

MINISTERSTWO GOSPODARKI, PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ

DEPARTAMENT RYNKU PRACY

**NOWE TRENDY W PORADNICTWIE ZAWODOWYM
U PROGU XXI WIEKU**

Warszawa 2003

Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej
Departament Rynku Pracy
ul. Tamka 1
00-349 Warszawa

Zeszyty Informacyjno-Metodyczne Doradcy Zawodowego – zeszyt 23
Nowe trendy w poradnictwie zawodowym u progu XXI wieku

Opracowanie i redakcja:
Agnieszka Łukaszewska, Paulina Bogdańska

Projekt okładki:
Paulina Bogdańska, Agnieszka Łukaszewska

© Copyright by Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2003

Wydawca:
Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej
Departament Rynku Pracy
ul. Tamka 1
00-349 Warszawa

*Publikacja wydawana jest przy wsparciu Wspólnot Europejskich.
Treść publikacji nie ma na celu wyrażenia stanowiska Komisji Europejskiej lub Krajowej
Agencji Programu i instytucje te nie ponoszą jakiegokolwiek odpowiedzialności za jej treść.*

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
Metodyka oddziaływania informacyjnego z uwzględnieniem różnych grup odbiorców	
- <i>prof. dr Bernd-Joachim Ertelt</i>	
1. Wprowadzenie	5
2. Marketing informacyjny w poradnictwie zawodowym	5
2.1 Polityka w odniesieniu do oferowanego produktu /Polityka w odniesieniu do oferowanego programu	6
2.2 Polityka w zakresie komunikowania się	8
2.3 Polityka dystrybucyjna	9
2.4 Polityka cenowa: polityka wzajemnych świadczeń	10
2.5 Podsumowujące sugestie dotyczące marketingu informacyjnego	11
3. Wybrane zagadnienia dotyczące oddziaływania informacyjnego na określone grupy odbiorców w poradnictwie zawodowym	12
3.1 Informacja w indywidualnym poradnictwie zawodowym	12
3.2 Badanie powiązań informacji istotnych dla podejmowania decyzji w poradnictwie	13
3.3 Studium dotyczące oczekiwań w odniesieniu do informacji o zawodzie i struktur informacji w poradnictwie	14
3.4 Badanie odnośnie zapotrzebowania informacyjnego i wykorzystania mediów w przypadku klientów i pracowników służb doradczych Federalnego Urzędu Pracy	16
3.5 Studium dotyczące wyposażenia w media i samoinformowania się urzędu pracy z punktu widzenia klienta placówki/komórki pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy	18
4. Wnioski dla dalszego rozwoju zarządzania informacją w zakresie poradnictwa zawodowego	20
Wykaz materiałów źródłowych	21
Transnacionalne poradnictwo zawodowe a zmiany w przygotowaniu młodzieży do życia zawodowego	
- <i>prof. dr Augustyn Bańka</i>	
1. Zmiany w ścieżkach przejścia ze szkoły do życia zawodowego	22
2. Warunki efektywnego przejścia od edukacji do życia zawodowego	25
3. Rola i zadania poradnictwa transnacionalnego w zmieniającym się świecie	27
4. Problemy organizacyjne i koordynacji poradnictwa transnacionalnego	29
5. Metody pracy w poradnictwie transnacionalnym	31
6. Kwalifikacje i kompetencje w poradnictwie transnacionalnym	32
Literatura	32
Transnacionalne poradnictwo zawodowe wobec planowania karier	
- <i>dr Czesław Noworol</i>	
1. Wprowadzenie	34
2. Zarys teorii Hollanda	35
3. Kwestionariusz Preferencji Zawodowych – KPZ	36
4. Zestaw do Samobadania – ZdS	38
5. Bateria Testów Uzdolnień Ogólnych – BTUO	38
6. Podsumowanie	43
Literatura	43

WSTĘP

Departament Rynku Pracy prezentuje Państwu kolejny numer zeszytu z serii *Zeszyty Informacyjno-Metodyczne Doradcy Zawodowego*. W zeszycie tym zamieszczone zostały trzy wybrane opracowania dotyczące problematyki transnarodowego poradnictwa zawodowego.

Powszechnie wiadomo, że postępujący proces integracji Europy, jak również szereg inicjatyw podejmowanych w ramach Unii Europejskiej powoduje wzrost mobilności edukacyjnej i zawodowej obywateli Europy. Placówki poradnictwa zawodowego w wielu krajach europejskich, w tym także w Polsce odnotowują rosnącą liczbę osób zainteresowanych podjęciem kształcenia, szkolenia czy nawet pracy poza swoim krajem. W związku z tym powinny być podejmowane działania, które będą służyć zaspokajaniu tych potrzeb i w dużym stopniu jest i będzie to rola doradcy zawodowego.

W pierwszym artykule zostało omówione spektrum wymagań w odniesieniu do poradnictwa zawodowego oraz usług informacyjnych dla wybranych grup odbiorców w zakresie poradnictwa zawodowego w ramach procesu przechodzenia do kolejnego etapu indywidualnego rozwoju. Istnieje konieczność nie tylko zdobywania, ale selekcjonowania oraz skutecznego zarządzania informacjami w poradnictwie zawodowym, szczególnie w wyniku powstałego w społeczeństwie efektu przeciążenia informacjami.

W kolejnym artykule scharakteryzowane zostały zmiany zachodzące w ścieżkach przechodzenia młodzieży ze szkoły do rynku pracy. Zaprezentowane zostały również wnioski z raportu opracowanego pod auspicjami OECD pt. „*Thematic Review of the Transition from Initial Education to Working Life: Final Comerative Life*” (DELSA/ED (99)11) dotyczącego 14 krajów OECD.

W trzecim artykule podjęto próbę odpowiedzi na pytanie *jak dokonać predykcji doboru pracy, aby zapewnić optymalną ścieżkę kariery zawodowej?*. W tym opracowaniu także opisane zostały, znane zapewne przez wielu z Państwa, metody wspomagające transnarodowe poradnictwo zawodowe.

Mamy nadzieję, że zaprezentowane w tym zeszycie informacje przybliżą Państwu obszar działań w ramach transnarodowego poradnictwa zawodowego i czekające nas wyzwania związane z zwiększającą się mobilnością obywateli krajów europejskich.

Departament Rynku Pracy
Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej

METODYKA ODDZIAŁYWANIA INFORMACYJNEGO Z UWZGLĘDNIENIEM RÓŻNYCH GRUP ODBIORCÓW

1. WPROWADZENIE

Jednym z głównych zadań współczesnego poradnictwa zawodowego jest wspieranie indywidualnych procesów przechodzenia do kolejnych etapów w szkole, w zawodzie i w pracy zawodowej. Spektrum wymagań w odniesieniu do poradnictwa zawodowego podlegało przy tym w ostatnich latach coraz silniejszemu rozszerzeniu w kierunku aktywności towarzyszącej całemu życiu zawodowemu (por. Ertelt 2001; Guichard 2001; *Commission of the EC* 10/200).

W centrum zainteresowania poniższego opracowania znajdują się usługi informacyjne dla wybranych grup odbiorców w zakresie poradnictwa zawodowego w ramach procesu przechodzenia do kolejnych etapów indywidualnego rozwoju. Grupami tymi są:

- uczniowie stojący przed wyborem szkoły wyższej,
- absolwenci szkół i osoby, które po raz pierwszy podejmują pracę zarobkową,
- osoby poszukujące pracy (bezrobotni, osoby pragnące się przekwalifikować),
- osoby pracujące zarobkowo, którym zagraża utrata miejsca pracy.

Chodzi przy tym o treść i metodykę działań informacyjnych, kolejność aktywizowanych zasobów, kombinację medialnych i indywidualnych form informowania oraz o efektywne procedury postępowania.

Już wcześniej zostało przedstawione nasze stanowisko odnośnie podstaw zarządzania informacjami w poradnictwie zawodowym (Ertelt 2001). Uwidocznilo się przy tym, że w ostatnich latach w wyniku powstałego w społeczeństwie efektu przeciążenia informacjami zmieniły się zachowania również w przypadku grup odbiorców poradnictwa zawodowego. Sytuacja ta sprzyja przejściu od założeń zorientowanych dotychczas raczej na ofertę do założeń zorientowanych bardziej na zaspokojenie popytu. Założenia te stawiają w centrum zainteresowania potencjalnego odbiorcę, a to poprzez ukierunkowanie działań na możliwości jego aktywizacji, na jego potrzeby oraz na sposób przekazywania mu informacji, na jego zdolność przyswajania i przetwarzania informacji, jak również na jego gotowość do wysiłku. Z tego też względu dla skutecznego zarządzania informacjami w poradnictwie zawodowym wskazanym jest zastosowanie metod marketingowych. W drugiej części opracowania zostały przedstawiane wybrane zagadnienia z zakresu empirycznych studiów nad oddziaływaniem informacyjnym na różne grupy odbiorców w kontekście wyboru zawodu.

2. MARKETING INFORMACYJNY W PORADNICTWIE ZAWODOWYM

Na cztery wymienione poniżej pytania należy odpowiedzieć uwzględniając zdefiniowane powyżej grupy odbiorców (formy przechodzenia do kolejnych etapów indywidualnego rozwoju):

- a) Jakie informacje kierowane są do poszczególnych grup odbiorców: treści, formy?
- b) Jak i w jakiej kolejności aktywizowane są informacje?
- c) W którym momencie włącza się doradca zawodowy?
- d) Efektywne sposoby postępowania podczas przekazywania informacji
 - pojedynczym osobom

- w przypadku pracy z grupą.

Pytania te dają się przyporządkować idei marketingu informacyjnego. Marketing rozumiany jest tu jako koncepcja zarządzania ukierunkowana na zorientowane na realizację określonego celu kształtowanie procesów wymiany z partnerami wewnętrznymi i zewnętrznymi, jak również z opinią publiczną. W poradnictwie zawodowym chodzi mianowicie o nie komercyjną sferę działalności i z tego też powodu mówimy tu o **marketingu społecznym**.

Marketing obejmuje kształtowanie czterech instrumentów i ich optymalne łączenie w "marketing-mix". Wymienione wyżej pytania można przyporządkować następującym instrumentom marketingowym:

1. Polityka w odniesieniu do oferowanego produktu / Polityka w odniesieniu do oferowanego programu: a)
2. Polityka w zakresie komunikowania się: b)
3. Polityka dystrybucyjna: c)
4. Polityka cenowa: polityka wzajemnych świadczeń: d)

2.1 Polityka w odniesieniu do oferowanego produktu / Polityka w odniesieniu do oferowanego programu

W przypadku polityki odnoszącej się do produktu/programu, jakim jest informacja w poradnictwie zawodowym, chodzi o odpowiedzi na następujące pytania w odniesieniu do istniejących informacji, względnie do informacji, które należy dopiero opracować:

- Jakie funkcje może lub powinien spełniać produkt?
- Jakie specyficzne wymogi musi spełniać produkt, jakim jest informacja?
- Jakie ograniczenia należy uwzględnić (ograniczenia finansowe, wyposażenie w odpowiedni sprzęt, prawa autorskie, ograniczenia personalne)?
- Czy istnieją produkty komplementarne lub substytuty produktu?
- Kto mógłby wytworzyć produkt, jakim jest informacja?

Ponadto należy sprawdzić cechy jakościowe usług informacyjnych w oparciu o poniższe kryteria:

- trafność, dokładność i kompletność
- przejrzystość
- aktualność
- możliwość wykorzystania (działanie)
- znaczenie dla rozwiązywania indywidualnych problemów
- pobudzenie zainteresowania i motywacji
- wyłączość
- racjonalność gospodarcza (relacja koszty - korzyści)

Jako pomoc w kontroli istniejących usług informacyjnych i pomoc w rozwijaniu nowych usług informacyjnych zalecamy korzystanie z następującego instrumentu:

Tab. 1: Portfolio marketingowe dla usług informacyjnych

	niska	średnia	wysoka	
Atrakcyjność rynkowa dla grup odbiorców	1.1	1.2	1.3	wysoka
	2.1	2.2	2.3	średnia
	3.1	3.2	3.3	niska
Efektywność dla grup odbiorców				

W pierwszym kroku należy teraz przyporządkować do określonych pól istniejące już media i usługi informacyjne. Dla przedsięwzięć związanych z zarządzaniem informacją interesujące są w pierwszym rzędzie pola wskazujące na dużą rozbieżność pomiędzy "efektywnością" a "atrakcyjnością rynkową", a więc pola 1.1 i 3.3.

Dla omawianych grup odbiorców, przechodzących do kolejnych etapów indywidualnego rozwoju, można ogólnie zdefiniować następujące produkty informacyjne:

Uczniowie stojący przed wyborem szkoły wyższej

Informacje

- (1) o możliwościach podjęcia studiów wyższych i o istniejących w tym zakresie alternatywach
 - kierunki studiów (program, czas trwania, uzyskiwane tytuły)
 - szkoły wyższe/universytety (włącznie z rankingiem)
 - koszty studiów i stypendia
 - studia za granicą
 - wymogi wstępne, procedura ubiegania się o miejsce na danym kierunku studiów
- (2) o rozwiązaniach alternatywnych względem studiów wyższych
 - możliwości kształcenia zawodowego
 - miejsce pracy z "training on the job"
 - szanse dla osób przerywających studia
 - zawody i sytuacja na rynku pracy
 - procedura ubiegania się o miejsce pracy i assessment
 - kształcenie zawodowe i praca za granicą
- (3) o poradnictwie zawodowym i o systemach informacyjnych wspomagających podejmowanie decyzji o wyborze zawodu
 - służby doradcze: placówki/komórki poradnictwa zawodowego, uniwersyteckie placówki/komórki poradnictwa w zakresie studiów wyższych
 - media i służby informacyjne (print, internet, personel)
 - pośrednictwo pracy (strategie job search, prywatni pośrednicy, giełdy pracy, urzędy pracy)

Absolwenci szkół i osoby, które po raz pierwszy podejmują pracę

- (1) Informacje o zawodzie
 - wymogi w odniesieniu do określonych zawodów / stanowisk pracy (soft skills, hard skills)
 - profil wykonywanej pracy w różnych zakładach, organizacja pracy, atmosfera w zakładzie pracy
 - rozwój zawodowy, możliwości awansu, wynagrodzenie (zarobki)
 - pewność miejsca pracy, ryzyko zwolnienia z pracy
 - możliwości dokończenia
 - potencjał substytucyjny w odniesieniu do różnych zawodów
- (2) Strategie job search
 - strategie poszukiwania pracy i ubiegania się o miejsce pracy
 - assessment
 - ocena ofert pracy (prasa, internet, kontakty osobiste)
 - praca za granicą
 - elastyczność i mobilność
 - możliwości zdobycia wiedzy praktycznej, np. praktyka zawodowa, praca podczas ferii/wakacji, pobyty za granicą
- (3) Ocena własnej osoby
 - programy dla dokonania samooceny (zainteresowania, umiejętności)

- programy dla wspomagania procesu podejmowania decyzji
 - testy psychometryczne służące do określania umiejętności, uzdolnień, zainteresowań, cech osobowości
 - systemy matching służące do przyporządkowania cech osobowości do określonych profili zawodowych
- (4) Pośrednictwo pracy
- bazy danych dotyczących możliwości kształcenia, miejsc pracy
 - systemy pośrednictwa w zakresie miejsc pracy za granicą
 - pośrednictwo pracy (publiczne, prywatne, media)

Osoby poszukujące pracy (bezrobotni, osoby pragnące się przekwalifikować)

- giełdy pracy w internecie
- aktywne strategie job search
- systematyczne analizowanie prasy i innych źródeł informacji zawierających oferty pracy
- przedsięwzięcia dla osób pozostających długotrwale bez pracy
- mobilność i elastyczność
- potencjał substytucyjny w odniesieniu do różnych zawodów
- możliwości usamodzielnienia się (utworzenie własnej firmy)
- praca w niepełnym wymiarze, praca z telefonem
- praca w charakterze pracownika użyczonego
- wolontariat (w stowarzyszeniach, kościołach, partiach, związkach zawodowych, itd.)
- doksztalcanie i przekwalifikowywanie się (oferty, finansowanie, szanse na rynku pracy)

Osoby pracujące zarobkowo, którym zagraża utrata miejsca pracy

- możliwości ustawicznego kształcenia się
- stwierdzenie indywidualnych możliwości (przykładowo: Centre Bilan de Compétence we Francji)
- orientacja zawodowa: struktura rynku pracy, rotacja, praca w skróconym wymiarze, okresowa jednoroczna przerwa w pracy
- usługi doradcze i informacyjne świadczone przez urzędy pracy na rzecz zakładów pracy (szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw) dla uniknięcia zwolnień pracowników bądź outplacement.

Zaleca się, aby najpierw osobno dla każdej grupy odbiorców wpisać do portfolio marketingowego przykładowo wymienione usługi informacyjne i opracować strategię.

W drugim kroku przedsięwzięcia te (wraz z grupami odbiorców) należy przyporządkować do kolejnego portfolio, by móc podjąć decyzję co do **społeczno-politycznych priorytetów** w zakresie zarządzania informacjami.

2.2 Polityka w zakresie komunikowania się

Wcześniej mówiliśmy już (*Ertelt* 2001), że we współczesnym społeczeństwie oferta informacyjna rośnie szybciej, aniżeli popyt na informację, tak że coraz bardziej uwidacznia się efekt przeciążenia informacjami. Następstwem tego stanu rzeczy dla zarządzania informacjami również w sferze poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy jest drastyczna zmiana polegająca na tym, że:

- musi stale wzrastać siła aktywizacyjna prezentacji informacji oraz że dochodzi do "konkurencji aktywizacyjnej" pomiędzy systemami,
- zainteresowanie informacjami ze strony grup odbiorców, stopień ich zaangażowania (involvement) spada, informacje przyswajane są bardziej pobieżnie, w sposób bardziej wyrwykowy, odbiorcy informacji obojętnieją lub wykształcają wręcz w sobie postawę obronną względem napływających informacji,

- wzrasta coraz bardziej znaczenie wizualnego komunikowania się, werbalne przekazywanie myśli i odczuć traci na atrakcyjności, gdyż wymaga większego poznawczego zaangażowania jednostki.

W polityce w zakresie komunikowania się w sferze zarządzania informacjami chodzi o odpowiedź na pytanie, w jakiej formie grupy odbiorców powinny zostać obeznane z ofertą informacyjną i pozyskiwane jako akceptujące przekaz.

Oprócz umiejętności profesjonalnego ustalenia indywidualnych (wewnętrznych) uwarunkowań (posiadana wiedza, sposób przyswajania informacji, umiejętność uczenia się, etap procesu rozwiązywania problemu) wymaga to również znajomości metod reklamy i public relations.

Dzięki polityce w zakresie komunikowania się klient musi dostrzec, że osoba zajmująca się poradnictwem zawodowym chce i jest w stanie udzielić mu konkretnych informacji umożliwiających indywidualne rozwiązanie jego problemu, i to w takiej ilości, jaką klient chce i może przetworzyć.

Dla pozyskiwania informacji niekorzystne są takie modele, które wymagają od odbiorcy podjęcia określonych wstępnych kroków odnoszących się do zakresu działań i procedur zmierzających do uzyskania informacji, które to działania i procedury są nieodległe preskryptywnym wyobrażeniom o podejmowaniu racjonalnych decyzji.

Z drugiej strony deskryptywne modele rozwiązywania ludzkich problemów w zakresie działalności reklamowej w sferze poradnictwa zawodowego wydają się być bardziej atrakcyjne, jako że zorientowane są na indywidualne zachowania w sferze informowania i przez to podejmują potencjalnego adresata z tego miejsca, w którym właśnie się on znajduje w swoim procesie podejmowania decyzji. Poza tym podkreślają u człowieka znajdującego się w niezdefiniowanej sytuacji podejmowania decyzji jego własną "heurystykę": na możliwości rozwiązań ukierunkowuje się go stopniowo, w drodze postępowania polegającego na badaniu, dotykaniu kolejnych możliwości i strategii upraszczających, podaje się pod rozagę tylko nieliczne alternatywy oceniane za pomocą niewielu kryteriów, a ostateczne i wiążące decyzje - w miarę możliwości - odsuwane są w czasie po to, by można było jeszcze uwzględnić nowe, istotne informacje.

Komunikowanie się z potencjalnym klientem za pomocą działań reklamowych musi doprowadzić do przejrzystości wydajności systemu informacyjnego w odniesieniu do fazy przed podjęciem decyzji, fazy podejmowania decyzji i fazy po podjęciu decyzji. Klient daje się tylko wtedy pozyskać, gdy może spodziewać się, że otrzyma informację faktograficzną, informację dotyczącą kryteriów i sposobów postępowania dopasowaną do aktualnego stanu jego zdolności do podejmowania decyzji (informowanie jako proces).

Zapotrzebowanie na badania w zakresie marketingu informacyjnego w poradnictwie zawodowym widzimy w kontekście silniejszego uwzględniania sposobu percepcji informacji w przypadku adresatów introwertycznych i ekstrawertycznych oraz z uwzględnieniem typów wg Hollanda.

Podsumowując można powiedzieć, że opisanej tu charakterystyce skutecznego komunikowania się z klientami za pomocą działań reklamowych odpowiadają przede wszystkim systemy informacji zorientowane na zaspokojenie popytu, a w mniejszym stopniu systemy informacji zorientowane na zaprezentowanie oferty jako takiej.

2.3 Polityka dystrybucyjna

W polityce dystrybucyjnej chodzi o to, by poszczególne "produkty" i usługi udostępnić danej grupie odbiorców we właściwym czasie, we właściwym miejscu, we właściwej ilości i we właściwym sposób.

Droga bezpośrednia realizowana jest poprzez bezpośrednie komunikowanie się pomiędzy grupą odbiorców a doradcą bądź instytucją zajmującą się poradnictwem.

Droga pośrednia realizowana jest poprzez szkoły, uczelnie wyższe, stowarzyszenia, kościoły itd., a więc poprzez instancje pośredniczące.

To, kiedy doradca zawodowy ma się bezpośrednio włączyć w proces informacyjny, zależy od "dojrzałości decyzyjnej" klienta. Sampson (1999) określa ją jako wielkość kluczową w korzystaniu z systemów informacyjnych. Wynikają z niej bezpośrednie przedsięwzięcia pomocowe w zakresie poradnictwa uzależnione od indywidualnych ograniczeń:

Człowiek

- nie może jednoznacznie zdefiniować swojego problemu zawodowego i dlatego nie może określić, jakich specyficznych informacji potrzebuje,
- nie ma wystarczającej wiedzy na temat oferty informacyjnej,
- jest przytłoczony oferowanymi mu informacjami, których ilość przekracza jego zdolności percepcyjne,
- nie potrafi wyselekcjonować informacji adekwatnych do jego potrzeb,
- jest niepewny tego, jak może najlepiej spożytkować informacje dla rozwiązania własnego problemu,
- nie może zrozumieć systematyki oferty informacyjnej,
- nie znajduje dojścia do odpowiednich źródeł w ofercie informacyjnej,
- traci motywację i przedwcześnie zrywa kontakt z systemem informacyjnym.

Dla optymalnej dystrybucji informacji i dla kwestii kombinacji drogi bezpośredniej z pośrednią niezbędne jest systematyczne doradcze towarzyszenie podczas korzystania z mediów i systemów komputerowych oraz intensywne zgłębianie heurystycznych umiejętności użytkownika.

Wyniki badań empirycznych wskazują na to, że na przykład pytanie "media drukowane czy internet?" oraz pytanie "Czy informację otrzymywaną podczas bezpośredniej rozmowy, a dotyczącą poradnictwa zawodowego, można zastąpić informacją uzyskiwaną samodzielnie?" są źle postawione. Niezbędne jest nie myślenie alternatywami lecz myślenie z zastosowaniem zasady komplementarności, myślenie uzależnione od wewnętrznych uwarunkowań poszczególnych osób poszukujących porady.

W odniesieniu do **bepośredniej dystrybucji** informacji dotyczących zawodów można wyprowadzić następujący schemat dokonywania wyborów (por. *Bruhn, Tilmes 1994*). Ułatwia on zdefiniowanie stosunku doradcy zawodowego do ewentualnych partnerów na rynku informacji.

Tab. 2: Stosunek do uczestników na rynku informacji

	Koordinacja	Kooperacja	Konflikt
Pośrednik	jest powinno być	jest powinno być	jest powinno być
Osoba opiniotwórcza dla grupy odbiorców	jest powinno być	jest powinno być	jest powinno być
Konkurenci	jest powinno być	jest powinno być	jest powinno być

W polach należy umieścić możliwe osoby i instytucje oraz rodzaj kooperacji (**jest** = obecny stan rzeczy, **powinno być** = stan, jaki powinien zostać osiągnięty w przyszłości).

2.4 Polityka cenowa: polityka wzajemnych świadczeń

"Polityka cenowa", nazywana w marketingu społecznym mianem "polityki wzajemnych świadczeń", określa, przy spełnieniu jakich materialnych przesłanek należy oferować grupom odbiorców usługi informacyjne.

Należy przy tym rozróżnić wzajemne świadczenia pieniężne i niepieniężne (por. *Beilmann*, 1995):

- bezpośrednie świadczenia wzajemne jako cena z elementami kosztów, np. proporcjonalne opłaty za poradnictwo zawodowe, czesne w szkołach wyższych,
- bezpośrednie niematerialne świadczenia wzajemne, np. indywidualne zadowolenie klienta z usługi informacyjnej otrzymanej w ramach poradnictwa zawodowego, osobisty sukces w przypadku podjęcia właściwej decyzji o zawodzie,
- pośrednie świadczenia wzajemne z elementami kosztów, np. podatki lub składki dające prawo dostępu do usług informacyjnych świadczonych przez publiczne placówki/komórki poradnictwa zawodowego,
- pośrednie niematerialne świadczenia wzajemne, np. społeczne uznanie dla poradnictwa zawodowego, świadomość gospodarczego i społecznego znaczenia usług informacyjnych świadczonych przez urzędy pracy.

Ocena usług informacyjnych za pomocą "ceny" jest podstawowym warunkiem racjonalnego (efektywnego) wykorzystywania zasobów.

W wielu krajach, w tym również w Niemczech, usługi poradnictwa zawodowego dla klientów indywidualnych są nieodpłatne. Należy jednak unaocznic fakt, że cena w naszych społeczeństwach odzwierciedla "wartość" dóbr i usług, a tym samym sprzyja temu, by posługiwać się nimi z odpowiednią starannością. Ponadto cena może - szczególnie w przypadku informacji w ramach poradnictwa zawodowego - podnosić stopień indywidualnego zaangażowania (involvement) poprzez relatywną wyłączość (dobro udostępniane jest nie każdemu w dowolnej ilości), co z kolei wpływa pozytywnie na skuteczność (efektywność).

Indywidualny brak kosztów nie zawsze jest równoznaczny z zamówieniem społecznym. Dlatego to właśnie publiczne urzędy pracy i placówki/komórki poradnictwa zawodowego muszą obecnie znaleźć formy, jakimi poprzez politykę wzajemnych świadczeń zagwarantują skuteczne i efektywne wykorzystanie swych usług.

2.5 Podsumowujące sugestie dotyczące marketingu informacyjnego

Podsumowując można sformułować następujące sugestie dotyczące marketingu informacyjnego w poradnictwie zawodowym:

1. Ukierunkowanie oferty informacyjnej na subiektywne zapotrzebowanie na informacje w danej grupie odbiorców oraz uwzględnienie zróżnicowanych możliwości.
Konsekwencja: Systematyczne, empiryczne badanie zachowań użytkownika (heurystyka).
2. Podział rynku według zawodowych problemów decyzyjnych poszczególnych grup odbiorców.
Konsekwencja: Empiryczne gromadzenie i typizacja spraw związanych z danym zawodem i z uzyskiwaniem informacji.
3. Dopasowanie oferty informacyjnej do zachowań osób poszukujących informacji (information seeker), będących szczególnie typowymi przedstawicielami danej grupy odbiorców.
Konsekwencja: Wyszukanie takich aktywnych osób poszukujących informacji w danej grupie odbiorców.
4. Polepszenie kooperacji pomiędzy producentami informacji a odbiorcami informacji.
Konsekwencja: Organizowanie wspólnych seminariów rozwojowych, systematyczne budowanie interakcji.
5. Corporate identity u oferenta informacji (urząd pracy, placówka/komórka poradnictwa zawodowego).
Konsekwencja: Tworzenie zaufania i pewności w organizacji jako podstawy dla odpowiedniej prezentacji na zewnątrz.

6. Utworzenie u oferującego informację (urząd pracy, placówka/komórka poradnictwa zawodowego) komórek do spraw użytkowników.

Konsekwencja: Stworzenie systemu dróg sprzężeń zwrotnych (feed back) pomiędzy grupami odbiorców a oferentem, np. poprzez specjalne "gorące linie" (hot line).

3. WYBRANE ZAGADNIENIA DOTYCZĄCE ODDZIAŁYWANIA INFORMACYJNEGO NA OKREŚLONE GRUPY ODBIORCÓW W PORADNICTWIE ZAWODOWYM

Poniżej zreferowane zostaną wybrane zagadnienia dotyczące studiów empirycznych nad przekazywaniem informacji poszczególnym grupom odbiorców w poradnictwie zawodowym. Omówione wyżej aspekty są tu obecne w różnoraki sposób.

3.1 Informacja w indywidualnym poradnictwie zawodowym

Pierwsze studium (*Mauch, 1986*) obejmowało merytoryczno-analityczne badanie 62 porad dotyczących podejmowania decyzji zawodowych (dla młodzieży i dla dorosłych) pod kątem deficytów u klienta w odniesieniu do faktycznych, szacunkowych i preskryptywnych (związanych z procesem) informacji bądź przesłanek.

Zdołano ustalić sześć kategorii problemów, przy czym obok jednoznacznych "czystych" kategorii (63%) wystąpił cały szereg kategorii zachodzących na siebie, a więc "kategorii mieszanych" (37%). Każda kategoria problemów charakteryzuje się specyficznym deficytem wiedzy faktograficznej (wiedza o alternatywach i o "ofertach zaspokożenia"), wiedzy wartościującej (kryteria) i wiedzy problemowej (heurystyka jednostki w zakresie podejmowania decyzji).

Do kategorii deficytu kryteriów (kategoria K/35,5%) przyporządkowano klientów, którzy co prawda dysponują alternatywami w odniesieniu do możliwości swego postępowania, lecz - z braku kryteriów oceny - nie mogli stwierdzić ich wagi i dlatego nie podjęli dotychczas żadnej decyzji.

Klienci z deficytami w zakresie informacji realizacyjnych (kategoria R/32%) zdecydowali się już na konkretną alternatywę. Również kryteria były wystarczające, tak że ocena alternatyw doprowadziła już do dokonania osobistych wyborów (commitment). Klient potrzebował jednak informacji pomagających w realizacji decyzji.

Kategoria deficytu alternatyw (kategoria A/11%) obejmowała klientów, którzy nie mieli żadnych wyobrażeń bądź mieli jedynie niewystarczające wyobrażenia o ewentualnych alternatywach w odniesieniu do możliwości swego postępowania. Tym niemniej dysponowali oni jednak kryteriami do zdefiniowania obszarów rozwiązania problemu (np. oczekiwania zawodowe, zainteresowania, niechęć) oraz wiedzą na temat dalszego postępowania podczas rozwiązywania problemu (przesłanki preskryptywne).

Do kategorii osób przeorientowujących się (kategoria O/10%) przyporządkowano klientów, którzy po przełomie w dotychczasowej drodze życia (np. zakończenie nauki w szkole, bezrobocie, wypadek, rozwód) przeorientowują się, poszukują w tym celu alternatyw i za pomocą kryteriów wytyczają sobie od nowa obszary rozwiązania problemu. Ponadto muszą znaleźć nowe metody rozwiązań.

Klienci zaliczeni do kategorii niepewnych (kategoria U/6,5%) nie mają wystarczającej ilości alternatyw zawodowych, ich zainteresowania były wyjątkowo zróżnicowane i częściowo ze sobą sprzeczne, a poza tym wykazywali niezdecydowanie w odniesieniu do dalszego postępowania podczas rozwiązywania problemu.

W kategorii deficytu informacji bądź przesłanek preskryptywnych (kategoria P/5%) dokonano subsumcji klientów, którzy w swym zachowaniu związanym z rozwiązywaniem problemu byli niezdecydowani, lub takich klientów, którzy mieli nadzieję uzyskać od doradcy

potwierdzenie tego, że podjęli słuszną decyzję.

W przypadku ponad jednej trzeciej deficytów informacyjnych stwierdzonych podczas rozmów doradczych (37%) przyporządkowania można było dokonać tylko poprzez wyselekcjonowanie braku występującego stosunkowo najczęściej. Powinno to stanowić ostrzeżenie przed zbyt szybkim typizowaniem spraw klientów bądź przypinaniem im etykiet. Ponadto obszar afektywny został uwzględniony jedynie pośrednio, a mianowicie poprzez presję spowodowaną problemem i poprzez stopień zaangażowania (involvement) klienta.

3.2 Badanie powiązań informacji istotnych dla podejmowania decyzji w poradnictwie

W kolejnym studium (*Hick*, 1992) z takim samym tłem teoretyczno-decyzyjnym w centrum zainteresowania znalazło się tym razem łączenie informacji faktycznych, szacunkowych i preskryptywnych podczas procesów interakcyjnych w trakcie porady, której celem jest rozwiązanie problemu.

W analizie procesów poznawczych podczas indywidualnego rozwiązywania problemu można uwzględnić przede wszystkim trzy procedury (por. *Gallhofer* i *Saris*, 1989, str. 99 i następnę): "cognitive mapping" (CM), "empirical decision analysis" (EDA) i "multiple path to choice" (MPC).

Zastosowano tu zmodyfikowaną analizę struktur myślenia (cognitive mapping, CM). Analiza struktur myślenia cognitive mapping (CM) koncentruje się na fazie definiowania problemu i bada założenia i oceny, które odgrywają rolę podczas objaśniania zdarzeń. "Mapa kognitywna", tzn. kognitywna struktura człowieka, traktowana jest jak diagram stworzony na podstawie tych ocen. Modyfikacja ta dotyczyła przede wszystkim uwzględnienia przebiegu w czasie procesu rozwiązywania problemu, któremu w rzeczywistości nie odpowiada idealnie typowy podział na fazy i stopnie.

Badanie przeprowadzono w formie studium 10 konkretnych porad w zakresie decyzji zawodowych (porada w zakresie pracy: 5; porada zawodowa: 5). Chodziło przy tym o anonimowe zapisy na taśmie magnetofonowej, z których dodatkowo sporządzono protokoły na piśmie.

Wyniki wskazują na to, że połączenie informacji faktycznych, szacunkowych i preskryptywnych jako proces daje się przedstawić za pomocą różnych kręgów i wysp. Dzięki temu decyzje klienta i podsumowujące wypowiedzi doradcy stają się widoczne w trakcie ich powstawania tak samo, jak treści rozmów nie stojące w żadnym związku z ogólnym kontekstem.

Ponadto okazało się, że dla przebiegu rozmowy duże znaczenie mają przesłanki preskryptywne. Klienci dysponujący dużą ilością tych informacji i już w początkowej fazie nakreślali swoją sprawę w sposób tak wielowątkowy, że swój problem mogli zdefiniować przy minimalnych werbalnych zachętach ze strony doradcy.

Klienci z większą ilością informacji preskryptywnych skłaniają się również ku silniejszemu parafrazowaniu, to znaczy przedstawiają problem wciąż coraz to innymi słowami i w ten sposób mogą - w interakcji z doradcą - wskazać poszczególne płaszczyzny problemu bez konieczności znaczącego przemieszczania akcentu.

Również w dalszym przebiegu rozmowy klienci ci nie tylko stawiają konkretne pytania, lecz również - dzięki samodzielnie dokonywanym podsumowaniom i powtórzeniom - mogą lepiej przyswoić sobie nowe informacje, by później do nich sięgać. Z powyższego może wynikać dalszy wzrost umiejętności podejmowania decyzji.

Poza tym prowadzone były rozmowy doradcze, w których klient najwyraźniej świadomie przedstawiał swój problem w sposób bardzo ogólnikowy i bez bezpośredniego zaangażowania. Taki "niezobowiązujący charakter" wskazuje na to, że klient oczekuje raczej inspiracji, niż wiążących odpowiedzi. Jeżeli doradca próbuje zwiększyć aktywność klienta i

skonkretyzować problem, to próby takie wydają się osłabiać szanse powodzenia rozmowy. W innych przypadkach klienci zawężali swój problem do pojedynczych pytań, przy czym istniało niebezpieczeństwo, że aspekty te nie zostaną później włączone do ogólnego kontekstu. Taki fenomen "wysp tematycznych" wskazuje albo na niesystematyczny, "hiperczuły" styl podejmowania decyzji (por. *Janis, Mann, 1977*, str. 196 i następane), albo na ukrywanie przed doradcą dokonanej już silnej hierarchizacji przesłanek istotnych dla podjęcia decyzji.

W oparciu o prezentację "kręgów problemowych" w rozmowie doradczej udało się ustalić dwie typowe heurystyki klientów. W przypadku pierwszej z nich zaznacza się silna preferencja dla określonych alternatyw działania, która jest stosunkowo odporna na zewnętrzne ograniczenia. Jednakże przytoczone w tym kontekście kryteria wykazują jednocześnie jedynie ogólny charakter. Jeżeli teraz spróbuje się ukierunkować kryteria na alternatywy, to z jednej strony istnieje niebezpieczeństwo, że klient nie jest jeszcze w stanie zaakceptować tych odniesień i "zasklepi się" lub, że klient będzie wprowadzał coraz to nowe, inne oceny ("wędrówka kryteriów").

W przypadku drugiej heurystyki klient podczas procesu rozwiązywania problemu kieruje się przede wszystkim limitującymi uwarunkowaniami, takimi jak np. sytuacja na rynku pracy, złe oceny na świadectwie, rzekomo zbyt dawno temu uzyskane własne kwalifikacje, brak doświadczenia zawodowego. W przypadku takiej "heurystyki restrykcyjnej" własne zdolności i zainteresowania schodzą na plan dalszy. Klienci wykazujący podane wyżej cechy wymagają często konkretnego podania im różnych możliwości podjęcia pracy, nie dając doradcy okazji do dokonania oceny klienta.

Powyższe wyniki pozwalają wnioskować, że podczas kształtowania procesów informacyjnych i doradczych w zakresie poradnictwa zawodowego na szczególną uwagę zasługują klienci z deficytami w sferze **preskryptywnych predyspozycji decyzyjnych**. A to dlatego, że predyspozycje te decydują o zakresie i powiązaniu alternatyw i ocen (kryteriów) w procesie podejmowania decyzji. Obejmują one zarówno indywidualną logikę decyzyjną, jak również istotne dla procesu podejmowania decyzji zdolności poznawcze - meta-kognicje - w ramach samodzielnego określania celów. Peterson et al. (1996, str. 438) dzielą te meta-kognicje na "**self-talk**" (np. pozytywnie: "I know I can trust that my career decision will be the right one for me", negatywnie: "I'll never be able to make a good career choice"), **self-awareness**, tzn. samouświadomienie sobie przyporządkowania "self-talk" jako podstawy dla odpowiedniej reakcji (np. "Jestem zbulwersowany tym, że nie jestem w stanie podjąć żadnej dobrej decyzji zawodowej!") i **monitoring and control**, tzn. ocena adekwatności sposobu postępowania i zakresu informacji na poszczególnych etapach rozwiązywania problemu (np. "żeby rozwiązać mój problem, muszę skorzystać z usług doradcy zawodowego" lub "Dalsze szukanie informacji o szansach na przyszłość w tym zawodzie nie ma żadnego sensu, ponieważ prognozy opierają się w zbyt wielkim stopniu na spekulacjach!").

3.3 Studium dotyczące oczekiwań w odniesieniu do informacji o zawodzie i struktur informacji w poradnictwie

W większym innowacyjnym opracowaniu sporządzonym przez Instytut do spraw badania rynku pracy i zawodów Federalnego Urzędu Pracy, a traktującym o zawodach ("Zawody wymagające określonego szkolenia w ocenie zakładów pracy", *Seidel, 1995*) zbadano kolejne aspekty informacji zorientowanych na zapotrzebowanie na nie w procesach podejmowania decyzji o zawodzie. Między innymi chodziło o powiązania pomiędzy zaangażowaniem (involvement) klienta podczas rozmowy o charakterze doradczym, jego oczekiwaniami odnośnie informacji i jego subiektywną oceną oferty informacyjnej dotyczącej zawodu przedstawionej w medium.

W centrum uwagi znalazły się przy tym dwa aspekty, a mianowicie zapotrzebowanie na

informację w odniesieniu do rozwoju indywidualnych przesłanek decyzyjnych oraz zapotrzebowanie na informację w odniesieniu do przesłanek decyzyjnych dotyczących zawodu.

Badanie przeprowadzone zostało w 70 urzędach pracy (poradnictwo w zakresie pracy i poradnictwo zawodowe) i objęło standardowy wywiad z klientem przed udzieleniem indywidualnej usługi doradczej, obserwację przebiegu rozmowy, standardowy wywiad z klientem i z doradcą po udzieleniu porady. W ten sposób udało się ocenić łącznie 135 porad. Poniżej przedstawiono wybrane wyniki tych badań (por. *Ertelt, Möller, Schade, Seidel, 1997*). Podstawowym wymogiem dla uwzględnienia i przyjęcia informacji w poradnictwie jest involvement, którego najważniejszą wielkością określającą jego wartość jest znaczenie, jakie klient przypisuje rozmowie.

95% badanych postrzega czekającą ich rozmowę doradcą jako "dosyć ważną" lub "bardzo ważną". Co do oceny "bardzo ważna" istnieje jednakże w tym względzie wyraźne zróżnicowanie pomiędzy osobami dorosłymi (poradnictwo w zakresie pracy, PP) a młodzieżą (poradnictwo zawodowe, PZ): PP 69,3%, PZ 45%. Dla wielu klientów PP rozmowa doradcza ma znaczenie egzystencjalne, gdyż liczą się tu finansowe kwestie dokształcania i przekwalifikowania się. Efekt ten dotyczy jednakże wyłącznie kobiet, które w szczególnym stopniu oczekują od doradcy pomocy w rozwiązaniu ich problemów zawodowych.

Różnice pomiędzy klientami PP i PZ występują również w odniesieniu do etapu procesu podejmowania decyzji. Ponad jedna piąta (21%) klientów PP znajduje się jeszcze w fazie początkowej; jest to zaskakująco więcej osób, aniżeli w przypadku klientów PZ (15%).

Z drugiej strony 50% młodocianych klientów (PZ) można przyporządkować do etapu rozważania alternatyw zawodowych (a więc zawężili już oni swój obszar rozwiązywania problemu), podczas gdy w przypadku PP na tym samym etapie znajduje się 39% klientów.

W fazie podejmowania decyzji znajduje się 15% klientów PP i 17% klientów PZ; w fazie po podjęciu decyzji i w fazie realizacji jest 25% osób w przypadku PP i 18% osób w przypadku PZ.

Duża część tych, którzy są już zdecydowani i przychodzą po poradę, podaje ważne wskazówki dla zarządzania informacją, co sprawia, że oprócz przygotowania do podjęcia decyzji należy również uwzględnić potwierdzenie decyzji bądź sprostanie decyzji i jej realizację.

By określić skalę popytu na informację, zbadano merytoryczne oczekiwania klientów w drodze wyselekcjonowania czynników. Uzyskano cztery dające się dobrze zinterpretować czynniki (które opisują 67% przypadków):

- Czynnik 1** reprezentuje informacje o kryteriach służących ocenie alternatyw zawodowych
 - Zalety i wady określonych zawodów.
 - Szanse i ryzyka określonych zawodów na rynku pracy.
 - Określenie własnych mocnych stron w odniesieniu do zawodu.
- Czynnik 2** łączy życzenia informacyjne dotyczące **definiowania** własnych **problemów** związanych z zawodem, dalszego postępowania i ewentualnych przeszkód w kształceniu oraz w działalności zawodowej.
- Czynnik 3** obejmuje życzenia informacyjne dotyczące zawodowej **elastyczności, mobilności** i odpowiednich działań pomocowych ze strony urzędu pracy.
- Czynnik 4** gromadzi życzenia informacyjne dotyczące **potwierdzenia** własnej decyzji i jej **realizacji**.

Analiza wykazała, że zapotrzebowanie na informację przed rozmową jest zdeterminowane przez przynależność do płci, rodzaj porady (poradnictwo zawodowe dla młodzieży i poradnictwo w zakresie pracy dla dorosłych) oraz etap procesu podejmowania decyzji:

- Klienci płci żeńskiej szukają w większym stopniu, aniżeli klienci płci męskiej,

- informacji dotyczących zdefiniowania problemu (**czynnik 2**).
- Niezdecydowani jeszcze klienci oczekują bardziej, aniżeli klienci, którzy już podjęli decyzję, informacji o kryteriach służących ocenie alternatyw (**czynnik 1**).
- Zdecydowani klienci chcą sobie natomiast w większym stopniu informacji dotyczących potwierdzenia i realizacji ich decyzji (**czynnik 4**).
- Dorośli pytają częściej niż młodzież o informacje dotyczące zawodowej mobilności i pomocy finansowej ze strony urzędu pracy (**czynnik 3**).

W kolejnym kroku sprawdzono, na ile istniejące medium (zapytanie skierowane do ekspertów PP) może pokryć te oczekiwania na informacje różnymi tematami, tzn. jak silnie jest ono ukierunkowane na zaspokojenie popytu.

Okazało się, że dobrze zaspokojone mogą być życzenia klientów reprezentowane przez czynniki 1 - 3, czego nie można powiedzieć o życzeniach zebranych w czynniku 4.

Badania przeprowadzone **podczas** porady i **po** porady dały szereg dalszych wskazówek istotnych dla zarządzania informacjami.

I tak dorośli okazywali w stopniu większym niż oczekiwany prawdziwe zachowania dotyczące wyboru zawodu w odniesieniu do zawodów wymagających określonego szkolenia, jak to raczej znane jest z modelu wybierania zawodu po raz pierwszy. Dlatego różnicowanie metodyki przekazywania informacji i udzielania porad w poradnictwie zawodowym i w poradnictwie w zakresie pracy nie znajduje prawie żadnego usprawiedliwienia.

Wydaje się to być niepotrzebne również dlatego, że wyniki wskazują na to, że młodzież już podczas **wyboru zawodu po raz pierwszy i przed** ukończeniem kształcenia zawodowego bardzo intensywnie myśli o późniejszym rynku pracy i o koniecznej zawodowej elastyczności. Odczuwa więc ona precyzyjnie to, że znajduje się obecnie w fazie przejściowej, jeżeli chodzi o kwestie pracy zawodowej.

Kolejne wyniki badań wykazały, że porada może bardzo często wspomóc indywidualny proces podejmowania decyzji, jednakże nie można nie dostrzegać tego, że właśnie stan wahania się w wyborze pomiędzy alternatywami zawodowymi nie mógł być pokonany w 60% przypadków. Niekoniecznie za krok wstecz należy uznać, jeżeli 33% klientów, którzy byli już zdecydowani, powróciło jeszcze raz do etapu rozpatrywania alternatyw.

Krytycznie w sensie aktywności informacyjnej zorientowanej na popyt należy ocenić to, że doradcy co prawda rozpoznają z grubsza, na jakim etapie procesu rozwiązywania problemu znajdują się ich klienci, jednakże wydaje się, że nie mają oni co do tego jasnego wyobrażenia. Należałoby oczekiwać tego, by samoocena klientów była bardziej zgodna z oceną dokonywaną przez doradcę.

Tym samym często brak jest podstawowych uwarunkowań dla skutecznego, zorientowanego na popyt zarządzania informacjami w poradnictwie.

3.4 Badanie odnośnie zapotrzebowania informacyjnego i wykorzystania mediów w przypadku klientów i pracowników służb doradczych Federalnego Urzędu Pracy

W ramach studium mającego na celu ewaluację mediów służb doradczych Federalnego Urzędu Pracy (*Seidel, 1997*) udało się na reprezentatywnej grupie osób wyodrębnić teoretyczny model podejmowania decyzji w odniesieniu do doradczego zarządzania informacjami.

Poniższe wybrane wyniki oparte są na wypowiedziach 1.053 klientów, 1.068 doradców, 244 nauczycieli i 251 pracodawców, które to wypowiedzi uzyskano przeprowadzając (jesienią 1996 roku) standardowe wywiady.

Oczekiwania klientów względem doradztwa świadczonego w urzędzie pracy lub względem odwiedzin w centrum informacji zawodowej wskazują na wysoki stopień zaangażowania. Niemal 90% respondentów określa taką wizytę mianem "dosyć ważnej" (48%) lub "bardzo ważnej" (40%). Występują przy tym różnice w zależności od fazy podejmowania decyzji.

Klienci, którzy oczekują pomocy w realizacji decyzji, znacząco częściej określają wizytę w urzędzie pracy bądź w centrum informacji zawodowej jako ważną.

Jeżeli chodzi o etap w procesie podejmowania decyzji, to 17% klientów znajduje się jeszcze na etapie początkowym (etap 1), jedna trzecia ma już alternatywy, rozważa je ważąc racje (etap 2). 23% podjęło już decyzję, jednakże chciałoby się co do niej jeszcze dodatkowo upewnić (etap 3). Jedna czwarta oczekuje pomocy przy realizacji swej decyzji (etap 4).

Jeżeli chodzi o źródła informacji, z których dotychczas korzystano w największym stopniu, to szczególną rolę odgrywają - tak, jak to wykazano już na podstawie wcześniejszych badań studialnych - przyjaciele/znajomi oraz rodzina.

Kolejne miejsca zajmują centra informacji zawodowej oraz gazety/czasopisma, pozostawiając daleko w tyle pisma urzędu pracy, placówki/komórki poradnictwa zawodowego i szkołę.

Jednakże również tutaj występują różnice w preferencjach w zależności od etapu w procesie podejmowania decyzji:

- | | |
|--|--------------------------------|
| - przyjaciele/znajomi: | etap 1 - 4, szczególnie etap 2 |
| - rodzina (rodzice/małżonkowie): | etap 1 - 3 |
| - centrum informacji zawodowej: | etap 2 i 3 |
| - placówka/komórka poradnictwa w zakresie pracy: | etap 4 |
| - placówka/komórka poradnictwa zawodowego: | etap 3 i 2 |
| - szkoła/nauczyciel/uczelnia: | etap 3 |
| - pisma urzędu pracy: | etap 2 i 3, również 4 |
| - prasa: | etap 4 |

W odpowiedziach na pytanie o najważniejsze tematy dla poszczególnych jednostek, odzwierciedla się wyraźnie aktualna sytuacja gospodarcza. Na pierwszych miejscach plasują się: "sytuacja na rynku kształcenia zawodowego względnie na rynku pracy w określonych zawodach", "warunki i wymagania odnośnie kształcenia/dokształcania/działalności zawodowej", "pomoc finansowa dla kształcących/dokształcających się w przypadku pozostawania bez pracy bądź podjęcia pracy".

Zainteresowanie kształceniem, praktykami lub pracą za granicą zajmuje wśród oferowanych tematów ostatnie miejsce.

Łącznie spośród 13 wymienionych tematów 9 zostało określonych przez klientów jako "dość ważne" aż po "bardzo ważne"; świadczy to o dużym zapotrzebowaniu na różnorodne informacje, które to zapotrzebowanie może wynikać ze zróżnicowanego widzenia problemów.

Za pomocą analizy rozróżniającej uwidoczniono powiązania pomiędzy etapem w procesie rozwiązywania problemu a popytem na informacje zawodowe (takie, jakie są reprezentowane w wybranych mediach Federalnego Urzędu Pracy).

1. Klienci znajdujący się w **fazie definiowania problemu** pragną otrzymać informacje o warunkach i wymaganiach odnośnie kształcenia, dokształcania bądź nowej działalności zawodowej, o zarobkach w określonych zawodach, o pomocy finansowej ze strony urzędu pracy oraz o ważnych aspektach w przypadku wyboru lub zmiany zawodu.
2. Klienci, którzy **wahają się pomiędzy alternatywami zawodowymi**, pytają o informacje dotyczące treści i wymagań w kształceniu zawodowym lub w kształceniu w szkołach wyższych. Ponadto pewną rolę odgrywa również kształcenie lub praca za granicą.
3. Klienci, którzy **już dokładnie wiedzą, co chcieliby robić w życiu zawodowym**, dokonują oceny informacji o kształceniu/pracy za granicą, o prestiżu określonych zawodów i o możliwościach zrobienia w nich kariery, o warunkach pracy oraz o tendencjach rozwojowych na rynku pracy w określonych zawodach.
4. Klienci, którzy przychodzą po poradę z **życzeniem otrzymania informacji odnośnie**

realizacji podjętej już decyzji, pragną zostać poinformowani o innych instytucjach pośredniczących w udzielaniu informacji, o ofertach urzędu pracy w zakresie poradnictwa i pośrednictwa, o pomocy finansowej w przypadku kształcenia i doksztalcenia, by zakończyć stan bycia bezrobotnym.

Studium dostarczyło kolejnych ważnych sugestii odnośnie kształtowania miejsc, w których dochodzi do spotkania się ofert i popytu na informacje istotne dla podejmowania decyzji. Wszystkie grupy respondentów wskazały na konieczność uzyskania pomocy podczas korzystania z oferty medialnej. Żądanie to może być tłumaczone reakcją na wielość zróżnicowanych ofert informacyjnych, których poszczególny użytkownik nie jest w stanie ogarnąć. Stąd też życzenie istnienia zregionalizowanych systemów pracujących w sieci, które dadzą się zaadaptować do indywidualnych zapytań i przyzwyczajęń w trakcie poszukiwań.

3.5 Studium dotyczące wyposażenia w media i samoinformowania się urzędu pracy z punktu widzenia klienta placówki/komórki pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy

Badania empiryczne zlecone przez byłý Krajowy Urząd Pracy dla Badenii-Wirtembergii miały na celu empiryczne zebranie opinii klientów komórek pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy w urzędzie pracy, które to opinie dotyczyły wyposażenia w media i urzędów służących do samodzielnego informowania się. Wyniki tych badań przedstawiono poniżej w formie przeglądu (por. *Ertelt, Hesse, 1999*).

1. Pomiędzy osobami odwiedzającymi komórkę pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy w centrum informacji zawodowej (CIZ), a osobami nie odwiedzającymi te komórki, istnieją różnice istotne z punktu widzenia statystyki, a odnoszące się do poniższych spraw:

Osoby nie odwiedzające CIZ są mniej zainteresowane (aniżeli osoby odwiedzające CIZ)

- kwestią doksztalcenia
- informacjami dotyczącymi określonych zawodów
- wiedzą o własnych mocnych i słabych stronach
- pracą za granicą

Osoby nie odwiedzające CIZ są mocniej zainteresowane (aniżeli osoby odwiedzające CIZ) finansową pomocą ze strony urzędu pracy.

2. W odniesieniu do etapu rozwiązywania problemu można wyraźnie zaobserwować, że **osoby odwiedzające CIZ** częściej wahają się pomiędzy zawodowymi alternatywami; dlatego też spodziewają się w oczywisty sposób większej ilości informacji odnośnie oceny (kryteriów) alternatyw, które wzięły pod rozwagę.

W przypadku **osób nie odwiedzających CIZ** przeważa natomiast nieco liczba tych, którzy już się zdecydowali i dlatego potrzebują pomocy w realizacji swych decyzji.

3. Odnośnie sposobu odpowiedzi na pytania w kwestiach zawodowych **osoby nie odwiedzające CIZ** preferują osobistą rozmowę w urzędzie pracy, życzą sobie zdecydowanie mniej materiałów na piśmie i chcą również w przyszłości zdecydowanie mniej korzystać z możliwości informacyjnych urzędu pracy (CIZ). Podobnie negatywny obraz otrzymano w przypadku udzielania odpowiedzi przez internet i za pomocą komputera. Należy jednak przy tym realnie stwierdzić, że obydwie grupy tylko w nieznacznym stopniu uznają internet i komputer za medium służące do udzielania odpowiedzi na ich pytania w kwestiach zawodowych.

4. Osoby odwiedzające CIZ wykazują wyraźnie wyższy poziom wykształcenia ogólnego. Z poziomem wykształcenia związany jest cały szereg innych cech, które pozwalają rozpoznać grupę ryzyka: kontakt z systemami informatycznymi jest dla uczniów szkoły głównej (którzy ukończyli tę szkołę, bądź nie) mniej atrakcyjny, aniżeli dla

klientów, którzy ukończyli szkołę realną lub gimnazjum. Odpowiada to wynikom również innych badań studialnych. **Osoby odwiedzające CIZ** są przeciętnie znacznie młodsze (29 lat) aniżeli osoby nie odwiedzające CIZ (37 lat). W grupie **kształcących się zawodowo i studiujących** można ledwo odnaleźć osoby, które nie chodzą do CIZ (CIZ odwiedza odpowiednio 91% i 95%).

W przypadku **bezrobotnych i gospodyń domowych** wśród klientów komórki pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy przeważają ci, którzy nie chodzą do CIZ.

5. Ocena **indywidualnego etapu w procesie podejmowania decyzji** okazuje się być również tutaj ważną pomocą w rozpoznaniu zapotrzebowania klientów na różnorodne informacje. Najsilniejsze zróżnicowanie widoczne jest w przypadku specyficznych informacji o zawodach. Informacji takich potrzebują przede wszystkim takie osoby szukające porady, które chcą **rozważyć alternatywy zawodowe**. Specyficzne informacje o określonych zawodach są mniej ważne dla osób, które chcą upewnić się co do podjętej już przez siebie decyzji. Mniej ważne są dla nich również informacje dotyczące poszukiwania miejsca pracy /ubiegania się o miejsce pracy/ prezentacji własnej osoby oraz własnych mocnych i słabych stron w kontekście wykonywania określonego zawodu.

Niezależnie od etapu podejmowania decyzji, wyjaśnienie kwestii związanych z zawodową przyszłością jest dla wszystkich najważniejsze.

6. Interesujący wynik dała ocena **wieku** osób znajdujących się na poszczególnych etapach podejmowania decyzji. Podczas gdy w przypadku etapu 2 (rozważanie alternatyw) przeważają osoby młodsze, w przypadku etapu 3 (pomoc w realizacji po zakończeniu procesu podejmowania decyzji) reprezentowane są silniej osoby starsze. Osoby starsze przychodzą zatem do urzędu pracy z reguły "bardziej zdecydowane". Zauważalne jest również, że potrzeba uzyskania **osobistej porady w urzędzie pracy** rośnie wraz z wiekiem.

7. Jeśli chodzi o podział klientów komórek pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy na poszczególnych etapach podejmowania decyzji (stopień zdecydowania) według **stopnia wykształcenia**, to zwraca uwagę fakt, że na etapie 1 ("Nie wiem jeszcze, jak to będzie ze mną w kwestii zawodu") reprezentowani są szczególnie licznie uczniowie szkół głównych (którzy ukończyli je lub nie). Odwiedzający, którzy ukończyli szkołę realną lub gimnazjum, przychodzą do urzędu pracy/CIZ przeważnie wtedy, gdy są już na zaawansowanym etapie procesu rozwiązywania problemu. Odwiedzający, którzy zdobyli wykształcenie w szkole głównej, preferują bardziej niż inni osobistą rozmowę w urzędzie pracy.

Im wyższy poziom wykształcenia tym bardziej prawdopodobne jest posiadanie dostępu do internetu (istnieje tu szczególnie wyraźna korelacja).

8. Jeżeli to, na jakim etapie podejmowania decyzji znajduje się dana osoba, rozpatruje się pod kątem **statusu zawodowego**, to uwagi poczynione w punkcie 7 występują jeszcze wyraźniej, tzn. odwiedzający o niskim statusie zawodowym znajdują się częściej w początkowej fazie rozwiązywania problemu, podczas gdy osoby o wyższym statusie zawodowym znajdują się na bardziej zaawansowanych etapach podejmowania decyzji. Łatwo zauważyć, że względnie duża grupa wśród bezrobotnych znajduje się jeszcze na początkowym etapie procesu rozwiązywania problemu, potrzebuje zatem w większej mierze pomocy w zorientowaniu się w sytuacji (w zdefiniowaniu problemów).

Ogólnie można stwierdzić, że większe wykorzystanie samoinformowania się przez grupy w placówkach/komórkach pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy może - w oparciu o badania studialne - zostać ocenione pozytywnie.

Dla optymalizacji samoinformowania się niezbędnie konieczne jest uwzględnienie następujących czynników: wiek, poziom wykształcenia ogólnego, wykształcenie zawodowe i obecny status zawodowy.

Abstrahując od powyższego, indywidualny etap w procesie podejmowania decyzji bądź w procesie rozwiązywania problemu okazuje się być wielkością kluczową. Na tym musi się skoncentrować różnicowanie ofert informacyjnych i systemu przenoszenia informacji.

Łącznie wyniki badań pozwalają jednoznacznie stwierdzić, że system samoinformowania się wciąż musi być łączony z ofertami doradczymi świadczonymi osobiście. Taki system łączenia okazuje się być niezbędny dla świadczenia pomocy szczególnym grupom odbiorców na rynku pracy.

4. WNIOSKI DLA DALSZEGO ROZWOJU ZARZĄDZANIA INFORMACJĄ W ZAKRESIE PORADNICTWA ZAWODOWEGO

Z podsumowującego przeglądu efektów naszych prac badawczych wynikają następujące sugestie dla pomocy informacyjnej w procedurach rozwiązywania problemów zawodowych.

1. Główne zadanie polega dzisiaj na ożywieniu zapotrzebowania na informacje oraz na dalszym rozwoju zróżnicowanej, ukierunkowanej na to zapotrzebowanie oferty informacyjnej.
2. Do działań zorientowanych na popyt należą:
 - dopasowanie się do indywidualnego problemu (poprzez wykwalifikowane poradnictwo informacyjne, rozgałęzione możliwości dostępu w głąb i wszerz, uwzględnienie etapu w procesie rozwiązywania problemu),
 - przyjazność względem użytkownika (uwzględnienie posiadanej już wiedzy, języka, zdolności uczenia się, indywidualnych przyzwyczajzeń w procesie uczenia się, heurystycznego podejścia do procesu poszukiwań, przyzwyczajzeń w obchodzeniu się z systemami informatycznymi),
 - aktywizowanie i motywowanie do korzystania z pomocy, pomoc w indywidualnej ocenie szans (nakład i efekt aktywności informacyjnej musi być w subiektywnym odczuciu zadowalający), dbałość o wizerunek,
 - systematyczny udział użytkownika w dalszym rozwoju systemu mediów (rozwój i ewaluacja).
3. Wielkością kluczową popytu na informacje okazał się być jednoznacznie indywidualny etap w procesie podejmowania decyzji. Nie został on przez doradców odpowiednio uwzględniony, a nawet został odebrany przez nich jako dysfunkcyjny. Odpowiedzialne za to mogłyby być określone wyobrażenia dotyczące procedur wyboru zawodu, które opierają się na normatywnych i racjonalnych modelach przebiegu tych procedur lub w których indywidualne zainteresowania i skłonności klienta są przerysowane nawet wtedy, gdy klient sam tego tak nie odbiera.
4. Po stronie oferty należy wyraźnie poprawić osieciowanie, przejrzystość i porównywalność informacji. Chodzi tu przede wszystkim o wielopoziomowe systemy, które mogą dopasowywać się do swych użytkowników w głąb i wszerz. Dla dalszego rozwoju niezbędnie koniecznym jest systematyczne rejestrowanie i typizowanie heurystyk użytkowników.
5. Dla usunięcia zahamowań podczas korzystania z usług doradczych i informacyjnych należy rozwinąć specjalne formy marketingu informacyjnego, które uwzględniać będą przede wszystkim aspekty ponadnarodowe i wielokulturowe. Dotyczy to polityki odnoszącej się do oferowanego produktu, polityki w zakresie komunikowania się, polityki dystrybucyjnej i polityki wzajemnych świadczeń.

6. Wyniki badań pokazują w sposób dobitny znaczenie osobistej pomocy doradczej podczas korzystania z systemów informacyjnych. Potrzeba do tego specjalnych umiejętności w zorientowanym na popyt zarządzaniu informacjami, z wykorzystaniem - w miarę możliwości - wspólnych europejskich standardów.

WYKAZ MATERIAŁÓW ŹRÓDŁOWYCH

- Commission of the European Communities (2000), A Memorandum on Lifelong Learning, Bruksela (30.10.2001)
- M. Beilmann, (1995), Marketing społeczny i komunikowanie się, Neuwied (Luchterhand)
- M. Bruhn, J. Tilmes, (1994), Social marketing - wykorzystanie zasad marketingu w organizacjach nie komercyjnych, Stuttgart (Kohlhammer), II wydanie
- B.J. Ertelt, (2001); Nowe trendy w poradnictwie zawodowym, Warszawa/Polska (KUB)
- B.J. Ertelt, U. Möller, H.J. Schade, G. Seidel (1997); Dane o rynku kształcenia i o rynku pracy w rozmowie doradczej, Norymberga: Sprawozdanie z warsztatów IAB nr 10/1997
- B.J. Ertelt, H.G. Hesse (1999). Ankiety w przypadku klientów placówek/komórek pośrednictwa pracy i poradnictwa w zakresie pracy w odniesieniu do wyposażenia w media i samoinformowania się w Krajowym Urzędzie Pracy dla Badenii-Wirtembergii (Politechnika Mannheim / DIPF Frankfurt n. Menem)
- Hick (1992). Wykształcenie i wypróbowywanie systemu kategorii dla określenia merytorycznych zmiennych istotnych dla podejmowania decyzji, praca dyplomowa, Uniwersytet w Mannheim, katedra nauk pedagogicznych II (prof. dr M. Hofer)
- W. Mauch (1986). Typy osób poszukujących porady według struktur informacyjnych w poradnictwie dotyczącym podejmowania decyzji w ramach poradnictwa w zakresie pracy i poradnictwa zawodowego, Mannheim (praca dyplomowa, Uniwersytet w Mannheim)
- J.P. Sampson (1999). Integrating Internet - Based Distance Guidance with Services Provided in Career Centers, w: J. The Career Development Quarterly, wrzesień 1999, 3 - 18
- G. Seidel (1995). Ewaluacja MatAB - seria specjalna "Zawody wymagające określonego szkolenia i ocena zakładów", sprawozdanie końcowe, Frankfurt n. Menem: DIPF
- G. Seidel (1997). Badanie zapotrzebowania informacyjnego i wykorzystania mediów u klientów i pracowników Federalnego Urzędu Pracy, Frankfurt n. Menem: Niemiecki Instytut Międzynarodowych Badań Pedagogicznych (DIPF)

TRANSNACJONALNE PORADNICTWO ZAWODOWE A ZMIANY W PRZYGOTOWANIU MŁODZIEŻY DO ŻYCIA ZAWODOWEGO

1. ZMIANY W ŚCIEŻKACH PRZEJŚCIA ZE SZKOŁY DO ŻYCIA ZAWODOWEGO

W ostatnich 20 latach dokonały się zasadnicze zmiany w ścieżkach przechodzenia młodzieży z nauki szkolnej do rynku pracy. W coraz mniejszej liczbie krajów występuje dość powszechne dawniej zjawisko podejmowania przez większość młodzieży pracy zawodowej zaraz po ukończeniu edukacji na poziomie podstawowym (OECD, 1999).

Podstawowym wyzwaniem, przed jakim stoją wszystkie państwa, niezależnie od poziomu dochodu narodowego i stopnia rozwoju gospodarczego, jest w nadchodzących latach przystosowanie systemów edukacyjnych do zmieniających się reguł funkcjonowania rynku pracy. Wymogiem chwili dla dalszego rozwoju społecznego jest integracja procesu kształcenia podstawowego z trendami zmian, jakie dokonują się na rynku pracy. Wymaga to wprowadzenia zasadniczych zmian w polityce edukacyjnej i rynku pracy, w systemach kształcenia zawodowego, w zaprojektowaniu nowych instytucji, usług i świadczeń z zakresu poradnictwa zawodowego oraz w sposobach kooperacji podmiotów zajmujących się przygotowaniem młodzieży do pracy zawodowej tak na poziomie narodowym (poszczególnych państw), jak i na poziomie transnacionalnym.

Przejście z nauki szkolnej do życia zawodowego (*transition from education to working life*) jest podstawową kategorią pojęciową przyjętą przez OECD dla konceptualizacji wymaganych reform instytucjonalnych, prawnych, metodologicznych i psychologicznych. Podstawowe wytyczne w tym zakresie ustaliła m.in. *Final Conference on the Transition from Initial Education to Working Life*. Została ona zorganizowana przez *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) we współpracy z *Directorate for Education, Employment, Labour and Social Affairs Education Committee* Banku Światowego w Budapeszcie, w dniach 21-23 maja 2000r. Celem konferencji było dokonanie przeglądu wieloletnich prac prowadzonych pod auspicjami OECD, dotyczących wypracowania spójnej koncepcji integracji polityki edukacyjnej i rynku pracy z punktu widzenia najlepszego przystosowania uczniów do edukacji zawodowej na przestrzeni całego życia.

Problem ten został określony w polityce krajów należących do OECD jako problem centralny ze względu na:

- a) wzrost znaczenia edukacji w przygotowaniu zawodowym uczniów,
- b) zwiększającą się różnorodność potrzeb i zainteresowań uczących się oraz coraz bardziej zmieniającą się naturę pracy,
- c) coraz większe wymagania w zakresie edukacji zawodowej ze strony rynku pracy,
- d) coraz silniejszą potrzebę przygotowywania wszechstronnie wykształconej i elastycznej siły roboczej.

Pod pojęciem „przejście ze szkoły do życia zawodowego” rozumie się współcześnie (Roberts, 1997) nie jednorazowy akt podjęcia pracy zawodowej po ukończeniu szkoły (a w szczególności akt podjęcia pracy po ukończeniu nauczania obowiązkowego), ale rozciągnięty w czasie proces przechodzenia od młodzieńczej zależności do dorosłej niezależności w aspekcie ekonomicznym i rodzinnym oraz możliwości utrzymania własnego gospodarstwa

domowego. W tym kontekście termin „przejście” (*transition*) implikuje złożoną sekwencję procesów (wymiarów) kompletowania przygotowań do samodzielnego życia, obejmującą:

- a) sposoby realizacji ścieżki przejścia (*pathways*) ze statusu ucznia do statusu pełnoetatowego pracownika,
- b) sposoby łączenia nauki i pracy,
- c) sposoby przechodzenia przez różne szczeble edukacji, różne związki z rynkiem pracy i różne doświadczenia związane z aktywnościami, które tj.: sport, rekreacja i podróże zagraniczne, nie mają bezpośredniego związku ani z pracą, ani z nauką, ale w ostateczności przekładają się na dojrzałość do życia zawodowego.

Poszczególne wymiary wzajemnie się warunkują i mają dla różnych osób, w różnych kulturach, różne priorytety. Mogą też charakteryzować się szeregiem wskaźników, jak np. długością okresów pozostawania w poszczególnych stadiach aktywności, czy też częstotliwością zmian i zwrotów w sposobach kompletowania przygotowań. Termin „przejście z edukacji do życia zawodowego” implikuje wreszcie umacniający się we wszystkich rozwiniętych krajach trend, zgodnie z którym młodzi ludzie – niezależnie od sposobu (ścieżki) wchodzenia na rynek pracy – przechodzą przez takie samo stadium doświadczeń polegających na przeplataniu życia zawodowego okresami nauki, jak też stałego wzbogacania życia zawodowego wciąż nowymi doświadczeniami edukacyjnymi.

Wyniki badań przeglądowych przeprowadzonych przez OECD dotyczą 14 krajów i zostały szczegółowo opracowane w raporcie pt. „*Thematic Review of the Transition from Initial Education to Working Life*” (DELSA/ED (99)11). Podstawowe wnioski wynikające z raportu dowodzą, iż:

- a) problemy integracji edukacji szkolnej z rynkiem pracy dotyczą wszystkich krajów bez wyjątku, co oznacza, że zjawisko niedostosowania edukacji młodzieży do życia zawodowego jest powszechne, a więc wszystkie państwa na świecie borykają się z trudnościami w tym zakresie,
- b) niektóre kraje radzą sobie z przygotowaniem młodzieży do życia zawodowego lepiej niż inne, co ma związek z różnicami w poziomie rozwoju ekonomicznego z jednej strony, a z drugiej – z różnymi systemami przygotowania szkolnego do zawodu i innymi rozwiązaniami w zakresie instytucjonalnego wspomaganie przechodzenia ze szkoły do czynnego życia zawodowego oraz odmienną tradycją kształtującą współdziałanie systemu edukacyjnego z rynkiem pracy,
- c) problemy związane z integracją systemu szkolnego ze światem pracy są szczególnie poważne w krajach przechodzących transformację gospodarczą, a więc takich jak państwa Europy Środkowej i Wschodniej,
- d) potencjał narodowych doświadczeń jest tak różny, że najważniejszym i najbardziej naturalnym zadaniem na przyszłość powinno być przenoszenie pozytywnych doświadczeń z jednych krajów do innych,
- e) doświadczenia narodowe są wzajemnie komplementarne,
- f) nie ma kraju, który odniósłby na polu działań mających na celu przygotowanie młodzieży do życia zawodowego same sukcesy, a więc wszystkie państwa powinny uczyć się od siebie nawzajem,
- g) w większości przypadków kwestie związane z przechodzeniem od nauki szkolnej do życia zawodowego mają charakter ponadnarodowy, a tylko nieliczne wymiar lokalny.

Przejście od nauki szkolnej do życia zawodowego jest jednym z wielu problemów, jakie młodzież musi rozwiązać wchodząc w dorosłość. Innymi trudnościami związanymi z przechodzeniem od młodości do dorosłości są: uzyskanie niezależności ekonomicznej, rozwój osobowy oraz założenie i utrzymanie rodziny. W perspektywie całościowej (*lifelong* lub *life-span*) przejście od edukacji początkowej (*initial education*) do życia zawodowego – niezależnie od tego czy będzie to nauka na poziomie ponadpodstawowym (*secondary*

education) czy też wyższym (*tertiary education*) – jest rozumiane jako pierwsze i najważniejsze doświadczenie życiowe w ramach współzależności pomiędzy uczeniem się a pracą zawodową.

W latach 90-tych zasadniczej zmianie uległy procesy przechodzenia młodzieży ze szkoły na rynek pracy. Podstawowe tendencje, jakie można zaobserwować to:

- a) wzrost wskaźnika uczestnictwa młodzieży w edukacji w ramach nauki w szkołach ponadpodstawowych i wyższych,
- b) niewielki odsetek młodzieży bezrobotnej w stosunku do ogólnej populacji ludności aktywnej zawodowo,
- c) wzrost wskaźnika bezrobocia wśród młodych dorosłych (*young adults*),
- d) pogarszająca się sytuacja młodzieży na rynku pracy (wskaźnik bezrobocia młodzieży nie jest indykatorem sytuacji młodych ludzi na rynku pracy; ważna jest proporcja pomiędzy liczbą młodzieży nigdzie nie uczącej się i nigdzie nie pracującej),
- e) młodzież, jeżeli już pracuje, najczęściej wykonuje prace wymagające niskich kwalifikacji, otrzymuje niewielkie wynagrodzenie i nie ma pewności zatrudnienia,
- f) wydłuża się proces wchodzenia na rynek pracy,
- g) różnicują się ścieżki dochodzenia do rynku pracy i to zarówno pod względem prestiżu, jak i rodzaju kontaktu z przyszłym światem zawodowym (praktyka w trakcie nauki, staże, praca w niepełnym wymiarze godzin, praca sezonowa),
- h) zaznacza się tendencja do tworzenia większej liczby powiązań pomiędzy edukacją zawodową a edukacją trzeciego stopnia (nie uniwersyteckimi studiami zawodowymi i studiami uniwersyteckimi).

We wszystkich krajach przebadanych przez OECD ścieżki edukacyjne prowadzące do rynku pracy są coraz powszechniej traktowane przez młodzież jako różne sposoby na „przeczekanie” i przedłużenie statusu „nijakości” (ani pracownik, ani bezrobotny). Z psychologicznego punktu widzenia przejście od systemu edukacyjnego do rynku pracy staje się procesem coraz mniej transparentnym, natomiast coraz bardziej rozmytym i trudnym do zdefiniowania czy zaplanowania. Większość młodych ludzi, zanim rozpocznie pierwszą w swoim życiu stałą pracę, ma już za sobą doświadczenia:

- a) w pracy w niepełnym wymiarze godzin,
- b) w pracy dorywczej lub wakacyjnej,
- c) w pracy realizowanej w ramach praktyk lub staży zawodowych w związku z edukacją szkolną.

Dłuższy okres przechodzenia od nauki szkolnej do życia zawodowego ma zarówno pozytywne, jak i negatywne cechy. Z jednej strony, dłuższy okres poszukiwania stałej pracy zawodowej pozwala w trakcie okresu edukacji szkolnej lepiej przygotować się do wymagań rynku pracy i odwrotnie – lepiej przystosować politykę rynku pracy do ścieżek kształcenia zawodowego. Dłuższa ścieżka przechodzenia do rynku pracy to wyższy poziom edukacji i wyższa jakość (pod warunkiem, że edukacja podstawowa drugiego i trzeciego stopnia nie jest realizowana zbyt sztywno i wąsko). Z drugiej strony, dłuższy okres poszukiwania stałej pracy zawodowej powiązany z pozostawaniem na drugim szczeblu edukacji podstawowej zwiększa ryzyko braku sukcesu na rynku pracy czyli znalezienia stałej pracy.

Zmiany w ścieżkach przejścia od nauki szkolnej do rynku pracy wymagają ponownego zdefiniowania grup ryzyka na rynku pracy. Nowe grupy ryzyka/wykluczenia tworzą młodzi ludzie, którzy mimo, iż nie są bezrobotnymi, to jednak ze względu na pozostawanie w źle zaprojektowanych, realizowanych, nadzorowanych i obsługiwanych przez instytucje doradcze ścieżkach edukacyjnych, obciążeni są dużym prawdopodobieństwem nie znalezienia się po ukończeniu edukacji podstawowej (szkoły średniej, szkoły wyższej lub uniwersytetu) na rynku pracy.

W różnych krajach występują zróżnicowane podejścia w zakresie polityki przygotowywania młodzieży, w trakcie edukacji szkolnej, do dorosłego życia zawodowego. Wszystkie one powinny jednak spełniać te same podstawowe cele:

- a) Zwiększać proporcje młodych ludzi uzyskujących pełne wykształcenie średnie (drugiego stopnia) z dobrze określonymi kwalifikacjami z punktu widzenia pracy zawodowej lub dalszych studiów albo też obu tych celów jednocześnie.
- b) Minimalizować liczbę młodych ludzi, pozostających poza systemem edukacyjnym, jak i rynkiem pracy.
- c) Maksymalizować liczbę młodych ludzi posiadających stałą pracę zawodową w momencie ukończenia szkoły.
- d) Nie dopuszczać do długotrwałego bezrobocia wśród absolwentów szkół.
- e) Stabilizować biografie zawodowe i edukacyjne młodych ludzi w latach następujących po ukończeniu nauki drugiego stopnia.

2. WARUNKI EFEKTYWNEGO PRZEJŚCIA OD EDUKACJI DO ŻYCIA ZAWODOWEGO

Pierwszym podstawowym sposobem zwiększania efektywności przejścia od nauki szkolnej do życia zawodowego jest dobre zorganizowanie edukacji szkolnej i ścieżek szkolenia zawodowego (*developing well organised education and training pathways*). Podstawową kwestią jest rozwój spójnych ścieżek edukacji początkowej jako podstawy efektywnego systemu przygotowania do zawodu w perspektywie całego życia człowieka. Podstawowymi elementami dobrze zorganizowanego systemu edukacji szkolnej są:

- a) Dostępność ścieżek edukacji ogólnej i zawodowej po ukończeniu edukacji obowiązkowej.
- b) Doświadczenie zawodowe jako część edukacji następującej po okresie nauczania obowiązkowego i obejmujące możliwie największą część populacji.
- c) Zmodularyzowane systemy kwalifikacji umożliwiające łączenie kursów i jednostek szkoleniowych z różnymi ścieżkami i stadiami edukacji.
- d) Masowa dostępność edukacji ogólnej i zawodowej trzeciego stopnia po realizacji edukacji drugiego stopnia.
- e) Ekwiwalencja certyfikatów edukacji ogólnej i zawodowej lub rozwój unitarnego systemu kwalifikacji.
- f) Binarne ścieżki uzyskiwania kwalifikacji prowadzące do licencjatu, jak też do pełnych kwalifikacji zawodowych lub technicznych.
- g) Zdywersyfikowane i wzajemnie powiązane ze sobą ścieżki edukacyjne trzeciego stopnia, obejmujące nauczanie z zakresu wiedzy stosowanej i technicznej, dostępne dla wszystkich młodocianych i dorosłych.
- h) Psychologiczne otwarcie na rynki pracy przekraczające granice społeczności lokalnych, narodów i państw.

Drugim sposobem zwiększenia efektywności przejścia od nauki szkolnej do życia zawodowego jest łączenie nauki w szkole z pracą (*combining learning at school and work*). Łączenie ogólnej edukacji szkolnej z edukacją zawodową w miejscu pracy jest istotnym warunkiem efektywnego przechodzenia od rynku edukacyjnego do rynku pracy. Można wskazać pięć istotnych powodów przemawiających za koniecznością łączenia nauki szkolnej i procesu nabywania doświadczeń zawodowych w miejscu pracy:

- a) Łączenie sprawia, że nauka staje się dla młodych ludzi bardziej życiowa i interesująca, podnosząc tym samym efekty nauczania na wyższy poziom jakościowy.
- b) Łączenie pozwala rozwijać specyficzne kompetencje zawodowe, na które istnieje aktualne zapotrzebowanie ze strony pracodawców.

- c) Łączenie rozwija także ważne nawyki i postawy pracy, takie jak: punktualność i umiejętność pracy zespołowej.
- d) Łączenie może sygnalizować pracodawcom fakt posiadania wymaganych kompetencji w sytuacji, gdy dana osoba poszukuje pracy.
- e) Łączenie może być pomocne dla pracodawców i młodych ludzi we wzajemnym kojarzeniu, jak też ułatwiać przebieg procesów rekrutacyjnych.

Trzecim sposobem zwiększania efektywności przejścia od nauki szkolnej do życia zawodowego jest tworzenie bezpiecznych związków pomiędzy szkołą a podmiotami rynku pracy (*establishing tightly knit safety nets for young people at risk*), w szczególności dla grup ryzyka z punktu widzenia różnorodnych wskaźników sukcesu zawodowego. W tym względzie najwięcej jest różnorodnych doświadczeń narodowych, które w sposób satysfakcjonujący mogą być wykorzystywane transnacionalnie. Ważnym elementem jest tutaj prawidłowa ewaluacja sukcesu na rynku pracy. Wskazuje się, iż pojedyncze i proste wskaźniki sukcesu muszą być zastąpione przez bardziej złożone i kompleksowe systemy ewaluacji, jako że:

- a) Poszczególne kraje nie wykazują ani samych pozytywnych wyników we wszystkich wskaźnikach sukcesu, ani też samych porażek.
- b) Rezultaty przechodzenia od rynku edukacyjnego do rynku pracy mogą różnić się w zależności od tego, czy ewaluacja dokonywana jest na podstawie wskaźników używanych w systemie edukacyjnym czy w systemie rynku pracy, jak też w zależności od wieku i płci.

c) Nie ma jedynej i najlepszej ścieżki przechodzenia od rynku edukacyjnego do rynku pracy. Ta ostatnia kwestia wskazuje na to, że nie ma najlepszego modelu narodowego i jednego dobrego rozwiązania dla każdego państwa. Oznacza to, że nie ma takiego programu narodowego, który we współczesnym świecie mógłby pełnić rolę prototypu dla innych krajów. Mniej ważny jest bowiem rodzaj ścieżek, jakie są preferowane w danym państwie niż jakość ich realizacji i responzywność na potrzeby oraz wymagania rynku pracy. Czynniki decydującymi o efektywności przechodzenia młodych ludzi od rynku edukacyjnego do rynku pracy są:

- a) Zdrowa ekonomia i sprawnie funkcjonujący rynek pracy z punktu widzenia takiego kryterium, jakim jest „przyjazność dla młodych”.
- b) Dobrze zorganizowane ścieżki przejścia obejmujące edukację wstępną (ogólną i obowiązkową) oraz dalsze studia.
- c) Bogate możliwości łączenia edukacji szkolnej z doświadczeniami nabywanymi w miejscu pracy.
- d) Stwarzanie bezpiecznych powiązań z rynkiem pracy dla osób zaliczanych do grup wysokiego ryzyka (zagrożonych nie znalezieniem się po ukończeniu edukacji obowiązkowej na rynku pracy).
- e) Rzetelna informacja zawodowa.
- f) Efektywnie funkcjonowanie instytucji doradztwa zawodowego.

Czwartym sposobem zwiększania efektywności przejścia od nauki szkolnej do życia zawodowego jest dostarczanie młodym ludziom efektywnej informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego (*providing effective information and guidance*). W tym przypadku wskazać można na dwie kluczowe kwestie. Pierwsza z nich, to problem poszerzania dostępu do informacji zawodowej oraz świadczeń z zakresu poradnictwa zawodowego. Informacja zawodowa oraz poradnictwo zawodowe stają się coraz bardziej kluczowymi elementami edukacji i ścieżek szkolenia zawodowego w miarę tego, jak dochodzenie do pracy zawodowej staje się coraz bardziej elastyczne i zróżnicowane oraz w miarę tego, jak wymagania zawodowe są coraz mniej precyzyjnie definiowane. Informacja zawodowa i poradnictwo zawodowe stają się niezbędnymi elementami edukacji szkolnej zwłaszcza wtedy, gdy na

problem ten spojrzysz przez pryzmat ciągle powiększającej się, niemal w każdym społeczeństwie, tzw. „grupy ryzyka”. Informacja zawodowa oraz poradnictwo zawodowe powinno być zintegrowane zarówno z systemem edukacji, jak i z systemem rynku pracy na poziomie narodowym i transnarodowym. Postuluje się, aby informacja zawodowa i poradnictwo zawodowe były dostępne dla wszystkich, bez wyjątku i niemal w każdym miejscu. Inną, równie ważną kwestią jest sprawa jakości informacji zawodowej oraz świadczonych porad. Międzynarodowa wymiana doświadczeń w tym zakresie może podnieść na wyższy poziom jakość świadczonych usług. Zbyt małe uwzględnianie problematyki informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego w programach współpracy politycznej poszczególnych rządów musi w najbliższym czasie ulec radykalnej zmianie. Taki stan rzeczy jest szczególnie niebezpieczny dla rozwoju ekonomicznego i społecznego w krajach, gdzie, tak jak w Polsce, szkolnictwo jest zdecentralizowane, a zatem szkoły, podległe administracji samorządowej, same ustalają priorytety (Bańka, 2000). W efekcie występuje wielce szkodliwe preferowanie zagadnień czysto edukacyjnych i pomijanie informacji zawodowej oraz poradnictwa. Informacja zawodowa i poradnictwo zawodowe jeśli już występuje, to zazwyczaj w formie zawężonej i w odniesieniu do zawężonych grup docelowych. Ukazywanie perspektyw obowiązujących lub dominujących w innych krajach stwarza optymalny klimat organizacyjny dla wprowadzania pożądanych zmian. Kwestią kluczową w zwiększaniu efektywności przejścia od nauki szkolnej do życia zawodowego jest jakość informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego. Do tej pory tylko nielicznym krajom udało się osiągnąć w miarę zadowalający i zrównoważony poziom świadczeń z zakresu informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego. Generalnie nie zadowalający stan rzeczy w tej dziedzinie wynika bądź z niskiego priorytetu informacji i poradnictwa zawodowego w polityce państw, bądź też z nie zrównoważonego rozwijania usług informacyjnych i doradczych.

3. ROLA I ZADANIA PORADNICTWA TRANSNACJONALNEGO W ZMIENIAJĄCYMI SIĘ ŚWIECIE

Na poradnictwo transnarodowe należy patrzeć w perspektywie zmian w podejściu do polityki narodowej i międzynarodowej, jakie następują obecnie pod wpływem zmian ekonomicznych i mentalnych w świecie. Podstawowe założenia, na których opiera się budząca coraz większe zainteresowanie idea poradnictwa transnarodowego ułożone są przede wszystkim w kontekście efektywności przechodzenia ze szkoły do rynku pracy.

Założenia te obejmują następujące fakty:

1. Proces przechodzenia młodych ludzi od edukacji do życia zawodowego ma swoje konteksty: narodowy, społeczny, edukacyjny i ekonomiczny. W różnych krajach inaczej zorganizowany jest rynek pracy, inna jest struktura systemu edukacyjnego, inne zależności pomiędzy głównymi podmiotami rynku edukacyjnego a rynkiem pracy (pracodawcami, szkołami, agencjami rządowymi), inne są wartości narodowe i tradycje warunkujące efektywność procesu przechodzenia. W różnych krajach w wyniku połączenia specyficznych elementów polityki z wzorami kultury, tradycją i określonymi rozwiązaniami organizacyjnymi ukształtowały się efektywne modele, które warto rozpowszechniać w innych państwach. Te efektywne modele przechodzenia od edukacji do rynku pracy wypracowane w różnych krajach zazwyczaj są w stosunku do siebie komplementarne (np. doświadczenia anglosaskie vs. europejskie).
2. Niektóre główne cechy systemów efektywnego przechodzenia do rynku pracy nie dają się łatwo rozpowszechniać ponad granicami państw (np. wymóg, aby wszyscy pracodawcy byli zrzeszeni w izbach gospodarczych), natomiast inne tak. Cechy transnarodowe z pewnością można łatwiej zastosować np. rozwiązania organizacyjne wspierające tzw. grupy ryzyka

trwałego wykluczenia z rynku pracy, rozwiązania w zakresie informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego czy doświadczenia związane z praktykami przedłużającymi czas przebywania młodych dorosłych na rynku edukacyjnym.

Podstawy logiczne nowych form i metod działania poradnictwa transnarodowego zakotwiczone są w zmianach mentalnych, jakie dokonują się współcześnie pod wpływem globalizacji i rozpowszechniania się nowych technologii informacyjnych (IT).

Najbardziej oczywistym aspektem wyłaniającego się nowego paradygmatu poradnictwa transnarodowego jest fakt powszechności zmiany. Zmiany obejmują wszystkie kraje bez wyjątku, w wyniku czego państwa narodowe:

- a) zmieniają zasadnicze cele i zadania poradnictwa zawodowego w ogóle (punkt ciężkości przesuwa się z droższego i ograniczającego dostęp do usług doradczych poradnictwa indywidualnego w kierunku poradnictwa grupowego),
- b) dywersyfikują instytucje świadczące usługi doradcze,
- c) stymulują nowe potrzeby i oczekiwania ze strony osób przygotowujących się w ramach systemu edukacji do wejścia na lokalne, narodowe i transnarodowe rynki pracy.

Zasadnicza zmiana, jaka dokonuje się obecnie w doradztwie polega na rozmywaniu się wszelkich granic (geograficznych, narodowych, kulturowych, czasu i przestrzeni). Zmiana ta pociąga za sobą zmiany mentalne. Siła robocza przepływa z jednych krajów do drugich w sposób chciany i nie chciany (polityczni uchodźcy - *Franzen*, 1997). Zatem niektóre kraje starają się jedynie adaptować do nich, prowadząc z konieczności politykę asymilacji imigrantów m.in. poprzez przystosowanie zawodowe do własnego rynku pracy (*Amudson*, 1997). Niektóre państwa idą zaś dalej (np. kraje Unii Europejskiej) prowadząc politykę społeczną ukierunkowaną z jednej strony, na przygotowanie własnych obywateli do wymagań zagranicznych rynków pracy, a z drugiej strony, na zachęcanie reprezentantów pewnych kategorii zawodowych do partycypacji we własnym narodowym rynku pracy. W ramach tej ostatniej polityki rozwiązania narodowe uwzględniają perspektywę współpracy międzynarodowej, wychodząc z założenia, że budowanie „chińskiego muru” z punktu widzenia konkurencyjności jest wręcz szkodliwe. Mobilność geograficzna, zacieranie się granic narodowych oraz kulturowych to obecnie cechy pozytywne, wspierane w polityce narodowej oraz ponadnarodowej. Kultury wzajemnie się mieszają, a ludzie dobrowolnie przenikają do innych kultur. Multikulturalizm stał się faktem, którego obecność stawia na porządku dziennym kwestie zróżnicowania społecznego kontekstu i potrzeby integracji (*Ivey et al.*, 1997; *Bimrose*, 1993.; *Sue et al.*, 1996; *Eagan*, 1998). W kontekście poradnictwa zawodowego chodzi przede wszystkim o to, aby kultura i zróżnicowanie kulturowe nie były problemem, a więc przeszkodą w dostępie do rynku pracy, lecz pozytywną wartością rozwojową. Multikulturalizm może być widziany tradycyjnie jako problem i zagrożenie dla równości, bądź pozytywnie jako zasób możliwości, którego podstawową wartością jest różnorodność (*Reid*, 1999).

Poradnictwo transnarodowe jest kontynuacją podejścia multikulturowego zapoczątkowanego wiele lat wcześniej (*Bimrose*, 1996; *Sue i Sue*, 1990). Jego istotą jest rozwijanie świadomości potencjalnego wpływu każdej zmiennej społecznej na szanse rozwojowe, decyzje indywidualne i styl życia. Multikulturalizm w poradnictwie zawodowym koncentrować się może na problemach, bądź na pozytywach wynikających z różnorodności. W tradycyjnym podejściu multikulturalizm w poradnictwie zawodowym koncentrował się na „negatywach” tj. deficytach różnych kultur we wzajemnych stosunkach. Taka koncepcja leży u podstaw programów wyrównywania szans dla imigrantów itp. W nowym podejściu transnarodowym zainteresowanie doradców i programów pomocy koncentruje na „pozytywach” tj. eksponowaniu różnic kulturowych jako faktów i szans rozwojowych.

Jednym z podstawowych celów transnarodowego poradnictwa zawodowego jest wymiana pozytywnych doświadczeń, jakie zgromadzone zostały w różnych krajach w odniesieniu do

warunków efektywnego przechodzenia młodych ludzi od systemu edukacyjnego do rynku pracy. Już dość dawno temu Herr (1978) analizując typy pytań, jakie w różnych populacjach zadaje się w związku z planowaną karierą zauważył, że w miarę rozwoju danego kraju na kontinuum industrializacji zmieniają się źródła informacji zawodowej, ich specyficzność/niespecyficzność, szczegółowość/rozmytość (niejasność możliwości zatrudnieniowych) i kontekst geograficzny. W krajach postindustrialnych wręcz niemożliwa jest dokładna prognoza, kto i gdzie będzie żyć i pracować. Należy ten fakt uwzględniać zarówno w rozwoju całozyciowym jednostek (już na etapie edukacji początkowej), jak w polityce społecznej (np. promując naukę języków obcych w najszerszym z możliwych zakresów). Rozwój w krajach postindustrialnych związany jest z demokratyzacją stosunków na poziomie narodowym i międzynarodowym (Bańka, 1997; Vorbeck, 1999). Proces ten pociąga za sobą zmiany w etapach rozwoju psychicznego, w związku z czym wyróżnia się obecnie nowe stadium rozwoju jednostki w biegu życia, które w literaturze psychologicznej nazwane zostało „wschodzącą dorosłością” (*emerging adulthood*) (Arnett, 2000). Okres ten rozpoczyna się w latach młodzieńczych (około 25 roku życia), a kończy około trzydziestki. Jego głównymi wyróżnikami są: otwartość na zmiany, eksperymentowanie w życiu i w pracy, uczenie się różnorodnych ról oraz intensywne i częste przeplatanie nauki z pracą zarobkową. Jednym z elementów stylu życia typowego dla tego okresu jest chęć podróżowania, pobierania nauki w innych krajach i planowanie kariery z uwzględnieniem perspektywy całego świata.

Obszary aktywności i cele szczegółowe w transnarodowym poradnictwie zawodowym ukierunkowane są zatem na wspomaganie „wschodzącej dorosłości”. Obejmują one:

- a) zwiększanie u młodzieży „ogólnej zatrudnialności” (*general employability*),
- b) wyrobienie u młodzieży umiejętności poszukiwania pracy na wszystkich możliwych rynkach pracy,
- c) transnarodalne zarządzanie informacją zawodową, wiedzą zawodową, informacją o systemach kształcenia w różnych krajach, warunkach dopuszczenia do studiów i możliwościach studiowania, zarządzanie informacją dotyczącą warunków życia i pracy w różnych krajach,
- d) poradnictwo, szkolenie i nauczanie najlepszych wzorców, jakie wypracowano w innych krajach,
- e) networking pomiędzy specjalistami pełniącymi równoważne funkcje, wspólne planowanie programów wsparcia, marketing rynku pracy, szczególnie w regionach przygranicznych, public relations kreujące pozytywny obraz innych krajów, wymiana doświadczeń w zakresie ewaluacji oraz wspólne konstruowanie kryteriów ewaluacyjnych umożliwiających porównywanie programów narodowych oraz miar „sukcesu” w skali międzynarodowej,
- f) przeciwstawianie się stereotypom i uprzedzeniom kulturowym.

4. PROBLEMY ORGANIZACJI I KOORDYNACJI PORADNICTWA TRANSNACJONALNEGO

Transnarodalne poradnictwo zawodowe wyznacza zasada, iż aby działać lokalnie, trzeba chcieć i umieć widzieć sprawy zawodowe i życiowe globalnie. W ten sposób wyłaniające się poradnictwo transnarodowe nie jest już dłużej tożsame z tym, co wcześniej określano mianem „narodowe poradnictwo zawodowe z perspektywy międzynarodowej” (Herr, 1996), ale nowym paradygmatem wymagającym:

- a) konceptualizacji i terminologii międzykulturowej,
- b) nowych modeli praktycznych,
- c) nowych rozwiązań prawnych osadzonych w porozumieniach międzynarodowych,

- d) nowych instytucji działających zarówno na poziomie narodowym, jak i ponadnarodowym,
- e) wykorzystania jako wiodących nowych metod poradnictwa, takich jak *IT*.

Rozważając kwestie związane z organizacją poradnictwa transnarodowego nie sposób jest nie zauważyć, iż nieodłącznie wiąże się one z problemem multikulturalizmu. Tradycyjnie jednak poradnictwo było integralnie związane z programami narodowymi, gdzie multikulturalizm rozpatrywany był w aspekcie mniejszości narodowych, etnicznych czy imigracyjnych (*Fry & Hirasawa, 1997*). Nowocześnie pojmowane poradnictwo transnarodowe koncentruje się nie na mniejszościach jako grupach specjalnego zainteresowania, ale całych społeczeństwach, które różnią się co do kultury, tradycji i zasobów. Klasyczny model poradnictwa ujmuje problemy edukacji i rynku pracy z perspektywy państwowej, tworząc narodowe programy świadczenia usług doradczych i wspomagania procesów przechodzenia młodzieży od nauki szkolnej do życia zawodowego. Nietrudno zauważyć, że klasyczny paradygmat organizacji poradnictwa, ukształtowany jeszcze w epoce industrialnej (*Watts, 1999*), w której państwo przyjmowało na siebie odpowiedzialność za efektywne przechodzenie młodzieży ze szkoły do życia zawodowego, jest niewystarczający w realizacji celów poradnictwa transnarodowego. W nowym układzie gospodarki globalnej instytucje stworzone do realizacji narodowych programów świadczenia usług doradczych nie pasują do nowych wyzwań i oczekiwań.

Tradycyjny paradygmat narodowych programów poradnictwa zawodowego bazował na formalno-biurokratycznych instytucjach, z których część miała i nadal ma w wielu krajach pozycję monopolistyczną w świadczeniu pewnych usług (np. pośrednictwa pracy). Model tradycyjny eksponuje specyficzne dla poszczególnych narodów cechy i możliwości ekonomiczne oraz instytucje. W modelu tradycyjnym dominującą pozycję w systemie organizacji usług doradczych, wspomagających przechodzenie młodzieży do rynku pracy, mają narodowe instytucje podległe ministerstwu pracy i edukacji. Równie znacząca jest rola instytucji podległych lokalnym władzom szkolnym lub lokalnej władzy terytorialnej. Wydaje się pewne, że zarówno państwowy tj. scentralizowany, jak i terytorialny tj. zdecentralizowany system świadczenia usług doradczych jest wciąż niezbędnym, jednak zbyt ograniczającym układem odniesienia dla poradnictwa transnarodowego. Misją tego ostatniego jest uelastycznianie zasobów siły roboczej i elastyczne przygotowanie do życia zawodowego na rynku pracy.

Na poziomie lokalnym trudno jest efektywnie prowadzić poradnictwo transnarodowe. Powodów jest wiele, jak choćby ten, że zaspokojenie potrzeb i oczekiwań młodzieży (np. w Polsce) na informację zawodową przez instytucje świadczące usługi lokalnie i ponoszące odpowiedzialność przed władzami lokalnymi jest niewykonalne. Nie oznacza to jednak, że na poziomie lokalnym nie jest możliwe prowadzenie poradnictwa transnarodowego. O możliwościach takich świadczy współpraca przygraniczna w wielu rejonach Europy, np.: współpraca pomiędzy Cieszynem w Polsce i Ostrawą w Czechach (wymiana informacji o trendach na lokalnych rynkach pracy). Na poziomie lokalnym efektywnie prowadzić można głównie poradnictwo łączące się z lokalnym pośrednictwem pracy, oferującym ograniczone (terytorialnie i jakościowo) zasoby rynku pracy, a nie z ustawiczną edukacją (*lifelong learning*) jako drogą do włączenia (*inclusion*) do ponadnarodowych rynków pracy.

Lepiej dopasowanymi do nowych zadań poradnictwa transnarodowego są instytucje świadczące usługi doradcze, rozwijające się od dłuższego czasu na „marginesie” tzw. instytucji oficjalnych (biurokratycznych), związanych z narodowymi programami pomocy. Ich zasady działania oparte są nie na narodowych zasobach ekonomicznych i politycznych, ale na zasobach i systemach finansowania dostosowanych do specyficznych celów danej organizacji, jej misji i kultury organizacyjnej. W tej grupie instytucji znajdują się między innymi prywatne biura doradztwa personalnego, prywatne biura pośrednictwa pracy, jednostki dyplomatyczne (ambasady, konsulaty, centra kulturalne), firmy ponadnarodowe

prowadzące działalność globalną, instytucje konsultingowe, zrzeszenia zawodowe i wreszcie uniwersytety świadczące usługi edukacyjne w układzie ponadnarodowym. W krajach takich jak Polska, niektóre z nich mogą już dziś pochwalić się całkiem pokaźnym i wymiernym dorobkiem w poradnictwie transnarodowym. Z całą pewnością dobre perspektywy rozwojowe czekają instytucje doradcze związane z uniwersytetami, takie jak „Biura Karier”. Ich rola wzrasta w miarę zmian postaw i oczekiwań wobec procesu tranzycji do rynku pracy. Zmiany mentalne wśród młodzieży (chęć poznawania świata, podróżowania, chęć pracy i życia za granicą jako motyw sam w sobie, nastawienie na podejmowanie wyzwań i wreszcie wzrost kompetencji językowych) stanowiły największy bodziec do rozwoju poradnictwa transnarodowego.

Rozwój poradnictwa transnarodowego w instytucjach funkcjonujących poza biurokratycznymi strukturami państwa ma istotne znaczenie w przełamywaniu stereotypów narodowych i w walce z dyskryminacją. Instytucje pozarządowe w swojej działalności na rzecz poradnictwa transnarodowego są bardziej odporne na zagrożenie tzw. „dyskryminacją wtórną”, polegającą na lepszym traktowaniu, w ramach koncepcji multikulturalizmu, pewnych narodowości (jako swoich, bliskich), a gorszym innych (*Sue & Sue*, 1990; *Sue et al.* 1996). Wiąże się to w dużym stopniu z takimi cechami instytucji nieoficjalnych jak: merkantylny (dochodowy, odpłatny) charakter działań, zdywersyfikowane (pochodzące z wielu źródeł) fundusze na działalność oraz odideologizowanie usług czyli uniezależnienie od doktryny państwa narodowego. Merkantylny charakter wielu niepublicznych organizacji zajmujących się poradnictwem transnarodowym ma jednak swoje negatywne strony. Koncentracja na zysku stwarza rozliczne problemy natury etycznej.

Wielość i zróżnicowanie podmiotów zajmujących się poradnictwem transnarodowym nasuwa istotne pytania. Jak koordynować działania w poradnictwie transnarodowym z poradnictwem na poziomie narodowym? Czy tworzyć nowe instytucje czy do instytucji już istniejących dopisać nowe zadania? Zmieniające się zadania poradnictwa zawodowego, polityki rynku pracy i polityki edukacyjnej stawiają też na porządku dziennym pytania o rolę organizacji rządowych, społeczności biznesowych i lokalnych, rolę organizacji młodzieżowych i wreszcie organizacji międzynarodowych. Nie budzi żadnych wątpliwości to, że nowe formy przechodzenia do rynku pracy w XXI wieku (*Arnold*, 1997) wymagają koordynacji edukacji zawodowej w szkole, w społeczności lokalnej, na poziomie narodowym i ponadnarodowym. To z kolei wymaga zmian w polityce kreowanej w poszczególnych krajach (*Watts*, 2000), jak też tworzenia instytucji ponadnarodowych lub określenia roli już istniejących np.: Rady Europy czy OECD.

Zmiany w polityce muszą zapewnić nowe rozwiązania legislacyjne prowadzące do uporządkowania finansowania różnych instytucji w systemie poradnictwa. Potrzebne są też nowe uregulowania prawne wprowadzające minimalną kontrolę nad standardami świadczonych usług, a tym samym ustanowienie nowych kryteriów odpowiedzialności za ewentualne nadużycia. Nowe prawo potrzebne jest też do nadzorowania nowych form pracy w poradnictwie np.: z wykorzystaniem internetu. Nowe prawo potrzebne jest wreszcie do skoordynowanej akcji na rzecz badań międzynarodowych, wolnych od wtórnej dyskryminacji i dostarczających wiarygodnych danych. Dzisiejsze badania porównawcze prowadzone pod auspicjami OECD wymóg ten już zasadniczo spełniają. Spełniają one przede wszystkim podstawowy wymóg partnerstwa kultur, a nie dominacji jednych nad innymi (*OECD*, 1999).

5. METODY PRACY W PORADNICTWIE TRANSNACJONALNYM

Pytanie o to „Jak organizować poradnictwo transnarodowe w poszczególnych krajach?” jest ściśle związane z pytaniem „Jak i kto ma ustalać priorytety?” oraz „Jakie formy (metody) pracy powinny dominować?”. Odpowiedzi na tak postawione pytania muszą uwzględniać

fakt, iż w nadchodzącym stuleciu katalizatorem nowego paradygmatu (poradnictwa transnacionalnego) jest technologia (Jarvis, 1998). Technologie informacyjne wykorzystują nowe metody pracy doradczej, oparte na technologii video, audio i komputerowej. Tradycyjne metody poradnictwa, takie jak: rozmowy, wywiady i wycieczki do zakładów pracy (Bell, 1990) będą bez wątpienia aktualne, a nawet będą się dalej rozwijać. Jednak dominującą formą poradnictwa transnacionalnego dla osób wykształconych będzie internet (Bańka, 2000; Sampson, 1999). Można wskazać na dwa podstawowe powody uprzywilejowanej pozycji internetu.

Pierwszy powód ma charakter obiektywny i wynika z rangi, jaką posiada łatwo dostępna dla każdego, bez względu na miejsce zamieszkania, informacja zawodowa i edukacyjna. Drugi powód ma charakter psychologiczny. Z poradnictwa transnacionalnego korzystają osoby inteligentne, przedsiębiorcze, samodzielnie poszukujące informacji, aktywne, otwarte na wszelką nowość i nastawione na partnerstwo. Rodzi to oczywiście wątpliwości tego typu „Jak zarządzać bazami danych?”, „Jak określać i egzekwować standardy wiarygodności informacji zawodowej?” czy „Jak chronić się przed oszustami?”. Ponieważ ludzie oceniają nie tylko samą informację, ale również jej źródło, nie bez znaczenia będzie międzynarodowa współpraca w opracowywaniu baz danych i standardów etycznych, które obowiązywałyby wszystkie podmioty świadczące usługi doradcze.

6. KWALIFIKACJE I KOMPETENCJE W PORADNICTWIE TRANSNACIONALNYM

Kompetencje potrzebne w poradnictwie transnacionalnym zasadniczo, w dwóch obszarach, różnią się od kompetencji w poradnictwie realizowanym w paradygmacie tradycyjnym:

- a) w zakresie kompetencji językowych,
- b) w zakresie wiedzy międzykulturowej.

O ile pierwszy rodzaj kompetencji łatwo jest ukształtować w ramach szkoleń formalnych, o tyle proces nabywania kompetencji międzykulturowych jest bardziej skomplikowany i mniej opiera się na kwalifikacjach formalnych. Problem ten jest tym bardziej złożony, iż wchodzimy w etap rozwijania poradnictwa transnacionalnego z nie najlepszymi doświadczeniami doradztwa multikulturowego. Najtrudniejszym problemem jest przełamanie głęboko tkwiących stereotypów kulturowych wśród samych zwolenników kooperacji międzynarodowej. Aby temu przeciwdziałać należy:

- a) rozwijać wspólne programy badawcze i wdrożeniowe, podczas realizacji których badacze i doradcy-praktycy zbliżą się do siebie mentalnie,
- b) rozwijać programy wymiany międzynarodowej (staże), podczas których doradcy będą mieli możliwość zrozumienia realiów innej kultury, specyfiki funkcjonowania systemu edukacyjnego i rynku pracy. Tolerancji można się nauczyć jedynie w praktycznym współdziałaniu.

LITERATURA:

- Amudson, N. (1997). A career counseling model and program for use with immigrants and refugees. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 59, 1-11.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55, 469-480.
- Arnold, J. (1997). *Managing careers into the 21st century*. London: Chapman.
- Bańka, A. (1997). Cognitive and behavioral correlates of transcultural integration in work and organization, *Mental Changes*, 3, 7-16.
- Bańka, A. (1999). Zarządzanie telepracą. *Ergonomia*, 22, 1, 49-62.

- Bańka, A. (2000). Providing effective information and guidance in Poland. The Unpublished Paper Presented at OECD Conference on “Making Transitions Work: Final Conference on the Transition from Initial Education to Working Life”, 21-23 May, Budapest.
- Bell, A.H. (1990). *International careers*. Holbrook, MA.: Bob Adams Inc.
- Bimrose, J. (1996). Multiculturalism. W: Bayne, R., Horton, I. & Bimrose, J. (eds.) *New directions in counseling*. London: Routledge.
- Egan, G. (1998). *The skilled helper*, 6th edition. Pacific Grove, CA.: Brooks/Cole.
- Franzen, E. (1997). Job search in Sweden. Refugees’ access to the labour market. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 59, 12-22.
- Fry, A., Hirasawa, K. (1997). Job search in Sweden. A study of how evaluation of foreign education and work experience influence refugee access to the Swedish labor market. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 59, 23-29.
- Herr, E. L. (1978). Career development concepts and practices: Some international perspectives. *Counseling and Human Development*, 11, 1-11.
- Herr, E.L., Cramer S.H. (1996). *Career guidance and counseling through lifespan*. New York: Harper Collins.
- Ivey, A.E., Ivey, M.B., & Simeg-Morgan, L. (1997) (eds.). *Counseling and psychotherapy: A multicultural perspective*. Needham Heights, MA.: Allyn & Bacon.
- Jarvis, P.S. (1998). Career information and counseling in the Internet era. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 61, 7-14.
- OECD (1999). Thematic Review of the Transition from Initial Education to Working Life. Final Comparative Report, No 83145.
- Reid, H.L. (1999). Social barriers to guidance: implications for theory and practice. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 63, 43-55.
- Roberts, K. (1997). Prolonged transitions to uncertain destinations: the implications for careers guidance. *British Journal of Guidance and Counselling*, 25.
- Sampson, J. (1999). Effective design and use of internet-based career resources and services. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 63, 2-9.
- Sue, D.W. & Sue, D. (1990). *Counseling the culturally different*, 2nd edition. New York: Wiley.
- Sue, D.W., Allen, E.I. & Pederson, P.B. (1996). *A theory of multicultural counseling and therapy*. Pacific Grove, CA.: Brooks/Cole.
- Vorbeck, M. (1999). Guidance for career planning. The European perspective. *Educational and Vocational Guidance Bulletin*, 59, 28-35.
- Watts, A. G. (1999). Reshaping career development for the 21st century. Derby: Centre for Guidance Studies, University of Derby.
- Watts, A. G. (2000). Career development and public policy. In. Collin, A. & Yong, R.A. (eds.): *The future of career*. Cambridge: Cambridge University Press.

TRANSNACJONALNE PORADNICTWO ZAWODOWE WOBEC PLANOWANIA KARIER

1. WPROWADZENIE

Transnacionalne poradnictwo zawodowe wydaje się być zarówno naturalną konsekwencją jak i koniecznością wynikającą z dwóch procesów zachodzących we współczesnej Europie:

- globalizacji produkcji – w sferze makroekonomii
- procesów unifikacji – w sferze społeczno-politycznej.

Wynikają stąd nowe zadania i problemy jakie stają przed doradcą zawodowym, przy całkowitym zachowaniu jego nadrzędnej roli jaką jest niewątpliwie troska o osobiste spełnienie i szczęście ludzi korzystających z jego porad. Ludzie ci zorientowani są na pozyskanie nowej pracy, w zależności od sytuacji w jakiej się znajdują np. bezrobocia lub zagrożenia utraty pracy, chęci podniesienia jakości życia czy też znalezienia pierwszej pracy.

Doradca ma za zadanie tak dobrać pracę czy też zawód, aby człowiek mógł w danej chwili zrealizować cel nadrzędny – realizacji siebie w pracy. Innymi słowy doradca powinien dokonać predykcji powodzenia zawodowego jednostki. Wiąże się to z koniecznością wskazania przez doradcę grupy zawodów i oszacowania wspólnie z daną osobą subiektywnego prawdopodobieństwa powodzenia w danym zawodzie.

Z filozoficznego punktu widzenia doradca pomaga danej osobie osiągnąć szczęście w sensie prometejskim tzn. podporządkowania życia dla wyższych celów, wśród których przykładowo oprócz Boga i rodziny poczesne miejsce zajmuje praca.

Zachodzi zatem pytanie jak doradca może wywiązać się z tego zadania, które stanowi in extenso istotę jego pracy zarówno w wymiarze narodowym jak i transnacionalnym. Pytanie to można zoperacjonalizować następująco: *jak dokonać predykcji doboru pracy aby zapewnić optymalną ścieżkę kariery zawodowej?*.

Odpowiedź na to pytanie jest dość złożona i wymagająca od doradcy stałego podnoszenia swoich kompetencji w zakresie zawodoznawstwa, psychometrii i metodologii badań zachowań organizacyjnych, wśród których dobór zawodowy, planowanie i analiza ścieżek karier oraz satysfakcja z pracy odgrywają istotną rolę. Zatem, powinien on zostać wyposażony nie tylko w niezbędne materiały i informacje o własnym krajowym i o europejskim rynku pracy, ale przede wszystkim powinien on zdobyć umiejętność stosowania metod i narzędzi wspomagających wnioskowanie (pozwalających na dokonywanie predykcji wyboru pracy w sensie optymalizacji ścieżki kariery), wśród których najistotniejszą rolę pełnią testy psychologiczne.

Istotną rolę odgrywa tutaj cel czy też skala poradnictwa zawodowego: narodowe versus transnacionalne. Różnice pomiędzy nimi zacierają się, z punktu widzenia metodologii badań, w zależności od stosowanych metod i narzędzi badawczych.

Metody tego rodzaju powinny spełniać założenia dotyczące kompatybilności interkulturowej. W szczególności można rozważać jednolite metody, opracowane w procesie kulturowej adaptacji dla potrzeb danego kraju czy też regionu geograficznego.

Wynika stąd jasno, że metody wspomagające transnacionalne poradnictwo zawodowe mogą być jednolite i służyć w kontekście wymagań i potrzeb krajowego rynku pracy.

Działania podjęte przez byłe Centrum Metodyczne Informacji i Poradnictwa Zawodowego byłego Krajowego Urzędu Pracy we współpracy z Katedrą Psychologii Zarządzania i Ergonomii

Uniwersytetu Jagiellońskiego prowadziły do wyposażenia wszystkich urzędów regionalnych w Polsce (zatrudniających doradców-psychologów) w jednolite metody, wspomagające zarówno nacionalne jak i transnacionalne poradnictwo zawodowe. Metody te obejmują testy Hollanda:

- Zestaw do Samobadania
- Kwestionariusz Preferencji Zawodowych
- Baterię Testów Uzdolnień Ogólnych.

2. ZARYS TEORII HOLLANDA

Ponad czterdziestoletnie badania prowadzone przez Johna L. Hollanda doprowadziły do powstania jednej z najbardziej znanych, integrujących różne dziedziny wiedzy o zawodach, teorii (Holland, J.L., 1992, 1968b). Podejście to obejmuje badanie samych zawodów oraz ludzi je wykonujących. Dzięki temu można ją stosować w praktyce transnacionalnego poradnictwa zawodowego. Niewątpliwym sukcesem teorii Hollanda jest możliwość predykcji powodzenia zawodowego, a więc możliwość znalezienia zawodu, w którym człowiek może się zrealizować – osiągnąć sukces w szerokim sensie.

Holland dokonał metodologicznej integracji i wykorzystał przy konstruowaniu narzędzi pomiarowych (testów) cztery dyscypliny naukowe, z których każda wnosi istotny wkład do zawodoznawstwa oraz efektywnego planowania karier zawodowych.

Dziedziny te obejmują:

- psychologię osobowości
- psychometrię ze szczególnym uwzględnieniem teorii testów
- socjologię
- psychiatrię.

Istotną rolę w teorii Hollanda pełni pojęcie karier zawodowych. Pojęcie to, intuicyjnie jasne, jest rozumiane różnie przez różnych autorów. Współcześnie można zauważyć tendencje do rozpatrywania zagadnienia planowania kariery zawodowej w kontekście rozwoju jednostki, w trakcie całego życia. Kariera zawodowa to zarówno droga do zawodu jak i sposób realizacji siebie poprzez jego wykonywanie. Kształtuje się ona jako rezultat nieustannej interakcji osobowości i środowiska społecznego. Główną rolę pełni tutaj zestrojenie dominujących preferencji zawodowych człowieka z możliwościami oferowanymi przez środowisko, system edukacyjny oraz rynek pracy.

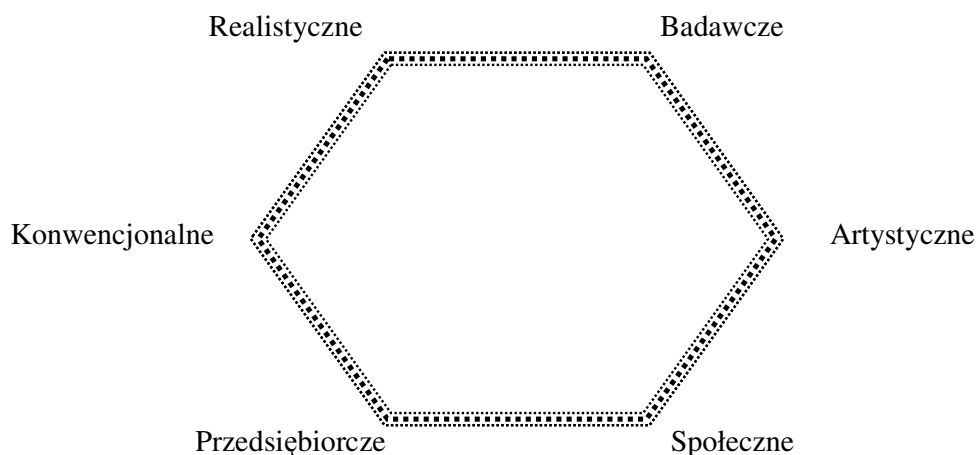
Wybór pierwszego zawodu jest, a na pewno powinien być, w pełni świadomym procesem zaczynającym się stosunkowo wcześniej, jeszcze w trakcie edukacji na poziomie elementarnym i średnim. Pierwszy zawód może być zawodem „na całe życie”. Tym niemniej obserwuje się coraz większe grupy ludzi zmieniających zawód wielokrotnie. W każdym wypadku wybór zawodu, z punktu widzenia poradnictwa transnacionalnego/narodowego jest (powinien być!) aktem uogólnionej ekspresji człowieka, wyrażającej osobowość badanego, jego zainteresowania, zdolności, motywację i wiedzę.

Niesłuchanie ważnym aspektem procesu wybrania przez daną osobę określonej ścieżki kariery zawodowej są stereotypy społeczne, których rola i znaczenie zależne są zarówno od danej kultury narodowej jak i subkultury środowiska społecznego, w którym funkcjonuje określony człowiek. Istnieją stereotypy społeczne warunkujące rozumienie oraz interpretowanie nazw zawodów. Stereotypy mają tak silny wpływ, że niejednokrotnie potrafią „przebić” wiedzę o zawodzie i jego roli społecznej oraz mogą zmienić wartość obiektywnej oceny statusu społecznego zawodu. Często mogą prowadzić do wręcz irracjonalnych postaw. Można zauważyć zjawisko rozprzestrzeniania się stereotypów, które odzwierciedla się w „modzie” na określone zawody czy też preferowanie pewnych ról społecznych. Doskonałą ilustracją mogą być tutaj ogromne ilości kandydatów na studia psychologiczne, ekonomiczne,

prawnicze itd. czy też ilości kandydatów w wyborach prezydenckich, sejmowych i innych samorządowych.

Z tych względów znajomość stereotypów wydaje się być ważnym składnikiem wiedzy dla doradców zajmujących się procesem poradnictwa transnacionalnego. Warto zauważyć, że stereotypy nie tylko zmieniają się w czasie, ale ulegają również ewolucji, a czasem wręcz gwałtownym zmianom pod wpływem takich czynników jak globalizacja czy też zmiany organizacyjne.

Proces interakcji między osobowością i środowiskiem społecznym prowadzi do wytworzenia się preferencji pewnych ról, czynności lub wartości oraz do odrzucania innych, spostrzeganych jako nieciekawe, nie akceptowalne czy też nieprzyjemne. Holland przyjmuje, że podstawowe preferencje zawodowe mają dość zwartą strukturę tworząc system heksagonalny (Rysunek 1).



Rysunek 1. Heksagonalny model Hollanda preferencji zawodowych oraz typologii zawodów.

Pary sąsiadujących ze sobą preferencji są skorelowane wysoko i pozytywnie, co należy brać pod uwagę w toku interpretacji rezultatów diagnozy.

Bezsprzecznym walorem teorii Hollanda jest typologia zawodów (Podręcznik oceny zawodu, 1998; Holland, J.L., Whitney, D.R., Cole, N.S., & Richards, J.M., Jr., 1969), której podstawę stanowi ten sam model heksagonalny (Rysunek 1). Każdy zawód zostaje sklasyfikowany według jednej, dwóch lub kombinacji trzech typów zawodowych odpowiadających preferencjom z modelu heksagonalnego.

W oparciu o model Hollanda można dokonać zestrojenia indywidualnych, dominujących preferencji człowieka z typem zawodu. Przy czym istotne jest, że zestrojenie to pozwala na maksymalizację subiektywnego prawdopodobieństwa predykcji powodzenia zawodowego. Holland opracował dwie metody wspomagające ten proces. Są to: Kwestionariusz Preferencji Zawodowych i Zestaw do Samobadania.

3. KWESTIONARIUSZ PREFERENCJI ZAWODOWYCH – KPZ

Kwestionariusz Preferencji Zawodowych powstał w wyniku kulturowej adaptacji Vocational Preference Inventory (Holland, J.L., 1985a), zrealizowanej przez Uniwersytet Jagielloński (koordynator: Cz. Noworol) na zlecenie byłego Ministerstwa Pracy i Polityki Socjalnej w ramach projektu „Promocja Zatrudnienia i Rozwoju Służb Zatrudnienia” (Program TOR#8 – „Usługi Zatrudnieniowe”), współfinansowanego ze środków pożyczki Banku Światowego.

Metoda obejmuje:

- Podręcznik dla doradców zawodowych (*Nosal C.S., Piskorz Z., Świątnicki K., 1998*)
 - Profil osoby badanej
 - Klucz
- Zeszyt testowy (*Nosal C.S., Piskorz Z., Świątnicki K., 1998*)
 - Skanerowy arkusz odpowiedzi

Kwestionariusz Preferencji Zawodowych jest metodą badania preferencji zawodowych jako aspektu osobowości człowieka. Holland (1985a) skonstruował go pierwotnie jako test diagnozy osobowości. Dopiero późniejsze badania wykazały jego przydatność do planowania i typologii karier zawodowych. Profil uzyskany w wyniku badania osoby wspomaga proces podejmowania decyzji o wyborze kierunku kształcenia lub zawodu.

Kwestionariusz składa się z nazw 160 zawodów, spośród których osoba badana wybiera te, które preferuje (choć niekoniecznie pracowałaby w danym zawodzie) oraz te których nie lubi i zdecydowanie nie wybrałaby jako zawód dla siebie. Kwestionariusz zawiera jednaście skal diagnozujących:

- 6 rodzajów preferencji zawodowych

Preferencje zawodowe	Kod
Realistyczne	R
Badawcze	B
Artystyczne	A
Społeczne	S
Przedsiębiorcze	P
Konwencjonalne	K

- 5 wymiarów osobowości

Wymiary osobowości	Kod
Samokontroli	Sk
Męskości – kobiecości	Mk
Statusu	St
Nietypowości	N
Ugodowości	U

Rodzaj skal pomiarowych Kwestionariusza Preferencji Zawodowych wyznacza szerokie możliwości stosowania tej metody w poradnictwie transnacionalnym. Tym niemniej, z uwagi na fakt, że jest to de facto kwestionariusz osobowości zaleca się go do stosowania głównie przez doradców z wykształceniem psychologicznym.

KPZ może być stosowany jako:

- metoda wspomagająca wybór zawodu
- metoda planowania karier zawodowych
- metoda określania typów i analizy karier zawodowych
- kwestionariusz zainteresowań
- krótki kwestionariusz osobowości dla licealistów, studentów i dorosłych pracowników
- metoda pomocnicza wchodząca w skład baterii metod badania osobowości.

4. ZESTAW DO SAMOBADANIA - ZdS

Zestaw do Samobadania powstał w wyniku kulturowej adaptacji *The Self-Directed Search* (Holland, J.L., 1985b), zrealizowanej przez Uniwersytet Jagielloński (koordynator: Cz. Noworol) na zlecenie byłego Ministerstwa Pracy i Polityki Socjalnej w ramach projektu „Promocja Zatrudnienia i Rozwoju Służb Zatrudnienia” (Program TOR#8 – „Usługi Zatrudnieniowe”), współfinansowanego ze środków pożyczki Banku Światowego.

ZdS obejmuje:

- Podręcznik dla doradców zawodowych (Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., 1998)
- Ty i Twój zawód (Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., Żarczyński Z., 1998)
- Przewodnik po zawodach (Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., 1998)
- Zeszyt oceny. Przewodnik do planowania wykształcenia i kariery zawodowej (Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., 1998)
 - Skanerowy arkusz odpowiedzi.

Zestaw do Samobadania opracowany został do samodzielnego stosowania przez użytkownika. Celem tej metody jest pomoc w lepszym poznaniu samego siebie, przy wyborze zawodu czy też planowaniu ścieżki kariery zawodowej. Tym niemniej pełnowartościowe użycie ZdS często wymaga pomocy doświadczonego doradcy zawodowego. Można wymienić kilka najczęściej spotykanych sytuacji kiedy osoba badana:

- ma zbyt małą wiedzę o zawodach
- jest pod silnym wpływem stereotypowych opinii swojego środowiska
- podejmowanie decyzji sprawia jej duże trudności
- ma mało lub w ogóle nie skryształizowane zainteresowania zawodowe.

ZdS, oprócz standardowego przeznaczenia (metody do samobadania) posiada również walor ogólności: może być stosowany z powodzeniem w indywidualnych i grupowych formach poradnictwa zawodowego. Badania grupowe powinny być prowadzone pod kontrolą doradcy zawodowego, aby uniknąć porozumiewania się badanych, rozprzestrzeniania stereotypów, błędnych informacji co do trafności czy też mocy dyskryminacyjnej testu itp.

W przypadkach nietypowych, kiedy pomoc doradcy staje się absolutnie niezbędna zaleca się zwrócenie do doradcy o wykształceniu psychologicznym.

Warto również zwrócić uwagę, że Podręcznik oceny zawodu (1998), który został przygotowany wspólnie przez Zespół Systemu Urzędów Pracy, Zespół ekspertów amerykańskich z Departamentu Pracy w Waszyngtonie i Zespół Uniwersytetu Jagiellońskiego, zawiera o wiele więcej zawodów sklasyfikowanych wg typologii Hollanda niż Przewodnik po zawodach. Z tego względu zaleca się go do stosowania w praktyce.

5. BATERIA TESTÓW UZDOLNIEŃ OGÓLNYCH – BTUO

Bateria Testów Uzdolnień Ogólnych powstała w wyniku kulturowej adaptacji *General Aptitude Test Battery* (1979), zrealizowanej przez Uniwersytet Jagielloński (koordynator: Cz. Noworol) na zlecenie byłego Ministerstwa Pracy i Polityki Socjalnej w ramach projektu „Promocja Zatrudnienia i Rozwoju Służb Zatrudnienia” (Program TOR#8 – „Usługi Zatrudnieniowe”), współfinansowanego ze środków pożyczki Banku Światowego.

BTUO obejmuje:

- Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. I: Charakterystyka Baterii Testów Uzdolnień Ogólnych. (Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998)
- Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. II: Procedury stosowania Baterii Testów Uzdolnień Ogólnych. (Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998)
- Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. III: Tabele norm. (Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998)

- Zeszyt testowy: Zeszyt 1. (*Beauvaley A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998*)
 - Skanerowe arkusze odpowiedzi
- Zeszyt testowy: Zeszyt 2. (*Beauvaley A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998*)
 - Skanerowe arkusze odpowiedzi
- Arkusz testowy nr.8. (*Beauvaley A., Noworol Cz., Łącała Z., 1998*)
- Testy aparaturowe

General Aptitude Test Battery jest jedną z najsłynniejszych i najlepiej opracowanych dla celów poradnictwa zawodowego amerykańskich metod. Powstała ona w wyniku prac prowadzonych w ramach programu zapoczątkowanego w 1935 roku przez the U.S. Employment Service (USES).

Prace w ramach tego programu prowadzone są ciągle do dnia dzisiejszego i przyniosły wiele testów i metod oceny - narzędzi wspomagania procesu poradnictwa zawodowego, wyboru zawodu, a także metod oceny i selekcji pracowników. Pierwsza wersja baterii testów GATB pojawiła się już w 1947 roku. Wersja poddana adaptacji kulturowej pochodzi z 1989 roku wraz z późniejszymi, bieżącymi modyfikacjami z lat dziewięćdziesiątych.

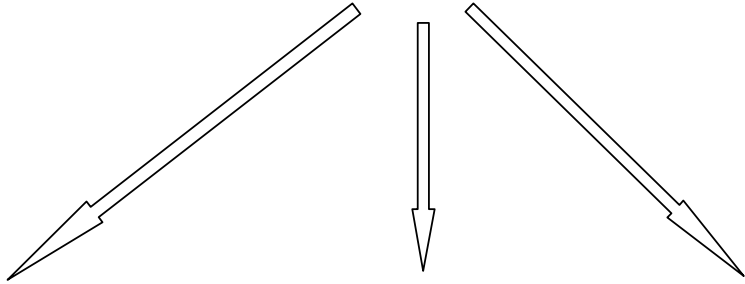
BTUO jest baterią obejmującą 12 testów:

- 8 testów typu papier-ołówek
 1. Porównywanie nazw
 2. Obliczanie
 3. Przestrzeń trój-wymiarowa
 4. Słownik
 5. Dobieranie narzędzi
 6. Rozumowanie arytmetyczne
 7. Dobieranie kształtów
 8. Stawianie znaków
- 4 testy aparaturowe
 9. Umieszczanie
 10. Odwracanie
 11. Montowanie
 12. Demontowanie

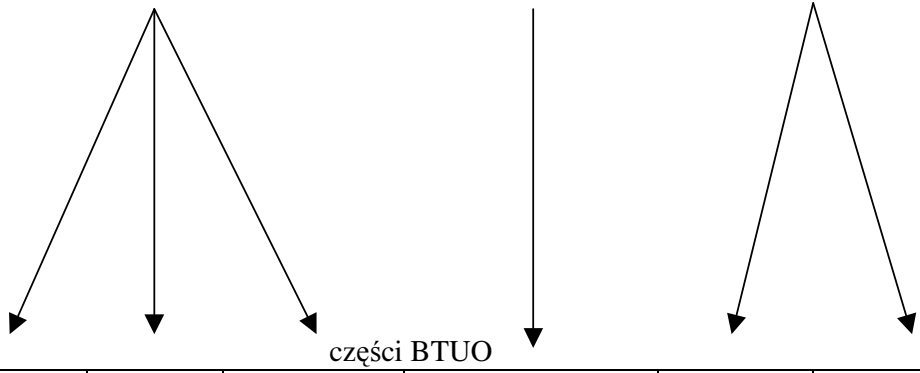
Testy BTUO mierzą 9 uzdolnień i są pomocne dla doradcy zawodowego do wykrycia dominujących uzdolnień u badanego. Mogą one stanowić bezpośrednią przekładnię na decyzje dotyczące wyboru zawodu czy też planowania ścieżki kariery edukacyjnej lub zawodowej.

Skale uzdolnień tworzą z kolei czynniki drugiego stopnia. Są to skale kompozycji uzdolnień. Skale te są najbardziej optymalnymi predyktorami powodzenia zawodowego zgodnie z wynikami metaanalizy generalizacji trafności.

KOMPOZYCJA UZDOLNIENŃ POZNAWCZYCH – OWN

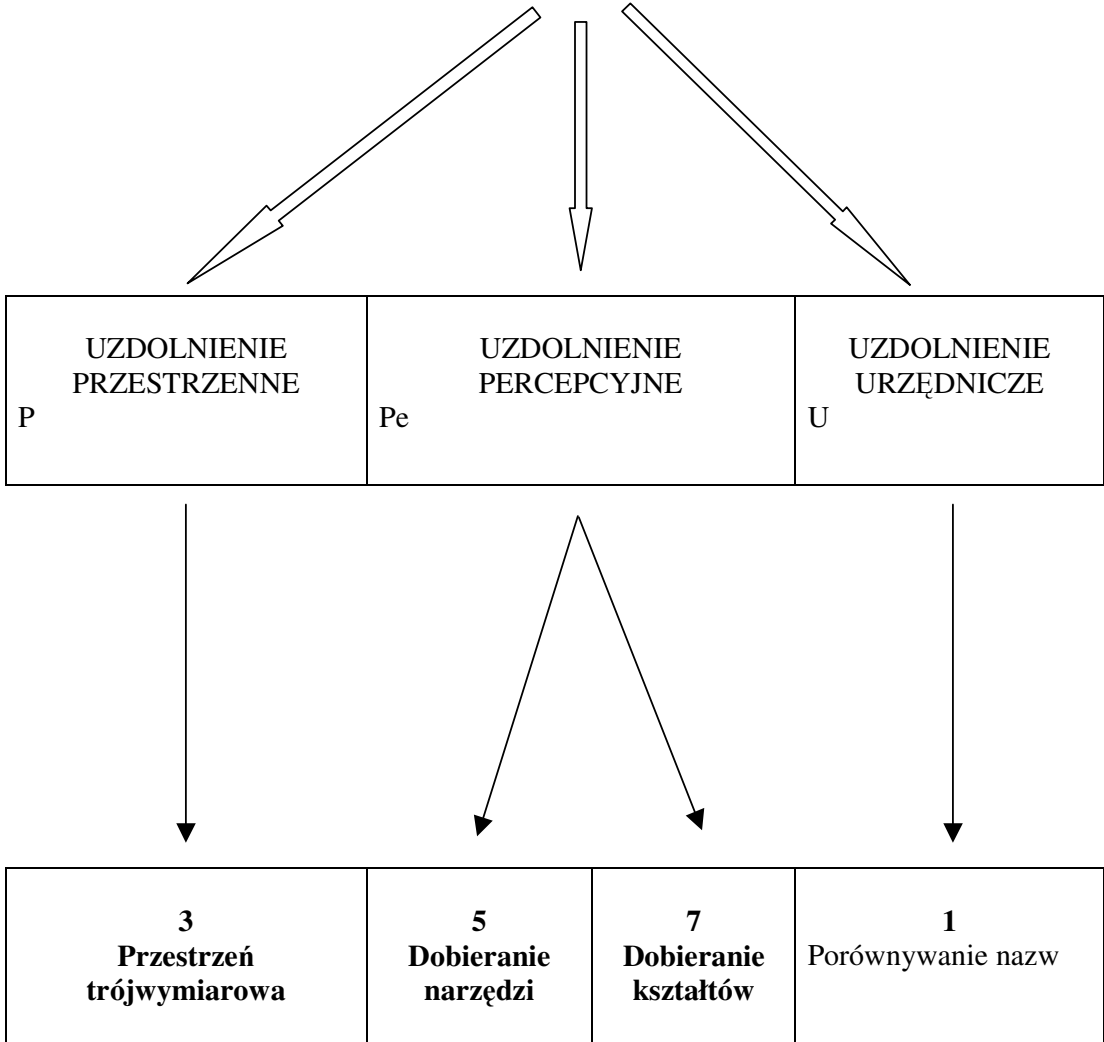


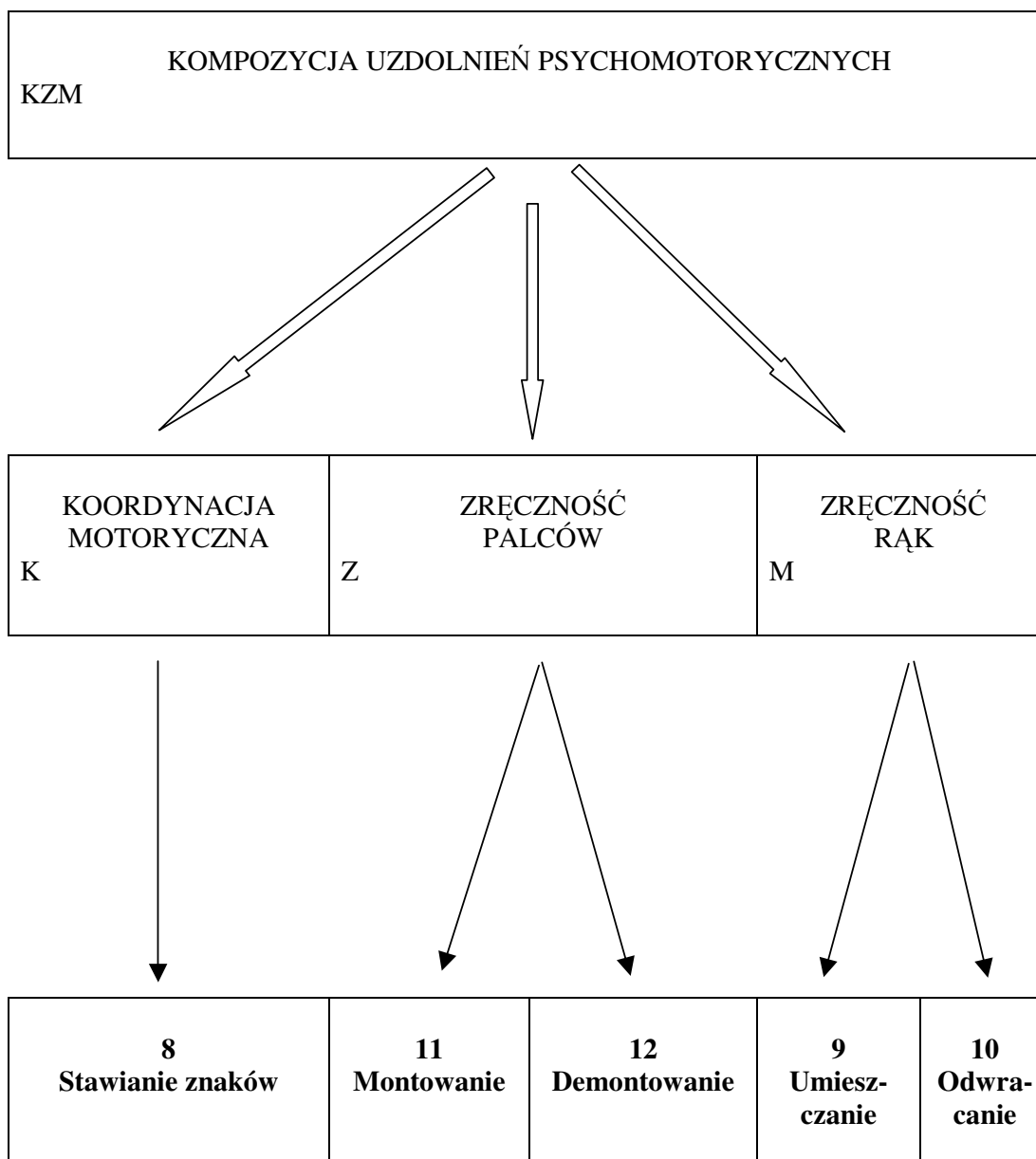
O INTELIGENCJA OGÓLNA	W UZDOLNIENIE WERBALNE	N UZDOLNIENIE RACHUNKOWE
--------------------------	---------------------------	-----------------------------



3 Przestrzeń trój-wymiarowa	4 Słownik	6 Rozumowa-nie arytm.	4 Słownik	2 Obliczanie	6 Rozumowa-nie arytm.
---------------------------------------	---------------------	---------------------------------	---------------------	------------------------	---------------------------------

KOMPOZYCJA UZDOLNIEŃ PERCEPCYJNYCH – PPeU





Badanie jednej osoby za pomocą BTUO trwa, przy doświadczonym doradcy ok. 2 ¼ godziny. BTUO można stosować zarówno w badaniach indywidualnych jak i grupowych. Jedna osoba prowadząca badanie nie powinna mieć grupy większej niż 5 osób. Doradca zawodowy może stosować BTUO i interpretować wyniki w sposób standardowy. Prowadzi obliczenia wyników na specjalnych kartach. Korzysta z tabel konwersji wyników. Otrzymuje centyle skal kompozycji uzdolnień dla rodzin zawodów. Dobiera propozycje zawodów w obrębie poszczególnych rodzin. Dodatkową analizę otrzymanych wyników może przeprowadzić doradca z wykształceniem psychologicznym. Doradca zawodowy może interpretować wyniki w sposób niestandardowy. Wykonuje wszystkie kroki analizy standardowej. Dodatkowo rysuje profile dla skal uzdolnień i dla kompozycji uzdolnień. Interpretuje otrzymane profile zgodnie z zasadami interpretacji profili testów psychologicznych:

- Stosuje wiedzę o skalach uzdolnień
- Stosuje wiedzę o zawodach
- Stosuje elementy teorii Hollanda
- Wykorzystuje doświadczenie zawodowe doradcy

6. PODSUMOWANIE

Wykorzystanie metodologii, technik i narzędzi pomiarowych w doradztwie transnacionalnym jest wyznaczone, jak zostało wspomniane we wstępie, poprzez warunek ich kompatybilności. Warunek ten zapewnia używanie jednolitych metod, równoważnych kulturowo

- otrzymanych w wyniku kulturowej adaptacji znanych i sprawdzonych metod i narzędzi pomiarowych
 - przykładowo: KPZ, ZdS, BTUO
- dzięki metaanalizie generalizacji trafności
- w oparciu o metody statystyki matematycznej przy uwzględnieniu różnic kulturowych.

Doradca w procesie poradnictwa zawodowego transnacionalnego będzie asystował danej osobie, żeby pomóc jej w ocenie własnych zainteresowań zawodowych, umiejętności i całego potencjału indywidualnego jednostki w kontekście wymagań i możliwości Europejskiego i lokalnego rynku pracy. Doradca pomaga nie tylko w wyborze zawodu, ale również w opracowaniu planu jego osiągnięcia – wytyczeniu ścieżki kariery zawodowej. Asystuje on również przy zmianach planów, zawodów jak również przy analizowaniu niepowodzeń i szukaniu nowych optymalnych ścieżek karier.

Chcąc wypełnić to trudne zadanie doradca musi korzystać z wielu różnych źródeł informacji, wśród których najwięcej wiarygodnych informacji o człowieku, jego cechach indywidualnych, zainteresowaniach, uzdolnieniach i kompetencjach dostarczają metody i narzędzia pomiarowe spełniające warunek interkulturowej kompatybilności.

LITERATURA

- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. I: Charakterystyka Baterii Testów Uzdolnień Ogólnych. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. II: Procedury stosowania Baterii Testów Uzdolnień Ogólnych. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Podręcznik dla doradców zawodowych CZ. III: Tabele norm. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Zeszyt testowy: Zeszyt 1. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Zeszyt testowy: Zeszyt 2. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Beauvale A., Noworol Cz., Łącała Z., (1998). Arkusz testowy nr.8. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- *General Aptitude Test Battery, Manual for USES*, (1979). Washington: United States Department of Labor, Manpower Administration.
- Holland, J.L. (1968a). A personality inventory employing occupational titles. *Journal of Applied Psychology*, 42, 336-342.
- Holland, J.L. (1968b). Explorations of a theory of vocational choice: VI. A longitudinal study using a sample of typical college students. *Journal of Applied Psychology*, 52, 1-37.

- Holland, J. L. (1985a). *Professional manual for Vocational Preference Inventory*, Odessa Fl: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L. (1985b). *Professional manual for the Self-Directed Search*, Odessa Fl: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L. (1992). *Making Vocational Choices*, Odessa Fl: Psychological Assessment Resources Inc.
- Holland, J.L., Whitney, D.R., Cole, N.S., & Richards, J.M., Jr. (1969). *An empirical occupational classification derived from a theory of personality and intended for practice and research*. (ACT Research Report No. 29). Iowa City: The American College Testing Program.
- Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., (1998). *Zestaw do Samobadania. ZdS. Podręcznik dla doradców zawodowych*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., (1998). *Zestaw do Samobadania. ZdS. Przewodnik po zawodach*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., (1998). *Zestaw do Samobadania. ZdS. Ty i Twój zawód*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Łącała Z., Noworol Cz., Beauvale A., (1998). *Zestaw do Samobadania. ZdS. Zeszyt oceny. Przewodnik do planowania wykształcenia i kariery zawodowej*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Nosal C.S., Piskorz Z., Świątnicki K., (1998). *Kwestionariusz Preferencji Zawodowych. KPZ. Podręcznik dla doradców zawodowych*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- Nosal C.S., Piskorz Z., Świątnicki K., (1998). *Kwestionariusz Preferencji Zawodowych. KPZ. Zeszyt testowy*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Socjalnej. Krajowy Urząd Pracy.
- *Podręcznik oceny zawodu*. (1998). Zeszyty informacyjno-metodyczne doradcy zawodowego, nr. 8. Warszawa: Centrum Metodyczne Informacji i Poradnictwa Zawodowego. Krajowy Urząd Pracy.