

The background of the slide is a light gray gradient. It is decorated with several realistic water droplets of various sizes and shapes, scattered across the top and bottom edges. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

BUDOWANIE ROZWIĄZAŃ

KS. DR ARTUR ALEKSIEJUK

TYTUŁEM WSTĘPU...

- BUDOWANIE ROZWIĄZAŃ TO COŚ WIĘCEJ NIŻ SAMO ZADAWANIE PYTAŃ
- FUNDAMENTALNE ZNACZENIE MA RELACJA POMIĘDZY DORADCĄ A KLIENTEM

- BUDOWANIE ROZWIĄZAŃ W WYWIADACH OPIERA SIĘ - W DUŻEJ MIERZE - NA DWÓCH CZYNNOŚCIACH:
 1. OPRACOWYWANIU DOBRZE SFORMUŁOWANYCH CELÓW W RAMACH UKŁADU ODNIESIENIA KLIENTA
 2. OPRACOWYWANIU ROZWIĄZAŃ NA PODSTAWIE WYJĄTKÓW

**DO BUDOWANIA ROZWIĄZAŃ PRZECHODZI SIĘ PO UMOŻLIWIENIU KLIENTOM OPISANIA
TEGO, CO W SWOIM ŻYCIU CHCIELIBY ZMIENIĆ**

ETAPY BUDOWANIA ROZWIĄZAŃ

I ETAP - OPISYWANIE PROBLEMU

- TEN KROK PRZYPOMINA PIERWSZY KROK ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW O TYLE, ŻE KLIENTOM DAJE SIĘ MOŻLIWOŚĆ OPISANIA SWOICH PROBLEMÓW. PYTAMY: „JAK MOŻEMY BYĆ DLA PAŃSTWA PRZYDATNI?”.
- KLIENCI ZWYKLE REAGUJĄ OPISEM PROBLEMU, A MY PYTAMY O PEWNE SZCZEGÓŁY. JEDNAK W PRZYPADKU BUDOWANIA ROZWIĄZAŃ POŚWIĘCAMY TEMU DUŻO MNIEJ CZASU I WYSIŁKU NIŻ W PRZYPADKU METODY ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW.
- PYTAMY O MNIEJSZĄ LICZBĘ SZCZEGÓŁÓW DOTYCZĄCYCH NATURY I NASILENIA PROBLEMÓW KLIENTA.
- NIE PYTAMY O EWENTUALNE PRZYCZYNY PROBLEMÓW. ZA TO Z SZACUNKIEM SŁUCHAMY, KIEDY KLIENT MÓWI O PROBLEMACH I MYŚLIMY NAD SPOSOBEM SKIEROWANIA ROZMOWY KU NASTĘPNEMU KROKOWI, KTÓRY INICJUJE DYSKUSJĘ O ROZWIĄZANIACH.

ETAP II - OPRACOWYWANIE DOBRZE SFORMUŁOWANYCH CELÓW

- W TEJ FAZIE PRACUJEMY Z KLIENTEM UZYSKUJĄC OPIS TEGO, CO ULEGNIE ZMIANIE W JEGO ŻYCIU, KIEDY JEGO PROBLEMY SIĘ ROZWIĄŻĄ.
- ROBIMY TO W MOMENCIE, W DORADCA POSŁUGUJĄCY SIĘ METODĄ ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW PRZEPROWADZAŁBY OCENĘ.

ETAP III – POSZUKIWANIE WYJĄTKÓW

- W TEJ FAZIE PYTAMY O TE OKRESY W ŻYCIU KLIENTÓW, KIEDY ICH PROBLEMY NIE MAJĄ MIEJSCA ALBO SĄ MNIEJ NASILONE.
- PYTAMY RÓWNIEŻ O TO, KTO I CO ZROBIŁ, ABY TE WYJĄTKI MIAŁY MIEJSCE.
- TEN KROK ZASTĘPUJE PLANOWANIE INTERWENCJI W PRZYPADKU METODY ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW.

ETAP IV – INFORMACJA ZWROTNA NA KONIEC SESJI

- POD KONIEC KAŻDEJ ROZMOWY W RAMACH BUDOWANIA ROZWIĄZAŃ KONSTRUJEMY DLA KLIENTA WIADOMOŚCI, KTÓRE ZAWIERAJĄ KOMPLEMENTY (INFORMACJE O ICH ZASOBACH) I ZAZWYCZAJ PEWNE SUGESTIE.
- KOMPLEMENTY PODKREŚLAJĄ TO, CO KLIENT JUŻ ROBI I CO POMAGA MU W ROZWIĄZYWANIU PROBLEMÓW.
- SUGESTIE WSKAZUJĄ, CO KLIENT MÓGŁBY OBSERWOWAĆ ALBO ROBIĆ, ABY KONTYNUOWAĆ ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW.
- NASZA INFORMACJA ZWROTNA OPIERA SIĘ NA TYM, CO KLIENT UJAWNIŁ NAM PODCZAS ROZMÓW NA TEMAT DOBRZE SFORMUŁOWANYCH CELÓW I WYJĄTKÓW.
- KONCENTRUJE SIĘ ONA ZAWSZE NA TYM, CO KLIENT - W RAMACH SWOJEGO UKŁADU ODNIESIENIA - POWINNI ROBIĆ CZĘŚCIEJ, A CO INACZEJ, ABY ZWIĘKSZYĆ SWOJE SZANSE POWODZENIA W OSIĄGANIU CELÓW.
- DALEJ, TWORZYMY I DAJEMY INFORMACJĘ ZWROTNĄ NA ETAPIE, W KTÓRYM TERAPEUCI STOSUJĄCY METODĘ ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW PRZEPROWADZALIBY INTERWENCJĘ NA PODSTAWIE WCZEŚNIEJSZYCH OCEN.

• ETAP V - OCENA POSTĘPÓW KLIENTA

- BUDUJĄC ROZWIĄZANIA, REGULARNIE OCENIAMY WRAZ Z KLIENTEM, JAK UDAJE SIĘ MU OSIĄGNAĆ ZADOWALAJĄCE ROZWIĄZANIA.
- TRADYCYJNIE ROBI SIĘ TO POPRZEZ SKALOWANIE – POPROSZENIE GO, ABY OCENIŁ SWOJE POSTĘPY W SKALI OD 0 DO 10. PO ZAKOŃCZENIU SKALOWANIA POSTĘPÓW PRACUJEMY Z KLIENTEM, ANALIZUJĄC, CO JESZCZE TRZEBA ZROBIĆ, ABY POCZULI, ŻE ICH PROBLEMY ZOSTAŁY WŁAŚCIWIE ROZWIĄZANE I ŻE SĄ GOTOWI DO ZAKOŃCZENIA PROCESU DORADZTWA.
- TEN ETAP, PODOBNIENIE JAK W METODZIE ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW, ZAWIERA KROK ZAANGAŻOWANIA NA POCZĄTKU ORAZ KROK ZAKOŃCZENIA NA KOŃCU. W TYCH DWÓCH FAZACH KWESTIE BUDOWANIA RELACJI WSPÓŁPRACY I ANALIZOWANIA SĄ BARDZO WAŻNE.

KLIENT JAKO EKSPERT

- KLIENCI SĄ EKSPERTAMI OD SWOJEGO WŁASNEGO ŻYCIA.
- DORADCA NIE JEST EKSPERTEM OD NAUKOWEGO OCENIANIA PROBLEMÓW KLIENTA, A NASTĘPNIE OD INTERWENIOWANIA
- STARAMY SIĘ ZA TO ANALIZOWAĆ JEGO UKŁADY ODNIESIENIA ORAZ ROZPOZNAWAĆ TE SPOSTRZEŻENIA, KTÓRE KLIENCI MOGĄ WYKORZYSTAĆ, TWORZĄC BARDZIEJ UDANE ŻYCIE.
- DORADCA, PROWADZĄC PROCES BUDOWANIA ROZWIĄZAŃ, OPIERA SIĘ NA ICH UKŁADACH ODNIESIENIA W TRZECH ASPEKTACH:
 1. DORADCA ZAPYTUJE, JAKIE ZMIANY W SWOIM ŻYCIU CHCIELIBY ZOBACZYĆ; ONI TRADYCYJNIE ODPOWIADAJĄ OPISEM SWOICH PROBLEMÓW. DORADCA PRZYJMUJE ICH OKREŚLENIE PROBLEMÓW ORAZ SŁOWA (KATEGORIE), KTÓRYCH UŻYWAJĄ DO ICH OPISU.

2. DORADCA PROWADZI Z KLIENTEM WYWIAD DOTYCZĄCY TEGO, CO ULEGNIE ZMIANIE W JEGO ŻYCIU, KIEDY PROBLEMY SIĘ ROZWIĄŻĄ. WSŁUCHUJE SIĘ DOKŁADNIE I STARA SIĘ USZANOWAĆ KIERUNKI, W KTÓRYCH KLIENT CHCE KSZTAŁTOWAĆ SWOJE ŻYCIE (CELE) I SŁOWA, KTÓRYCH UŻYWA DO OPISYWANIA TYCH KIERUNKÓW.
3. DORADCA PYTA KLIENTA O JEGO SPOSTRZEŻENIA DOTYCZĄCE WYJĄTKÓW OD PROBLEMÓW. SZANUJE TE SPOSTRZEŻENIA JAKO DOWÓD NA ISTNIENIE WEWNĘTRZNYCH ZASOBÓW (MOCNYCH STRON) KLIENTA I JAKO ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT PRZYDATNYCH ZASOBÓW ZEWNĘTRZNYCH, KTÓRE WYSTĘPUJĄ W KONTEKŚCIE JEGO DOŚWIADCZEŃ ŻYCIOWYCH

SFORMUŁOWANIE CELÓW

1. CELE MUSZĄ BYĆ WAŻNE DLA KLIENTA.

- TO, CZY CELE WYBRANE PRZEZ KLIENTA SĄ CELAMI, KTÓRE BYŁYBY NAJWAŻNIEJSZE DLA DORADCÓW, JEST NIEISTOTNE.
- JEŚLI NIE POSTARAMY SIĘ PRACOWAĆ Z KLIENTEM, ABY ZIDENTYFIKOWAĆ TO, CZEGO MOŻE CHCIEĆ, NASZE WYSIŁKI MAJĄCE NA CELU UDZIELENIE MU POMOCY MOGĄ BYĆ Z GÓRY SKAZANE NA PORAŻKĘ.
- GDY DORADCA TO ZAUWAŻA KLIENT CZUJE, ŻE JEST SZANOWANY I JEST BARDZIEJ PRAWDOPODOBNE, ŻE NABIERZE SZACUNKU DLA SAMEGO SIEBIE ORAZ MOTYWACJI DO PRACY NAD ZMIANĄ SWOJEGO ŻYCIA.

2. OBECNOŚĆ PERSPEKTYWY INTERAKCJI

- CO ZMIENI SIĘ W ŻYCIU KLIENTA, KIEDY PROBLEM SIĘ ROZWIĄŻE (ZOB. PYTANIE O CUD), JAKĄ ZMIANĘ ZAUWAŻĄ INNE OSOBY, JAKA BĘDZIE ICH REAKCJA?

3. UWZGLĘDNIENIE KONKRETNEGO ASPEKTU SYTUACYJNEGO

- KIEDY KLIENT JEST ZNIECHĘCONY I WYCZERPANY CAŁYMI DNIAМИ, TYGODNIAMI, MIESIĄCAMI. CZY NAWET LATAMI WALKI ZE SWOIMI PROBLEMAMI, NIERZADKO OPISUJE JE TAK, JAKBY MIAŁY ONE MIEJSCE CAŁY CZAS I WSZĘDZIE.
- DLATEGO NALEŻY ZAWĘZIĆ ZAKRES TEGO, CO MOŻE CHCIAŁBY ZMIENIĆ. SPRAWIA TO, ŻE OPRACOWYWANIE CELÓW WYDAJE SIĘ BARDZIEJ MOŻLIWE.

4. CELE POWINNY ODNOSIĆ SIĘ DO ZACHOWAŃ POŻĄDANYCH ZAMIAST NIEOBECNOŚCI PROBLEMÓW

- KLIENCI ZWYKLE ZACZYNAJĄ OPISYWAĆ TO, CZEGO CHCĄ, POPRZECZ OPISYWANIE TEGO, CZEGO NIE CHCĄ.
- TEGO TYPU OPIS CELU JEST RZADKO POŻYTECZNY DLA KLIENTA, GDYŻ DAJE OBRAZ NEGATYWNY, PODSYCA ZNIECHĘCENIE, BRAK ENERGII I POCZUCIE TKWIENIA W MIEJSCU LUB W PUŁAPCE.
- POZA TYM KONCENTRUJE SIĘ ONA NA TYM, JAK MAŁO ENERGII MOGŁO POZOSTAĆ KLIENTOWI W ZWIĄZKU Z TYM, ŻE USIŁUJE ODPYCHAĆ OD SIEBIE TĘ NEGATYWNĄ RZECZ.
- ZAZWYCZAJ LUDZIOM JEST DUŻO ŁATWIEJ ZROBIĆ COŚ, CO POSTRZEGAJĄ JAKO POZYTYWNE.
- DOBRZE SFORMUŁOWANE CELE OPISUJE SIĘ JAKO OBECNOŚĆ CZEGOŚ POZYTYWNEGO, A NIE JAKO NIEOBECNOŚĆ CZEGOŚ POSTRZEGANEGO JAKO PROBLEM.

5. CELE JAKO KROK POCZĄTKOWY A NIE CEL OSTATECZNY

- ZGŁOSZENIE SIĘ DO DORADCY TO, OGÓLNIIE RZECZ BIORĄC, OSTATECZNOŚĆ, A NIE PIERWSZA OPCJA, PO KTÓRĄ SIĘGAJĄ KLIENCI, ROZWIĄZUJĄC SWOJE PROBLEMY. MOŻLIWE, ŻE JUŻ PRÓBOWALI KILKU ŚRODKÓW ZARADCZYCH, KTÓRE NIE DAŁY ZADOWALAJĄCEGO EFEKTU I DLATEGO PRZYCHODZĄ.
- KLIENCI CZĘSTO CHCĄ NATYCHMIASTOWEJ POMOCY. DLATEGO BĘDĄ NACISKAĆ NA ZNALEZIENIE ROZWIĄZANIA ZA NICH. DORADCY JEDNAK NIE WOLNO OBIECYWAĆ KLIENTOM CZEGOŚ, CZEGO NIE MOGĄ DOTRZYMAĆ.
- ZAZWYCZAJ ROZWIĄZANIA TO OSTATECZNE REZULTATY OSIĄGANE DOPIERO PO TYM, JAK KLIENT PODEJMIE PEWNE POCZĄTKOWE I POŚREDNIE KROKI, ABY DOKONAĆ W SWOIM ŻYCIU ZMIAN.

- ROLĄ DORADCY JEST UDZIELIĆ POMOCY PRZY POSZUKIWANIU NOWYCH SPOSOBÓW, ABY ROZPOCZAĆ BUDOWANIE BARDZIEJ UDANYCH ROZWIĄZAŃ.
- DLATEGO DORADCA SPODZIEWAĆ SIĘ TEGO, ŻE NA PYTANIE SKIEROWANE DO KLIENTA, SKĄD BĘDZIE WIEDZIAŁ, ŻE JEGO PROBLEMY SIĘ ROZWIĄZAŁY, POWINIEN SPODZIEWAĆ SIĘ, ŻE ON OPISZE LINIĘ METY A NIE PIERWSZE OZNAKI JAKIEJSZ ZMIANY.
- STĄD KONIECZNE JEST, ABY STOSOWAĆ TECHNIKĘ UREALNIENIA I NORMALIZACJI ORAZ STAŁE PAMIĘTAĆ O ZASADZIE „TU I TERAZ”.

6. ROZPOZNANIE WŁASNEJ ROLI PRZEZ KLIENTA

- KIEDY KLIENT ZACZYNA PRACĘ Z DORADCĄ, CZĘSTO ODCZUWA ZNIECHĘCENIE PERSPEKTYWĄ ZMIANY NA LEPSZE, PONIEWAŻ UWAŻA, ŻE JEGO PROBLEMY SPOWODOWANE SĄ DZIAŁANAMI INNYCH OSÓB, A ON SAM NIE JEST W STANIE NIC Z NIMI ZROBIĆ.
- DLATEGO KIEDY DORADCA PYTA, CO SIĘ ZMIENI PO ROZWIĄZANIU JEGO PROBLEMU, KLIENT ODPOWIADA, ŻE ZMIENIĄ SIĘ PEWNI LUDZIE, KTÓRYCH ZNA.
- DOBRZE JEST PODAŹAĆ ZA TAKIMI SPOSTRZEŻENIAMI, ALE PROSIĆ GO O DALSZY OPIS TEGO, CO BĘDĄ ROBIĆ INACZEJ WAŻNE OSOBY W JEGO ŻYCIU.
- POMAGA TO ZAUWAŻYĆ RELACJE KLIENTA Z „INNymi WAŻNYMI” I STOPNIOWO PRZESUWAĆ JEGO UWAGĘ NA JEGO SAMEGO

7. CELE KONKRETNE, WYMIERNE, BEHAWIORALNE

- BUDOWANIE ROZWIĄZANIA W OPARCIU O WYMIERNY KONKRET SPRZYJA LEPSZEMU UTRZYMANIU KIERUNKU ZMIANY, RODZI ZADOWOLENIE
- KIEDY KLIENT WYCZUWA, ŻE ROBI POSTĘPY, WÓWCZAS JEGO SUKCES NAPĘDZA DALSZE WYSIŁKI NA RZECZ TWORZENIA BARDZIEJ ZADOWALAJĄCEGO ŻYCIA.
- DLATEGO, ZAMIAST PRZYJMOWAĆ NIEJASNE I OGÓLNIKOWE OKREŚLENIA CELÓW, (NP. „LEPIEJ SIĘ POCZUJĘ, KIEDY PROBLEM SIĘ ROZWIĄŻE”, „BĘDĘ SZCZĘŚLIWSZA,„) DORADCA PRACUJE Z KLIENTEM NAD ARTYKUŁOWANIEM CELÓW W KATEGORIACH BEHAWIORALNYCH (NP. GDY MATKA STWIERDZA, ŻE CHCE, ŻEBY JEJ SYN BYŁ BARDZIEJ UCZCIWY, DALSZE PYTANIA POWINNY ZACHĘCAĆ JĄ DO TEGO, ABY ÓW CEL PRZYBRAŁ KSZTAŁT BARDZIEJ KONKRETNY, BEHAWIORALNY I WYMIERNY).

8. CELE REALISTYCZNE Z PERSPEKTYWY KLIENTA

- NA PYTANIE, JAKIE ZMIANY CHCIELIBY KLIENCI OSIĄGNAĆ NIEKTÓRZY ODPOWIADAJĄ W SPOSÓB NIEREALISTYCZNY (NP. „ZNIKNIĘ MOJA WADA SERCA”, „SYN BĘDZIE ZAWSZE MNIE SŁUCHAŁ”, „WYGRAM W TOTKA,,).
- KLIENT NIE BĘDZIE MÓGŁ NABRAĆ NADZIEI ANI NIE STWORZY DLA SIEBIE LEPSZEJ PRZYSZŁOŚCI, KONCENTRUJĄC SIĘ NA NIEREALNYCH CELACH.
- CELE REALNE SĄ OSIĄGALNE, GDY WEŹMIE SIĘ POD UWAGĘ ZDOLNOŚCI KLIENTA I KONTEKST, W KTÓRYM ŻYJE.
- BARDZO WAŻNE JEST PORUSZENIE TEMATU ZDOLNOŚCI KLIENTA, JEGO MOCNYCH STRON I SUKCESÓW Z PRZESZŁOŚCI.

- DOBRYM SPOSOBEM ZACHĘCENIA KLIENTA DO MYŚLENIA W KATEGORIACH REALISTYCZNYCH JEST PROŚBA, ABY ZASTANOWIŁ SIĘ NAD INTERAKCYJNYMI KONSEKWENCJAMI WSZELKICH POTENCJALNYCH ZMIAN Z JEGO STRONY.
- PRZYPUŚĆMY, ŻE OJCIEC MÓWI NAM, ŻE BARDZIEJ SPOKOJNIE ROZMAWIAĆ Z CÓRKĄ, ZAMIAST NA NIĄ KRZYCZEĆ, KIEDY TA COŚ ZROBI ŹLE. PYTAMY GO: „GDYBY UDAŁO SIĘ PANU TO ZROBIĆ, JAK ZMIENIŁOBY SIĘ JEJ ZACHOWANIE?”. ROBIĄC TO DYSKRETNIE, PYTAMY GO, CZY ZMIANA Z JEGO STRONY JEST EWENTUALNOŚCIĄ REALNĄ, BIORĄC POD UWAGĘ, ŻE ZNA SWOJĄ CÓRKĘ I JEJ SPOSÓB REAGOWANIA.

9. CELE POWINNY STANOWIĆ WYZWANIE DLA KLIENTA

- ZWYKLE NA POCZĄTKU, GDY KLIENCI TRAFIAJĄ DO DORADCY, ODCZUWAJĄ ZNIECHĘCENIE SOBĄ I SWOIM ŻYCIEM, MOGĄ CZUĆ SIĘ ROZCZAROWANI LUB ZAWSTYDZENI TYM, ŻE POTRZEBUJĄ POMOCY.
- WIELU KLIENTÓW WOLAŁOBY MIEĆ PROBLEMY, KTÓRE MOŻNA PRZYPISAĆ CHOROBI BIOLOGICZNEJ I POSTAWIĆ DIAGNOZĘ MEDYCZNĄ, NIŻ PROBLEMY OSOBISTE LUB RODZINNE.
- PROBLEMY OSOBISTE LUB RODZINNE OZNACZAJĄ, ŻE KLIENT I OSOBY MU BLISKIE MAJĄ WADY, ZA KTÓRE PONOSZĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ. ZWYKLE UZNAJE SIĘ, ŻE CHOROBY BIOLOGICZNE SĄ POZA NASZĄ KONTROLĄ I ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ.

- DORADCA SUGERUJĄC, ŻE ROZWIĄZANIE PROBLEMÓW KLIENTA BĘDZIE WYMAGAŁO CIĘŻKIEJ PRACY, UMACNIA KLIENTA W POCZUCIU GODNOŚCI I SZACUNKU DO SAMEGO SIEBIE.
- PO PIERWSZE, DORADCA UPEWNIĄ KLIENTA, ŻE JEGO ZWRÓCENIE SIĘ O POMOC **MA SENS I MA ON PRAWO, ZASŁUGUJE**, NA SPECJALISTYCZNĄ POMOC.
- PO DRUGIE, W PRZYPADKU, KIEDY KLIENT PRAWIE NIE ROBI LUB WCALE NIE ROBI POSTĘPÓW, NIE MUSI MIEĆ POCZUCIA KLĘSKI. W TAKIM WYPADKU DORADCA POWINIEN OKAZYWAĆ MU WSPARCIE, MOTYWOWAĆ GO, PRACOWAĆ NAD POCZUCIEM JEGO WŁASNEJ WARTOŚCI.
- POPRZEZ PRZYPOMINANIE KLIENTOWI O POTRZEBIE CIĘŻKIEJ PRACY DORADCA PODKREŚLA JEGO ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA ZMIANĘ