyślę...

Klienci z tych przykładów są zainteresowani stażem, szkoleniem, nauką autoprezentacji, ale z jakiegoś powodu odraczają tą decyzję. Z krótkiej rozmowy nie wynika co jest tego przyczyną. Być może jest to lęk, który narasta w trakcie podróżowania w odleglejszy teren (Pani Anna), lęk przed poruszaniem się windą (Pan Bartosz) lub lęk przed intensywnym kontaktem z innymi ludźmi (Pani Ewa). To jedynie przypuszczenia. Nie jesteśmy diagnostami, żeby to stwierdzić. Być może powody zachowań osób z przykładów są inne – obowiązki uniemożliwiające dojeżdżanie do pracy, o których nie wiemy; słomiany zapał; negatywne skojarzenia z konkretną firmą szkoleniową bądź brak realnej motywacji do poszukiwania pracy i nauki nowych umiejętności.

Choć powody tych obaw mogą być różne, skupimy się teraz na lęku jako przyczynie odraczania decyzji o przyjęciu propozycji doradcy. Przyjrzyjmy się jak może myśleć klient lękowy i jakie dylematy wewnętrzne przeżywa. Zobaczmy z czym w praktyce osoby lękowe sobie nie radzą i jak to wpływa na ich życie osobiste i zawodowe.

Przykład 1 – analiza

...tylko tak daleko musiałabym dojeżdżać... jeszcze to przemyśle...

co jeśli to nadmierny lęk? – co Pani Ania myśli i czuje pod jego wpływem, spójrzmy na tą sytuację z jej perspektywy

- ❖ *Pod Poznań rzadziej jeżdżą autobusy, więc pewnie będzie większy ścisk i nie będzie miejsc siedzących*
- ❖ *Żaden autobus nie odjeżdża bezpośrednio z mojego osiedla, będę musiała się przesiadać, pewnie gdzieś w centrum*
- ❖ *A co jak mi się coś stanie na tym odludziu*
- ❖ *A co jak zemdleję*
- ❖ *Zanim dojadę już będę cała spocona ze strachu*
- ❖ *Brat mnie nie zawiezie bo jedzie do pracy w przeciwnym kierunku*
- ❖ *A jak trzeba będzie zostać dłużej w pracy i będę wracać po ciemku*
- ❖ *Ale jak nie wezmę tego stażu to znów będę tylko siedzieć w domu*
- ❖ *Czemu to nie może być prostsze*
- ❖ *Czemu ja zawsze muszę się tak czuć*



Przykład 2 – analiza

...Aha, na 10 piętrze...jeszcze się zastanowię nad tym kursem...

co jeśli to jednak nadmierny lęk? – co Pan Bartosz myśli i czuje pod jego wpływem, spójrzmy na tą sytuację z jego perspektywy

- ❖ *Czy wszystkie firmy muszą mieć siedzibę w wieżowcach*
- ❖ *W takim wieżowcu to pewnie dużo ludzi, a co jak będzie tłum w windzie*
- ❖ *A co jak zatrzyma się między piętrami*
- ❖ *A co jak zemdleję*
- ❖ *A co jak zabraknie powietrza*
- ❖ *Mógłbym wchodzić na to 10 piętro. Może bym przyszedł wcześniej, bo jak wejść na 10 piętro to się spocę, będę musiał się odświeżyć w łazience*
- ❖ *A co jak po zajęciach będą chcieli iść na piwo i będę musiał z nimi jechać windą*
- ❖ *Czemu to nie może być prostsze*
- ❖ *Czemu ja zawsze muszę się tak czuć*



Przykład 3 – analiza

...Duża jest ta grupa? ...

...A to każdy musi brać udział w tej próbnej rozmowie? ...

...To jest obowiązkowe, są jakieś konsekwencje wtedy? ...

...A te inne osoby to pewnie już mają większe doświadczenia na rynku pracy i w takich rozmowach...

...Rozumiem, to ja jeszcze to przemyślę...

co jeśli to jednak nadmierny lęk? – co Pani Ewa myśli i czuje pod jego wpływem, spójrzmy na tą sytuację z jej perspektywy

- ❖ *Nie dam rady występować*
- ❖ *Znów będę cała spocona i czerwona na twarzy*
- ❖ *Co z tego, że sobie ułożę w głowie prezentację jak i tak przed nimi będę się zacinąć*
- ❖ *Na samą myśl robi mi się niedobrze*



Co możemy zrobić w takich sytuacjach? Przede wszystkim porozmawiamy z klientem. Spróbujmy poznać jego powody odraczania decyzji, jeśli oczywiście będzie chciał o nich powiedzieć. Przyjrzymy się zachowaniu klienta na kolejnych spotkaniach. Możemy rozmawiać o jego obawach co do podjęcia aktywności zawodowej – w szczególności w kontakcie doradczym. W przypadku poznania już klienta i zaobserwowania, że rzeczywiście nadmierny lęk utrudnia mu normalne funkcjonowanie możemy, w aurze życzliwości, rozmawiać z nim o innych instytucjach/specjalistach, pomagających odzyskać równowagę psychiczną, z podkreśleniem, że to decyzja klienta. Podczas rozmów o poszukiwaniu pracy z osobami odczuwającymi silny lęk, trzeba być szczególnie uważnym na werbalne i niewerbalne informacje zwrotne od klienta. Poniżej zebrane przez nas refleksje - jak się zachowywać, jak rozmawiać, gdy klient doświadcza lęku.



- ✓ Przyzwalaj na wyrażanie trosk przez klienta – wzmacniasz tym jego otwartość.
- ✓ Pozostawiaj przestrzeń dla decyzji klienta. „Proszę się zastanowić co Pan o tym myśli...”
„Jeśli dobrze Pana zrozumiałam, uważa Pan że...”
- ✓ Interesuj się bieżącymi odczuciami klienta. W nich znajdziesz wiele informacji o kliencie.
- ✓ Emocje to ważny wskaźnik tego co dla klienta istotne. Dostrzeż je, zapytaj o nie.
- ✓ Przyzwalaj na wyrażanie krytyki przez klienta (np. gdy nie ocenia pozytywnie oferty aktywizacyjnej) – klienci z lękiem społecznym boją się konsekwencji prezentowania negatywnych opinii.
- ✓ Spróbuj spojrzeć na rzeczywistość z punktu widzenia osoby zależnionej. Traktuj lęki poważnie, ale nie pozwól, aby dolegliwości emocjonalne drugiej osoby wytrąciły Cię z równowagi.

- ✓ Doceń nawet drobny krok w kierunku podjęcia pracy – osoby lękowe są wrażliwe, potrzebują wzmocnienia. Daj klientowi odczuć, że zmiana wymaga od klienta wielu wyzwań. Pomóż mu docenić samego siebie w radzeniu sobie z lękiem.
- ✓ Klienci pozostają przy zachowaniach unikowych bo zapewniają im upragnione, choć pozorne, poczucie bezpieczeństwa. Jednak nie pytaj wprost o zalety lęku – spotka się to z brakiem odpowiedzi lub oporem. Nie obawiaj się natomiast, że rozmowa o pozytywach status quo utrwali nawyk unikania.
- ✓ „Odruch naprawiania” – nawet jeśli wynika ze współczucia zwiększa u klienta poczucie braku umiejętności rozwiązania problemu.
- ✓ Nie rób wszystkiego za drugą osobę, unikaj wtrącania się – to obniża poczucie pewności siebie.
- ✓ Nie zachęcaj do działania – gdy klient potrzebuje czasu do namysłu. Nie zachęcaj do namysłu, gdy klient chce działać.
- ✓ Rezygnuj z podejścia dyrektywnego gdy klient ma wątpliwości co do dalszych kroków.
- ✓ Nie przekonuj klienta, nie przedstawiaj faktów, gdy klient chce abyś wysłuchał/a jego wątpliwości.
- ✓ Nie stosuj listy argumentacji za i przeciwko zmianie zachowań unikowych – to nienaturalne i nieskuteczne.
- ✓ Nie wywieraj nacisku, nie zmuszaj żeby klient szedł szybciej i dalej niż jest naprawdę gotowy.



[illegible]



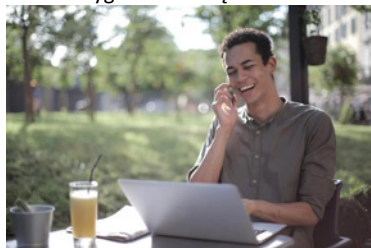
PORADNICTWO ONLINE

Od pewnego czasu zaobserwować można w szeroko rozumianej ofercie doradczo - szkoleniowej znacznie więcej usług online. Nie ominęło to także poradnictwa zawodowego. Z pewnością ma na to wpływ ogólny rozwój technologiczny i postępująca cyfryzacja społeczeństwa, ale nie tylko. Tak nagły rozwój poradnictwa online wymusiła pandemia koronawirusa w 2020 roku, co było dużym wyzwaniem. Ten trudny czas na szczęście już za nami, ale poradnictwo online zostało. Warto myśleć o tym w pozytywnych kategoriach. Nie jest już ono jedyną formą kontaktu z klientem, lecz alternatywą w stosunku do poradnictwa tradycyjnego – stacjonarnego.

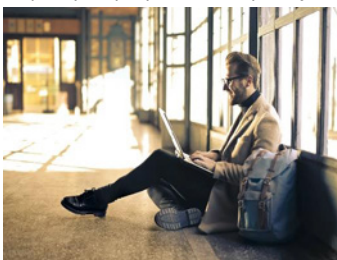
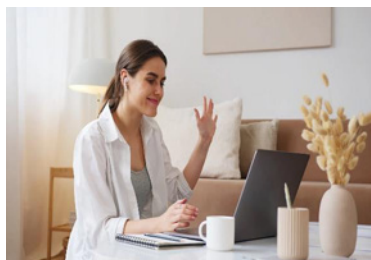
W tym rozdziale skupimy się przede wszystkim na zaletach poradnictwa online, wyzwaniach technicznych i mentalnych jakie stoją przed doradcami chcącymi pracować w tej formule, a także na tym jak tą usługę postrzegają klienci. Za nami już kilka lat doświadczeń w doradzaniu na odległość, możemy więc przyrzeć się temu zagadnieniu z bliska.

Konsultacje online zapewniają z pewnością tak zwane bezpieczeństwo sanitarne. Z tego właśnie powodu były preferowane w okresie pandemii. Miały wyeliminować ryzyko rozprzestrzeniania się koronawirusa. Jednak dobrze wiemy, że nie tylko w okresie pandemii, ale zawsze istnieje ryzyko przeniesienia zarasków, choćby klient był „tylko” przeziębiony. To właśnie przykład kiedy mogłaby sprawdzić się rozmowa online bądź kontakt telefoniczny. Gdy klient powinien przebywać w domu, ale czuje się na tyle dobrze, żeby wziąć udział w spotkaniu, nie warto tracić czasu i odkładać rozmowy na później. Formuła online pozwala kontynuować proces aktywizacji pomimo chwilowych niedogodności.

Wygoda i oszczędność czasu to kolejne atuty poradnictwa online. Przyjazd do urzędu,



zwłaszcza gdy odległość jest duża, albo ma się napięty plan dnia i chwilę później trzeba być znów w innej lokalizacji to organizacyjne wyzwanie. Z pomocą może przyjść spotkanie zdalne. Dom, podróż, pobyt za granicą, spacer, ławka w parku, przerwa na lunch w pracy to przykładowe sytuacje i miejsca, z których



łączą się klienci. Nie oznacza to oczywiście, że każde dowolne miejsce sprzyja rozmowie.

Należy uczulić klienta, żeby o to zadbał. Wymiana myśli podczas jazdy tramwajem pełnym głośnych dźwięków nie zapewni komfortu żadnej ze stron.

Są też klienci, którym trudniej dotrzeć na spotkanie, nie z powodu ich małej motywacji, ale z przyczyn od nich niezależnych. Rzadko kursujący PKS lub w ogóle brak połączeń w komunikacji publicznej mogą uniemożliwić dotarcie do urzędu. Problem może tkwić również w kwestiach finansowych. Dla niektórych osób kupno biletów może być przymusowym wydatkiem w niewielkim domowym budżecie. Warto w takim przypadku rozważyć konsultację na odległość.

Gdy rodzic przebywający na urlopie wychowawczym ma pod opieką dziecko/dzieci i jest na etapie planowania powrotu do pracy, na ogół niełatwo mu się wyrwać na spotkanie z doradcą. Gdy osoba z niepełnosprawnością, mającą wpływ na poruszanie się, musi wyjść z domu, bywa to dla niej logistycznym wyzwaniem. Albo ktoś, kto złamał nogę i na pewien czas jest unieruchomiony w mieszkaniu. Przykładów osób, dla których poradnictwo online jest wygodniejsze można by znaleźć więcej. Dlatego zawsze warto rozważyć czy w przypadku danej osoby takie rozwiązanie byłoby korzystne.

Miejmy też świadomość, że w niektórych przypadkach poradnictwo online jest dobrym rozwiązaniem, pod warunkiem, że ma ono charakter tymczasowy a nie docelowy. Niektórzy klienci są wycofani społecznie, trudniej im wyjść do ludzi, zmierzyć się z zewnętrznym światem. Przeżywają lęk, bądź nawet zdiagnozowano u nich zaburzenia lękowe. W okresie gorszego samopoczucia wyjście z domu, jazda autobusem, samodzielne poruszanie się po mieście jest trudne, a czasem wręcz niewykonalne. W złym stanie zdrowia psychicznego, nie u każdego będą siły na rozmowę o pracy, jednak w tej grupie osób są również takie, które pomimo problemów, będąc w bezpiecznej dla siebie przestrzeni, myślą o tym co dalej z pracą i chcą o tym porozmawiać. Poradnictwo online w tym sensie powinno być rozwiązaniem tymczasowym, a nie długoterminowym, gdyż ma pomóc powrócić (na ogół przy pomocy psychiatry, psychoterapeuty) do zawodowej aktywności a nie wzmacniać wycofanie i pozostanie w domu dłużej niż jest to konieczne.

- Instalacja odpowiedniego narzędzia komunikacji online.
- Nauka możliwości technicznych jakie daje to narzędzie.
- Stabilne łącze internetowe.
- Oświetlenie pokoju.
- Zwrócenie uwagi na tło, które jest za nami.
- Przygotowanie informacji na drzwiach pokoju doradczego o trwającej poradzie online.
- Mówienie w kierunku kamery, a nie ekranu z wyświetlonymi twarzami uczestników spotkania, co jest naturalnym odruchem.
- Reagowanie na komunikaty pojawiające się od uczestników na czacie.
- Zadbanie o przerwy, zwłaszcza w przypadku webinarów grupowych.
- Zobowiązanie uczestników do rozmowy przy włączonych kamerkach.



Wiemy już, że poradnictwo online ma zalety. Świadczy o tym choćby jego większa dostępność dla tych grup klientów, którym trudniej spotkać się z doradcą face to face. Nie oznacza to oczywiście, że w tej formule nie ma ograniczeń. Na szczęście nie umniejszają one znaczenia konsultacji zdalnych i nie odbierają efektów, które w ich trakcie udaje się wypracować. Trzeba jednak mieć świadomość ich istnienia, nauczyć się pracować w nowym formacie, a w sytuacji, gdy dla klienta bardziej korzystny byłby kontakt bezpośredni, pozostać przy tradycyjnej wersji rozmowy lub realizować je wymiennie, w zależności od bieżących potrzeb.

Co więc jest inne? Na przykład możliwość „śledzenia” mowy ciała klienta. W tradycyjnej odsłonie rozmowy jest ona bardziej widoczna. Doradca widzi jak klient się porusza, podaje dłoń, czy ucieka wzrokiem, czy nerwowo gestykuluje. I czy ta nerwowość widoczna jest przez cały czas, czy w jakichś określonych momentach np. podczas poruszania trudniejszych, niewygodnych tematów. W rozmowie telefonicznej dodatkowo w ogóle nie widać rozmówcy.

Nie oznacza to oczywiście, że komunikacja niewerbalna nie ma miejsca w ogóle lub że nie jest zupełnie widoczna w spotkaniach online. Czasami jest po prostu trudniej dostrzegalna, zniekształcona technicznym przekazem bądź ograniczona do jednego kanału – głosu. Już sam fakt patrzenia na monitor, a nie w kamerkę sprawia, że nie mamy do czynienia z kontaktem wzrokowym, o jaki nam chodzi. To może się dzieć zarówno po stronie klienta jak i doradcy, zwłaszcza jeszcze nie obytego z tą formułą spotkań. W takiej sytuacji brak kontaktu wzrokowego nie będzie oznaczał trudności z jego nawiązaniem, braku pewności siebie, ale będzie się wiązał raczej z ograniczeniami wynikającymi ze specyfiki cyfrowego kontaktu. Trzeba mieć tego świadomość by nie wyciągać pochopnych wniosków. Znacznie rzadziej w rozmowie online widoczna jest cała sylwetka. Na ogół jest to obraz górnej części ciała lub w ogóle samej głowy. Wówczas komunikacja niewerbalna sprowadza się przede wszystkim do mimiki. Wprawne oko i ucho doświadczonego doradcy na ogół pozwala wychwycić niuanse niewerbalne nawet przy zmniejszonej ich liczbie. Nie oznacza to jednak, że w każdej sytuacji jest to możliwe. Jak sobie radzić w takich sytuacjach? Przede wszystkim mieć tego świadomość i być szczególnie uwrażliwionym na te „niedopowiedziane” i niezrozumiałe dla nas momenty rozmowy, po to by przyglądać im się podczas kolejnych spotkań. Warto też przemyśleć, czy może lepszym rozwiązaniem byłoby zapraszanie klienta na spotkania do urzędu albo podejście hybrydowe – uwzględniające naprzemiennie obydwie formy kontaktu. Można też rozważyć w którym momencie swojej pracy z klientem konieczne jest spotkanie face to face, a kiedy wystarczy rozmowa przez komunikator. Niektórzy doradcy wolą spotkania bezpośrednie na etapie nawiązywania relacji z klientem, poznawania jego osobistej historii zawodowej a rozmowy online, jeśli klient jest nimi zainteresowany pozostawiają na pracę nad konkretnymi elementami planu poszukiwania pracy, w której mniejsze znaczenie odgrywiają emocje a większe konkretne zadanie np. pisanie CV, analiza ofert pracy, rozmowa o pytaniach rekrutacyjnych itp. Dla innych doradców rodzaj kontaktu nie jest najważniejszy bez względu na etap doradzania. „Z perspektywy spotkań z kilkudziesięcioma osobami, z którymi pracowałam doradczo jedynie online, rodzaj kontaktu przestaje mieć już dla mnie znaczenie” – tak jedna z doradczyń opisała w ankiecie swoje podejście do poradnictwa na odległość. Z kolei niektórzy doradcy tęsknią za czasami, gdy poradnictwo było wyłącznie stacjonarne. Warto zajrzeć do punktu *Pytania do refleksji* zamieszczonego na końcu rozdziału i zastanowić się jak postrzegasz kontakt na odległość, jak się w nim czujesz i jak możesz rozwinąć swoje umiejętności w tym zakresie. Żyjąc w cyfrowych czasach i wykonując doradczy zawód, nie można unikać „nowego” a jednocześnie warto starać się nie zatracić „starego”.

Jedną z obaw jaka może towarzyszyć doradcom, którzy jeszcze nie pracowali w formule online, a stoją przed takim wyzwaniem mogą być kwestie techniczne - zerwanie połączenia, nie słyszenie się rozmówców, a także konieczność zapoznania się z różnymi funkcjami komunikatora internetowego. To zrozumiałe. Niektórzy ludzie odczuwają opór przed światem cyfrowym, dla innych jest to przysłowiowa bułka z masłem. Dla wielu osób z młodego pokolenia poruszanie się w świecie wirtualnym jest naturalne, intuicyjne. W ankiecie, doradcy zawodowi zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie jak radzą sobie w sytuacjach problemów technicznych w trakcie udzielania porady online. Poniżej zamieszczono ich niektóre wypowiedzi. Refleksje z tego obszaru mogą być cenną wskazówką, jak poradzić sobie w trudnych sytuacjach technicznych i jak nie nastawić się negatywnie do kontaktu online. Pamiętajmy, że trening czyni mistrza, a strach przed czymś nowym miewa wielkie oczy.

- ❖ *Staram się zawsze przygotować do porady online tak, aby wyeliminować wszelkie problemy techniczne. Na początku była duża obawa, czy wszystko uruchomi się prawidłowo i jak będzie wyglądał jej przebieg, jednakże z biegiem lat poradnictwo online nie stanowi dla mnie większego problemu.*
- ❖ *Gdybym znalazła się w takiej sytuacji, a problemy techniczne byłyby trudne do rozwiązania, przeprosiłabym klienta, wyjaśniła sprawę i umówiła się na inny termin.*
- ❖ *Staram się zabezpieczyć pomoc techniczną. W moim przypadku jest to współpracownik, który znacznie lepiej radzi sobie z komputerem i oprogramowaniem. Takie przypadki zdarzają się na szczęście niezwykle rzadko.*
- ❖ *Jeżeli już wystąpią problemy, staram się opanować i nie okazywać zdenerwowania. Należy przeprosić uczestników spotkania za chwilowe problemy i zapewnić, że za moment wrócimy do spotkania. Oczywiście takie „niespodzianki” mogą negatywnie wpłynąć na przebieg rozmowy czy spotkania, dlatego należy zachować w miarę możliwości spokój.*
- ❖ *Problemy techniczne w trakcie porady online nie wpływają dobrze na rozmowę doradczą bo nie przebiega ona płynnie, tracimy wątek, nie możemy się skupić na rzeczywistych problemach, które są powodem porady, ponieważ musimy zająć się zapewnieniem dobrego odbioru online. Trzeba się starać zrobić wszystko, co można, żeby uniknąć problemów technicznych także dlatego, że gdy wystąpią i nie potrafimy sobie z nimi*

poradzić, tracimy wiele z naszej pozycji doradcy - specjalisty. To, że problem nie dotyczy doradzania przestaje być ważne, ważniejsze jest, że rozmówca ocenia, że zbyt mało umiemy, żeby sprawnie przeprowadzić rozmowę online. Zoom jest dobrym komunikatorem, można z jego pomocą sprawnie zrealizować spotkania doradcze i to się nam udaje.

- ❖ *Jeśli osoba dzieli się akurat trudnymi, stresującymi dla niej fragmentami ze swojego życia zawodowego lub osobistego i wtedy połączenie zostanie przerwane to trudne jest wrócić po chwili do tego samego emocjonalnego momentu.*
- ❖ *Zrobienie w tym czasie przerwy pozwala na rzeczowe rozwiązanie problemu i przeprowadzenie rozmowy w sposób profesjonalny.*
- ❖ *Sposoby radzenia zależą od rodzaju problemu technicznego. Niektóre z nich można w miarę szybko rozwiązać. Największym wyzwaniem jest całkowita utrata kontaktu z uczestnikiem porady – zdarzało mi się to tylko w czasie spotkań grupowych (były to chwilowe wyłączenia), gdzie rozwiązaniem była zmiana kolejności wykonywania ćwiczeń.*
- ❖ *W ostateczności przełożyłabym rozmowę albo zaprosiła na spotkanie twarzą w twarz.*
- ❖ *Proszę, uczestników aby informowali o swoich problemach technicznych na czacie, wówczas pomagam, niejednokrotnie wraz z innymi uczestnikami rozwiązać problem. Jeżeli, z kolei problemy techniczne wynikają z połączenia z urzędu, podejmuję próbę ponownego logowania, co do tej pory skutecznie działało.*

Przytoczone powyżej wypowiedzi doradców pokazują, że aby przeciwdziałać wystąpieniu problemów technicznych lub poradzić sobie z tymi, które już się pojawiły, ważna jest znajomość narzędzia, na którym pracujemy, ale nie tylko. Dobrze jest zadbać o wsparcie dla siebie np. w osobie informatyka. Są problemy, które łatwo naprawić samemu, ale i takie, które wymagają pomocy specjalisty od komputerów i nawet dobrze przygotowany do spotkania doradca ma prawo sobie z nimi nie poradzić. Zauważmy, że pozostałe sposoby radzenia sobie z technicznymi niespodziankami, pochodzą z repertuaru klasycznych umiejętności doradczych – opanowanie, profesjonalizm, zadbanie o klienta np. zadzwonienie do niego, gdy szykuje się dłuższa awaria techniczna, zaproponowanie innego, dogodnego dla

klienta terminu spotkania. Problemów technicznych nie unikniemy. Na szczęście zdarzają się stosunkowo rzadko. Nie warto ich demonizować. Przy życzliwym podejściu doradcy, który jest nastawiony na pomoc w rozwiązaniu zawodowych problemów, techniczne trudności stają się tylko chwilową niedogodnością.

Poradnictwo na odległość to nie tylko spotkanie online za pośrednictwem komunikatora internetowego, ale również bardziej tradycyjna rozmowa telefoniczna. Jeśli jest ona jednorazowym przekazaniem klientowi krótkiej informacji zawodowej, komunikacyjno - psychologiczne tło nie ma znaczenia. Inaczej jest gdy rozmowa telefoniczna ma charakter



porady zawodowej. Wówczas to o czym klient mówi i w jaki sposób o tym mówi odgrywa istotną rolę. Doradcy zawodowi



z Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu podzielili się w ankiecie obserwacjami z tego obszaru. Na zadane im w ankiecie pytanie „*Gdy prowadzisz rozmowę doradcą przez telefon, na co zwracasz szczególną uwagę w głosie klienta i sposobie rozmawiania, żeby uchwycić istotne kwestie dla prowadzonej porady?*” odpowiedzieli w następujący sposób. Prezentujemy niektóre wypowiedzi.

- ❖ *Przy odbieraniu rozmów telefonicznych warto pamiętać, że klienci oceniają jakość obsługi prawie wyłącznie na podstawie tonu głosu. Głos zdradza emocje i nastrój. Sporo też mówi o osobowości, temperamencie, nastawieniu do świata i innych ludzi. Warto ten fakt wykorzystać w budowaniu dobrej relacji z klientem.*
- ❖ *Należy mówić spokojnie i nie wchodzić w słowo rozmówcy. Rozmówca nas nie widzi, dlatego może nas źle ocenić np. po nieodpowiednim tonie głosu.*
- ❖ *Staram się wychwycić emocje towarzyszące poszczególnym wypowiedziom. Zwracam uwagę na ton głosu, tempo mówienia, głośność, pauzy, rytm, oddech, intonację, drżenie głosu, gubienie wątku, częste lub nagłe zmiany tematu, wzburzenie w głosie.*
- ❖ *Kiedy rozmawiam z klientem przez telefon, skupiam się na problemie, który jest opisywany. Jeżeli mój niepokój wzbudzi chaotyczny sposób wypowiedzi, proponuję spotkanie stacjonarne w najszybszym terminie.*
- ❖ *Przysłuchuję się jak głos zmienia się wraz z opowiadaną historią. Staram się usłyszeć, czy w głosie „słysząc” uśmiech, czy raczej smutek lub rozpacz.*
- ❖ *Czasami klientowi podczas takiej rozmowy łatwiej jest uniknąć bezpośredniej odpowiedzi na trudne dla niego pytanie doradcy. To również może być dla mnie sygnałem co jest rzeczywistym problemem. Warto również odkryć powód, dla którego rozmowa odbywa się przez telefon, a nie bezpośrednio.*
- ❖ *Zwracam uwagę na emocje, które pojawiają się przy określaniu trudności, żeby zorientować się co osobie sprawia największą trudność.*
- ❖ *Pewność w głosie pozwala mi sądzić, że mój klient wie, czego chce, a treści które przekazuje przez telefon noszą znamiona wiarygodności.*

Do tej pory przyglądaliśmy się poradnictwu na odległość przede wszystkim z punktu widzenia doradcy zawodowego. A jak to jest po stronie klientów? O tym, że część z nich to osoby, które wychowały się w czasach intensywnej cyfryzacji już pisaliśmy. Młode pokolenie, zwłaszcza osoby urodzone po 2000 roku są przyzwyczajone do komunikacji wirtualnej, wydaje się ona być dla nich bardziej naturalna. Nie oznacza to oczywiście, że w tej grupie nie ma osób, które korzystają ze stacjonarnych usług doradczych. Byłoby to daleko idące uproszczenie funkcjonowania młodych osób. Znamy też powody, dla których część osób, sięga po konsultację online – wygoda, brak czasu, trudności komunikacyjne, problemy zdrowotne itp. Zatrzymajmy się natomiast przez chwilę nad tym, jak na poziomie psychologicznym, mentalnym rozmowa poprzez szklany ekran bądź telefoniczną słuchawkę może wpływać na niektórych klientów, przeżywających określone trudności.

Wyobraźmy sobie, że w spotkaniu zdalnym bierze udział osoba odczuwająca silny lęk,



niepewna swojego przygotowania do poszukiwania pracy, wątpiąca w swoje możliwości, często



potrzebująca potwierdzenia, że jest z nią „wszystko ok”. Jej wątpliwości mogą dotyczyć również sfery prezentowania swojego problemu zawodowego. „Czy aby wszystko powiedziałam?”, „Czy doradca właściwie zrozumiał to co chcę powiedzieć?”, „Czy jeśli nie powiedziałem o nie zdanym egzaminie na kursie doradca będzie miał całokształt obraz mnie?”, „Czy naprawdę jest w stanie mnie zrozumieć, czy widzi, że ja się boję?” Nie chcemy przez to absolutnie powiedzieć, że tego typu wątpliwości ujawniają się tylko w kontakcie na odległość. Ten lęk jest odczuciem klienta bez względu na formę spotkania. Jednak może się zdarzyć, że jego intensywność będzie większa podczas rozmowy przez telefon bądź komunikator internetowy. Dlaczego? Bo klient obawia się, że przez telefon lub kamerkę coś umknie doradcy, że czegoś nie zauważy co będzie miało wpływ na rozwiązanie problemu, bo

w jego rozumieniu to na nim spoczywa większa odpowiedzialność za tą rozmowę, a lęk podpowiada „czy aby wszystko przedstawiłem we właściwy sposób?”.

Inny przykład to sytuacja gdy rozmowa przez komunikator internetowy wprowadza klienta w zły nastrój, bo dostrzega swój wizerunek na ekranie, którego aktualnie nie akceptuje. „Wyglądam grubo”, „jestem nieatrakcyjny”, „jaką ja mam bladą twarz”, „jakie podkrążone oczy”. Jest takie powiedzenie, że kamera dodaje kilka kilogramów. I znów, to nie spojrzenie na siebie w kamerze odpowiada za złe samopoczucie tej osoby. Niska samoocena towarzyszy jej przez cały czas - ktoś kto nie akceptuje, z różnych powodów, swojego wyglądu, unika patrzenia w lustro, witrynę sklepową albo robienia zdjęć. A sytuacja rozmowy przez kamerkę wyzwała w tym przypadku przykre emocje. Patrzę na siebie i to co widzę mi się nie podoba – tak myśli klient.

Poradnictwo online samo w sobie jest po prostu jedną z form realizacji spotkań z klientami. Nie jest lepsze od bezpośredniej rozmowy, ale nie musi być wcale od niej gorsze. Trzeba znać jego możliwości, mieć świadomość występujących ograniczeń, dopasowywać formułę spotkań do indywidualnych potrzeb klienta, ale też nie zapominać o własnych preferencjach – w jakim kontakcie jesteśmy najbardziej skuteczni jako doradcy.

Pytania do refleksji

- *Jak czujesz się w kontakcie online?*
- *Jak dbasz o własną autoprezentację przed kamerą?*
- *Czy poruszasz się wystarczająco sprawnie po platformach do komunikacji online? Jak oceniasz swoje umiejętności w tym zakresie?
W czym czujesz się już komfortowo, a czego jeszcze możesz się nauczyć?*
- *W jaki sposób dbasz o dobre samopoczucie klienta i komfort pracy online dla obu stron?*

- ### ***Pytania do refleksji***
- *Jak czujesz się w kontakcie online?*
 - *Jak dbasz o własną autoprezentację przed kamerą?*
 - *Czy poruszasz się wystarczająco sprawnie po platformach do komunikacji online? Jak oceniasz swoje umiejętności w tym zakresie?
W czym czujesz się już komfortowo, a czego jeszcze możesz się nauczyć?*
 - *W jaki sposób dbasz o dobre samopoczucie klienta i komfort pracy online dla obu stron?*

[illegible]



PRACA Z GRUPĄ

Centra Informacji i Planowania Kariery Zawodowej Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu organizują od wielu lat bezpłatne warsztaty szkoleniowo – edukacyjne skierowane do osób, które chcą zdobyć wiedzę i umiejętności w zakresie niezbędnym do satysfakcjonującego funkcjonowania na rynku pracy i w obszarach pozazawodowych. Od zawsze naszym celem była pomoc w zrozumieniu własnych potrzeb, wartości, odkrywaniu mocnych stron, predyspozycji, zainteresowań oraz doskonaleniu umiejętności. Dzięki zajęciom w kameralnych grupach, wymianie pomysłów, informacji i doświadczeń, klienci mieli i mają szansę wzmocnić wiarę we własne możliwości, zminimalizować ograniczenia i rozwinąć kompetencje osobiste i społeczne, a w przypadku zajęć o charakterze informacyjnym – zyskać rzetelną wiedzę o rynku pracy i edukacji. W ofercie WUP Poznań znaleźć można spotkania obejmujące między innymi zagadnienia:

- ❖ poznawania siebie i swojego potencjału zawodowego,
- ❖ budowania wizerunku zawodowego,
- ❖ wyzwań rekrutacyjnych, przed którymi stoi kandydat do pracy,
- ❖ skutecznego poszukiwania zatrudnienia,
- ❖ zarządzania czasem,
- ❖ komunikacji,
- ❖ asertywności,
- ❖ radzenia sobie ze stresem,
- ❖ przedsiębiorczości.

Z racji wieloletniego doświadczenia naszych doradców w obszarze pracy grupowej, postanowiliśmy zapytać ich w ankiecie o to jak przygotować zajęcia, jakie stawiać sobie cele, czym kierować się przy wyborze materiałów informacyjnych i ćwiczeń oraz jak je prowadzić, by klienci mieli poczucie, że uczestnictwo w zajęciach ma sens. Grupowa praca doradcza daje duże możliwości, ale ma też swoje słabości i ograniczenia. Dobrze mieć świadomość i jednych i drugich. W tym rozdziale omówimy kilka elementów pracy grupowej, by doradcy, którzy przymierzają się do prowadzenia takich spotkań, krok po kroku zaplanowali sobie działania.

Zacznijmy od początku, czyli od zapoznania się doradcy z uczestnikami, uczestników z doradcą i uczestników pomiędzy sobą. To ważny etap nawiązywania relacji w trakcie zajęć o charakterze warsztatowym. Nie można go pominąć ani potraktować „po macoszemu”. Krótkiemu spotkaniu informacyjnemu nie musi już towarzyszyć ta zapoznawcza otoczka, co nie znaczy, że doradca nie może jej zastosować jeśli uzna, że pomoże to w prowadzeniu spotkania. Ale nawet w krótkim spotkaniu informacyjnym nie obędzie się bez kilku słów

o sobie jako doradcy i harmonogramie spotkania wypowiedzianych przez osobę prowadzącą. Pierwsze momenty warsztatów są istotne, bo to wtedy doradca ma możliwość wywarcia pozytywnego wrażenia na uczestnikach i zachęcenia ich do udziału w spotkaniu. Początkowo uczestnicy mogą być w różnych nastrojach. Ciekawość, niechęć bądź sceptycyzm, to tylko niektóre z postaw jakie mogą im towarzyszyć na początku. Wszelkie ćwiczenia zapoznawczo – integracyjne powinny być łagodnym rozpoczęciem prezentowania siebie, z możliwością poruszania się w bezpiecznych dla siebie tematach. Przede wszystkim trzeba pracować na zasobach klientów, również na początku zajęć. W przypadku osób o małej aktywności na etapie przedstawiania się lepiej zapytać o ulubioną potrawę, film, książkę czy np. o znak zodiaku niż o przykłady sukcesu życiowego bądź zawodowego. Nie oznacza to, że te osoby ich nie mają, ale niekoniecznie postrzegają się przez ich pryzmat. Kiedy już wszyscy się przedstawiają dobrze jest przeczytać imiona uczestników: „W naszej grupie jest Michał, Grażyna, Anna...serdecznie dziękuję, że przyszliście na zajęcia”. Każdy poczuje się wyróżniony



i dostrzeżony.

Im zajęcia dłuższe a tematyka bardziej złożona i im więcej sytuacji, w których uczestnicy odsłaniają siebie mówiąc o problemach, tym bardziej trzeba zadbać o aurę sprzyjającą takim rozmowom. Zachęcamy więc do zawierania tak zwanego kontraktu. Choć nazwa wskazuje jakby był to jakiś rodzaj pisemnej umowy, to w rzeczywistości jest on deklaracją całej grupy, w tym również prowadzącego, do przestrzegania zasad współpracy opartej na szacunku. Tych zasad nie powinno być zbyt dużo, maksymalnie kilka, żeby nie sprawiały wrażenia sztywnego regulaminu.

Powinny odnosić się do tego co ważne w grupie, a więc np. do wzajemnego szacunku co do odmiennych opinii; przestrzeni dla każdego do zabierania głosu; dyskrekcji – czyli nie omawiania problemów innych uczestników poza salą szkoleniową, ale też do spraw techniczno – organizacyjnych jak częstotliwość przerw, czy ogólny czas pracy w danym dniu. Zawarcie kontraktu wprowadza rodzaj ładu i porządku oraz poczucie poważnego traktowania wspólnie spędzonego czasu warsztatowego. Może być też pomocne w przypadku wystąpienia jakichś trudności relacyjnych na późniejszym etapie - możliwość odwołania się do

zaakceptowanych zasad. Dość często w poradnikach prowadzenia warsztatów przewija się motyw mniej formalnego zwracania się do siebie i przechodzenia na „ty”. To dość częsta forma prowadzenia spotkań. Nierzadko wypływa z naturalnego poznawania się grupy, zwłaszcza gdy staje się ona taką grupą wsparcia na etapie rozwiązywania problemów zawodowych. W prowadzonych w WUP Poznań warsztatach dla dorosłych, doradcy w zależności od grupy, stosują zarówno ten formalny jak i mniej formalny sposób zwracania się do siebie w grupie. Każdy z nich może mieć plusy i minusy. Dalecy jesteśmy od narzucania, która z tych form jest lepsza. Raczej zachęcamy do chwili refleksji nad własną grupą warsztatową.

Jaka forma zwracania się do siebie w grupie jest Ci najbliższa?

Jaka panuje atmosfera w grupie?

Czy swobodniejszy styl zwracania się do siebie ułatwi porozumiewanie się w grupie?

A może wywoła niepotrzebną sztuczność?

Czy umiesz sobie poradzić z sytuacją, w której uczestnik warsztatów z racji przejścia na ty, może oczekiwać od Ciebie np. szybszego rozpatrzenia złożonego do urzędu wniosku?

Musimy również pamiętać o tym, że oferta zajęć grupowych w urzędach pracy skierowana jest w przeważającej części do osób dorosłych, a uczenie się osób dorosłych różni się od nauki dzieci. Trzeba to wziąć pod uwagę podczas przygotowywania zajęć. Dorośli wybierają sobie to, czego chcą się nauczyć. Nie da się ich przymusić. Natrafiając na opór dobrze jest zwrócić uwagę na korzyści wynikające z uczestnictwa w zajęciach, wpłynąć na motywację



klienta. Dorośli ludzie mają też jakieś swoje nawyki, utrwalaony sposób myślenia, konkretne poglądy na różne sprawy. Nie warto z tym walczyć, zwłaszcza że w kontrakcie odwoływaliśmy się do prawa do własnych opinii. Ale można zachęcać, odwoływać się do ich życia, angażować w ćwiczenia grupowe nastawione na wymianę doświadczeń, czasem odmiennych od siebie. Warto stosować zasadę: pomogę ci spojrzeć na twój problem szerzej, z różnych perspektyw,

ale to jest twoje życie i do ciebie należy decyzja co z tym problemem zrobisz. Dorośli lubią, gdy zdobywana wiedza ma przełożenie na praktykę. Ułatw im to. Pokaż jak konkretne umiejętności przydadzą się np. na rozmowie kwalifikacyjnej albo w nowym miejscu pracy. W przypadku umiejętności miękkich – społecznych i osobistych, ich przydatność można pokazać już podczas warsztatów, bo przecież otaczają nas ludzie, wchodzimy z nimi w relacje, komunikujemy się.

Warto przeplatać ze sobą różne techniki pracy – zadania indywidualne z zadaniami grupowymi, spokój, analizę i refleksję z ćwiczeniami wymagającymi ruchu i kontaktu z innymi, a wykład prowadzącego z formami interaktywnymi. Zwiększa się wówczas szansa, że każdy znajdzie dla siebie optymalny sposób nauki. Ale i w takich kwestiach trzeba przyglądać się uczestnikom. Są takie grupy, które lubią gdy coś się dzieje, jest aktywnie i dynamicznie i takie, które wolą spokojniejszy i bardziej przewidywalny przebieg zajęć. I jeszcze jedno, ludzie dorośli lubią widzieć, że nawet w proponowanych podczas warsztatów „ćwiczeniach, grach i zabawach” jest jakiś sens, że służą czemuś poważnemu, dlatego tak ważne jest, by nasza propozycja stanowiła spójną całość dopasowaną do potrzeb grupy. A ponieważ program warsztatów przygotowuje się zanim się one rozpoczną i ponieważ nie jesteśmy w stanie przewidzieć wszystkich zachowań grupy, dobrze jest mieć jakaś alternatywę – różne ćwiczenia do tego samego modułu. Wówczas łatwiej nam będzie prowadzić spotkanie. Gdy grupa podczas zajęć z autoprezentacji nie będzie otwarta na ćwiczenie typu symulacja rozmowy kwalifikacyjnej na forum całej grupy będzie można to zadanie zastąpić próbą rekrutacją w mniejszych zespołach, albo podyskutować z uczestnikami o tym jak warto, a jak nie powinno się odpowiadać na pytania pracodawcy. Elastyczność to chyba jedna z najważniejszych cech osoby prowadzącej zajęcia.

Kluczowa jest też motywacja klientów do uczestnictwa w zajęciach – dobrowolna, gdy klient sam chce w nich wziąć udział czy przymusowa – gdy otrzymuje skierowanie z urzędu. W tym drugim przypadku doradca może się mierzyć z mniej lub bardziej wyrażaną niechęcią do uczestnictwa. Doradcy z WUP Poznań realizują z niektórymi powiatowymi urzędami pracy wspólne zajęcia. Wśród uczestników spotkań zdarzają się i tacy, którzy nie mają z różnych względów gotowości do nauki czy podjęcia pracy w ogóle. Potwierdzają to przytoczone wypowiedzi doradców.

❖ *Część osób w zasadzie nie jest zainteresowana z różnych względów podjęciem pracy zawodowej. Jest to dla nich przymusowe stawienie się w urzędzie w celu odnotowania wizyty. Cele jakie sobie stawiam są realistyczne, dostosowane do sytuacji. Ponieważ pracuję stosunkowo długo w publicznych służbach zatrudnienia znam realia, dlatego*

staram się przekazać uczestnikom taką wiedzę, dzięki której powrót na rynek pracy stanie się dla nich łatwiejszy. Innymi słowy chodzi o to, aby uświadomili sobie, że kompetencje miękkie są bardzo ważne na dzisiejszym rynku pracy oraz że, można nad nimi pracować i doskonalić. Jak wcześniej wspominałem zdecydowana większość tych osób ma inny pomysł na życie niż poszukiwanie i podjęcie zatrudnienia. Nigdy tego nie oceniam i nie krytykuję na forum grupy, tym bardziej, że różne sytuacje życiowe, niezależne od nich, skłaniają te osoby do takiego, a nie innego postępowania.

- ❖ *Trudne sytuacje, z którymi się spotykam dotyczą przede wszystkim niskiego zaangażowania uczestników podczas zajęć. Zachęcam ich wtedy do podzielenia się własnymi doświadczeniami zawodowymi, co czasami przynosi oczekiwany skutek. Zajęcia generalnie przebiegają spokojnie i w miłej atmosferze – w dużym stopniu zależy to od prowadzącego. Należy zaznaczyć, że klienci stawiają się „pod przymusem”. Mają świadomość, że nieobecność skutkuje wykreśleniem z ewidencji bezrobotnych, co może mieć dla nich dalsze negatywne konsekwencje związane chociażby ze świadczeniami opieki społecznej. W większości nie oczekują rozwiązania ich problemów podczas jednej grupowej porady zawodowej, a nawet nie są zainteresowani powrotem do pracy. Należy wziąć pod uwagę fakt, że w opinii znacznej części klientów, pozostawanie biernym zawodowo nie stanowi problemu. Kobiety zajmują się domem, dziećmi, natomiast ich mężowie, partnerzy pracują zawodowo za granicą. Takich przykładów jest wiele.*
- ❖ *Uczestnicy przygotowani na krótkie spotkanie, często niezdejmujący okryć wierzchnich, podający powody szybkiego wyjścia z zajęć. Na początku zajęć „rundka” odpowiedzi na zadane pytanie związane z tematyką zajęć – możliwość wypowiedzenia się, poczucie się ekspertem w danym temacie. Bardzo często udało się w ten sposób wyciszyć najbardziej zbuntowane osoby i stworzyć w nich poczucie współodpowiedzialności za treści zajęć.*

Warsztaty w przeważającej części opierają się na aktywnych formach nauki: ćwiczeniach, dyskusjach. Stosowane są tak zwane case study pozwalające przeanalizować dany problem z różnych punktów widzenia. W dobie Internetu i licznych publikacji na temat poradnictwa psychologicznego – zawodowego wybór materiałów do zajęć jest bardzo szeroki. Ale czym właściwie powinno charakteryzować się wartościowe ćwiczenie aktywizujące uczestników, na co zwrócić uwagę budując program zajęć?

Cechy wartościowego ćwiczenia aktywizującego

- ✓ Może być realizowane w przyjaznym środowisku, gdzie dozwolone jest popełnianie błędów bez negatywnych konsekwencji.
- ✓ Ma jasno określone cele, służy doskonaleniu konkretnych umiejętności.
- ✓ Pozwala lepiej poznać siebie, swoje silne strony i ograniczenia.
- ✓ Inspiruje do rozwoju, skłania do przemyśleń.
- ✓ Pozwala przełamać rutynę, spojrzeć na problem z innej niż dotychczas perspektywy.
- ✓ Jest czytelną analogią zadań, wyzwań i problemów spotykanych w realnym, codziennym życiu.

Poprosiliśmy doradców zawodowych, aby w ankiecie podzielili się swoimi refleksjami na temat doradczej pracy grupowej dotyczącymi różnych jej aspektów – stawianych sobie celów, budowania relacji z uczestnikami, jak również przygotowywania materiałów do zajęć. Przytaczamy wybrane spostrzeżenia mając nadzieję, że będą pomocne tym doradcom, którzy stoją przed wyzwaniem pracy grupowej z osobami bezrobotnymi.

- ❖ *Zwracam bardzo dużą uwagę na relacje w grupie, na tworzenie miejsca, w którym wypowiedzi każdego uczestnika będą akceptowane, szanowane, nieoceniane. Często bywa, że klienci nie znają się wcześniej, a po zakończeniu zajęć nadal utrzymują ze sobą sympatyczne relacje.*
- ❖ *Największą trudność sprawiają klienci, którzy próbują zbyt mocno zdominować grupę. Zawsze jednak udaje się ich spacyfikować. Najczęściej dziękujemy im za wypowiedź i przekazujemy głos innym. Często uczestnicy zajęć również pomagają w „doprowadzeniu do porządku” takich osób, mówiąc „pozwól nam również się wypowiedzieć”.*
- ❖ *Praca z dorosłymi to proces przekazywania im konkretnej, uporządkowanej wiedzy. Osoby dorosłe chcą być podczas warsztatów traktowane jako osoby dorosłe. Trochę zabawy nie zaszkodzi, ale w umiarkowanej ilości. Dorośli chcą logicznego, spójnego przekazu, chcą przekonać się, najlepiej już podczas zajęć, jakie mogą być korzyści z wykonywania konkretnych działań.*
- ❖ *Dla mnie satysfakcjonujące będzie jeśli choć jedna osoba wypowie się pozytywnie o szkoleniu i wyciągnie dla siebie ważne informacje, które potem przeniesie do swojego życia. To jest moim celem plus miło spędzony czas, tak aby ludzie nie żałowali, że przyszli.*
- ❖ *Nie prowadzę zajęć grupowych z dorosłymi od kilku lat. Mam wrażenie, że wiele się w tej kwestii zmieniło i na powrót do takiej formy pracy z klientami patrzę jak na duże wyzwanie. Po pandemii, kiedy rozpowszechniły się różnego rodzaju szkolenia online i webinaria, w moim odczuciu, większym niż kiedyś kłopotem może być zaproszenie uczestników na zajęcia stacjonarne. Na zajęciach będą się też pojawiać przedstawiciele nowego pokolenia. Zastanawiam się, czy młodzi, którzy studiowali online, będą skłonni wykazywać się otwartością i brać udział w zajęciach face to face.*

- ❖ *Dzięki licznym szkoleniom, w których brałam udział liczba materiałów jest pokaźna i jest z czego wybierać, więc pozostaje tylko korzystać. W zależności od tematyki prowadzonych zajęć wykorzystuję zróżnicowane materiały informacyjne. Prowadząc zajęcia z zakresu mobilności na europejskim rynku pracy poszukuję filmów, krótkich spotów, aby uatrakcyjnić zajęcia grupowe. Przeglądam wiele stron internetowych zwłaszcza utworzonych przez Komisję Europejską, aby przedstawić klientom w jak najciekawszy sposób ten temat, tak aby łatwo dotrzeć do odbiorcy. Prowadząc te zajęcia wykorzystuję wiedzę zdobytą podczas realizacji zadań związanych z siecią EURES, koordynacją systemów zabezpieczenia społecznego i kontroli agencji zatrudnienia. Prowadząc natomiast zajęcia z przełamywania wewnętrznych barier w zupełnie inny sposób pozyskuję materiały i ćwiczenia na zajęcia. Szczególny nacisk kładę na fachową literaturę, wykorzystuję ćwiczenia i wskazówki z książek. Wiele rzeczy, które pojawiają się na zajęciach zaczerpniętych jest z życia i dostosowywanych do zajęć. Podczas przeglądania Internetu czy mediów społecznościowych pojawiają się pewne myśli, które pragnę zrealizować na zajęciach. Wykorzystuję również fragmenty filmów, które mają znaczenie dla omawianego tematu. Ważne jaka będzie grupa docelowa. Jeżeli wiem, że większość to będą osoby młode do 35 roku życia to mogę sobie pozwolić na więcej form audiowizualnych, natomiast w przypadku osób starszych, należy ich unikać, gdyż na podstawie doświadczenia wiem, że to nie jest dobry sposób docierania do odbiorców.*
- ❖ *Wybierając materiały na zajęcia staram się dostosować je poziomem do możliwości grupy. Nie mogą to być ćwiczenia zbyt trudne (ponieważ niektóre osoby mogłyby sobie nie poradzić z ich zrobieniem), nie mogą być także zbyt długie (grupa zaczęłaby się nudzić). Najczęściej wybieram te ćwiczenia, które już się sprawdziły i wiem, że spełnią swoją rolę. Staram się także, aby materiały i ćwiczenia były ciekawe, budziły refleksje i zachęcały do wyciągania wniosków.*
- ❖ *Mając na uwadze zróżnicowanie grup staram się tak dopasować materiały, aby przekazywane informacje „dotarły” do wszystkich uczestników zajęć. Kieruję się zdrowym rozsądkiem, co oznacza, że nie staram się za wszelką cenę przekazać wszystkiego, mając świadomość, że klienci w trakcie spotkania i tak nie zapamiętają większości definicji i naukowych sformułowań. Posługuję się więc językiem zrozumiałym dla słuchaczy, obserwując czy przekazywane treści są rozumiane przez uczestników. Przekazując*

informacje zawsze korzystam z konkretnych przykładów zaczerpniętych z własnych doświadczeń zawodowych czy życiowych oraz znanych mi z innych źródeł. Z moich obserwacji oraz z uwag uczestników zawartych w ankietach ewaluacyjnych wynika, że jest to bardzo przydatne podczas zajęć. Uczestnicy ożywiają się, często dzielą się swoimi doświadczeniami zawodowymi.

- ❖ *Przy zbieraniu materiałów do zajęć dużą rolę odgrywają preferencje osobiste. Wybieram te elementy, które na mnie wywarłyby największy wpływ.*
- ❖ *Przebieg zajęć uzależniam od uczestników. Jeśli są to tylko kobiety w większym stopniu problematyka, którą poruszają jest bardziej intymna, osobista - relacje rodzinne, małżeńskie. W grupie mieszanej skupiamy się bardziej na konkretach - co zrobić aby osiągnąć cel.*
- ❖ *W grupie otwartej można zrobić znacznie więcej i uatrakcyjnić warsztaty ćwiczeniami. Jeśli grupa nie współpracuje, skupiam się na konkretnym przekazywaniu informacji.*
- ❖ *Podczas prowadzenia szkoleń, gdzie „uruchamiane” są emocje, pojawia się wiele trudnych sytuacji, w których uczestnicy przestają nad nimi panować. Bywa, że w trakcie szkolenia osoba określa swoją sytuację życiową jako tragiczną, w której nie dostrzega możliwości rozwiązań. Takie wyznania pojawiają się na forum, kiedy osoba dobrze poczuje się w grupie szkoleniowej. W obliczu tych wzywań mobilizują się doradca i uczestnicy. Uczestnicy oferują pomoc, podają wskazówki, rady i sposoby, które warto zastosować w celu rozwiązania problemu. Są również uczestnicy, którzy skutecznie pocieszają. Rolą doradcy jest podsumowanie wszystkich form pomocy i dodatkowo udzielenie wsparcia z jednoczesną propozycją spotkania indywidualnego.*
- ❖ *Umieć słuchać, dać możliwość swobodnej wypowiedzi, nie oceniać, być otwartym, mieć oczy i uszy szeroko otwarte, aby móc na bieżąco reagować, zaciekawić, zintegrować grupę - to hasła najczęściej towarzyszące mi podczas prowadzenia zajęć grupowych.*
- ❖ *Większość osób, które uczestniczą w zajęciach grupowych kieruje Powiatowy Urząd Pracy dlatego nie mam wpływu na to, z jaką grupą będę pracować. Muszę być przygotowana na*

zróżnicowanie w wykształceniu, doświadczeniu zawodowym i wieku np. osoby zaraz po szkole średniej i osoby około 50-go roku życia w jednej grupie. Najważniejsze w tej sytuacji jest poznanie oczekiwań tych osób i takie przedstawienie tematu, aby był interesujący dla każdego. Dużą rolę na zajęciach odgrywa dobra komunikacja między prowadzącym, a uczestnikami. Informacje zwrotne z grupy są dla mnie bardzo ważne i często na ich podstawie w trakcie zajęć zmieniam rodzaj ćwiczeń czy rodzaj samego przekazu.

- ❖ Na początku witam wszystkich, przedstawiam się i dziękuję za przybycie. Robię to z uśmiechem na twarzy. Zawsze dokładnie informuję, kim jestem, jaki urząd reprezentuję. Następnie wyjaśniam w jakim celu się spotykamy, co zamierzam omówić i zrealizować, czego ewentualnie oczekuję od uczestników oraz co jest bardzo ważne – wskazuję godzinę zakończenia zajęć. Na wstępie każdego zajęcia podkreślam, że jeżeli ktoś ma potrzebę pozostania i rozmowy to jestem do dyspozycji. Te organizacyjne zabiegi należy bezwzględnie stosować, aby na wstępie uniknąć wszelkich wątpliwości czy pytań w rodzaju: „ile to potrwa” itp. Nigdy nie krytykuję uczestników, nie oceniam ich postępowania. Nie przerywam ich wypowiedzi, chyba że zaczynają odbiegać znacznie od tematu spotkania. Nie zadaję pytań, które mogłyby wprowadzić uczestników w zakłopotanie. W trakcie spotkania często przywołuję różne przykłady z życia wzięte, niejednokrotnie zaczerpnięte z własnego doświadczenia życiowego i zawodowego, co wzbudza pewne zaufanie uczestników. Jeżeli coś jest niezrozumiałe staram się użyć innych sformułowań czy przykładów. Na zakończenie należy podsumować spotkanie, podziękować za udział i zaangażowanie (nawet gdy było niewielkie). Chodzi generalnie o to, żeby tak przeprowadzić zajęcia, aby uczestnicy nie uznali, że był to stracony czas.
- ❖ W naszej pracy musimy pamiętać, że osoby dorosłe same chcą decydować, czego chcą się uczyć oraz brać za to odpowiedzialność, chcą i potrzebują się uczyć poprzez doświadczenie, podchodzą do uczenia się, jak do rozwiązywania problemów, uczą się najlepiej, gdy temat szkolenia jest dla nich wartościowy bezpośredni.
- ❖ Każda grupa jest inna. Na pewno istotne jest wspólne określenie zasad. Ponadto zgodnie z zasadą, że każdy lubi być dostrzeżony i akceptowany, prowadząc zajęcia doradca nie powinien zwracać uwagi tylko na te najbardziej aktywne osoby, które czasami nie dopuszczają innych do głosu. Nie należy jednak zbyt „natarczywie” wymagać od wszystkich uczestników dzielenia się odczuciami/efektami po każdym ćwiczeniu. Treści i rodzaj

ćwiczeń warto dostosować do potrzeb grupy – wyczuć, jaki rodzaj pracy jej odpowiada i do tego się dostosować (wiąże się to z przygotowaniem alternatywnych zestawów ćwiczeń). Na pewno nie można stawiać się na pozycji wszytkowiedzącego eksperta.

- ❖ *Znaczenie ma osobowość doradcy - musi być autentyczny, klienci muszą wiedzieć, że jest życzliwy, chce pomóc, i że nie jest to wyuczona poza.*
- ❖ *Umiejętność pracy z grupą, polega między innymi na bieżącym reagowaniu na oczekiwania grupy, nawet kosztem ustalonego planu szkoleniowego.*
- ❖ *Z otwartością, planem ale też z dużą dozą spontaniczności. Z poczuciem humoru.*

Pytania do refleksji

- *Przypomnij sobie warsztaty/szkolenie, których byłeś/aś uczestnikiem, a które bardzo Ci się podobały.
Co wpłynęło na to, że tak pozytywnie je oceniasz?
Co z tego co Ci się spodobało wprowadzasz na swoje zajęcia?
Z czego jeszcze możesz czerpać aby urozmaicić swój warsztat?*
- *Jaki masz styl prowadzenia zajęć?
W jakiej formule czujesz się najbardziej skutecznie i komfortowo?*
- *Przypomnij sobie pozytywne informacje zwrotne od swoich uczestników.
Co im się spodobało w Twoim sposobie prowadzenia grupy?*

[illegible]

Fotografie

źródło: pexels.com

okładka – Anna Tarazevich (górne lewe), Andrea Piacquadio (górne prawe), Arina Krasnikova (środkowe lewe), Max Fischer (środkowe prawe), Nataliya Vaitkevich (dolne lewe), Buro Millennial (dolne prawe)

strona 6 – Anna Tarazevich (górne lewe), Cottonbro (górne prawe), Djordje Petrovic (środkowe lewe), Jess Bailey Designs (środkowe prawe), Miguel Á. Padriñán (dolne)

strona 8 – Dominika Roseclay

strona 10 – Andrea Piacquadio

strona 11 – Leeloo Thefirst

strona 16 – CoWomen (górne lewe), ThisIsEngineering (górne prawe), Mart LMJ (środkowe lewe), Cottonbro studio (środkowe prawe), Cottonbro studio (dolne lewe), Ron Lach (dolne prawe)

strona 22 – Pavel Danilyuk (górne lewe), Sam Lion (górne prawe), Ksenia Chernaya (środkowe lewe), MATT PRODUCTION (środkowe prawe), Min An (dolne)

strona 24 – Pavel Danilyuk

strona 30 – Los Muertos Crew

strona 34 – Andrea Piacquadio (górne lewe), Yan Krukau (górne prawe), SHVETS production (środkowe), Andrea Piacquadio (dolne lewe), Bruno Scramgnon (dolne prawe)

strona 35 – Olya Kobruseva

strona 38 – fauxels

strona 42 – Karolina Grabowska (górne lewe), Karolina Grabowska (górne prawe), Andrea Piacquadio (dolne lewe), Ave Calvar (dolne prawe)

strona 43 – Cottonbro

strona 46 – Aleks Magnusson

strona 47 – Cottonbro

strona 48 – Alexander Dummer

strona 49 – SHVETS production

strona 52 – Andrea Piacquadio (górne lewe), Yan Krukau (górne prawe), Sarah Chai (środkowe lewe), Marcus Aurelius (środkowe prawe), Tim Miroshnichenko (dolne lewe), Marcus Aurelius (dolne prawe)

strona 53 – Andrea Piacquadio (górne), Artem Podrez (dolne lewe), Andrea Piacquadio (dolne prawe)

strona 55 – Antoni Shkraba

strona 59 – Karolina Grabowska

strona 61 – Liza Summer

strona 64 – fauxels (górne), fauxels (środkowe lewe), Polina Tankilevitch (środkowe prawe), Mohammad Danish (dolne)

strona 66 – fauxels

strona 67 – Fox