B7: JOHARI OKNO

Materiál pre poradcu

## CIEĽ A ZÁKLADNÉ CHARAKTERISTIKY

|  |
| --- |
| * Rozvoj povedomia uchádzačov o zamestnanie o rozdieloch medzi vlastným sebaobrazom a spôsobom, akým ho vnímajú druhí. Viesť uchádzačov o zamestnanie k uvedomeniu si dôležitosti spätnej väzby.   **Cieľová skupina**: absolventi, uchádzači o zamestnanie s potrebou lepšieho sebapoznania  **Dĺžka aktivity:**45 minút  **Forma:**individuálna aj skupinová – odporúčame skupinovú vzhľadom k trvaniu aktivity |

## TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

|  |  |
| --- | --- |
|  | Spätná väzba umožňuje „ vidieť seba samých tak, ako nás vidia iní “ a iní sa pomocou spätnej väzby dozvedajú, ako ich vidíme my. Vlastný obraz a obraz, ktorý si o nás robia iní, sa môžu značne rozchádzať. Pod vplyvom sociálneho prostredia, sociálnych vzťahov a interakcií, do ktorých jedinec vstupuje, dochádza k prieniku dvoch pohľadov: ako vidíme sami seba a ako nás vidia iní. Existujú potom 4 možnosti vzájomného prieniku týchto informácií, ktoré sú ilustrované na schéme „ Johari schéma“:  **Verejná oblasť - ARÉNA**  Zahŕňa všetko to**, čo o sebe viem ja a vedia** **to aj iní**. Zahŕňa informácie o našich vlastnostiach, názoroch, postojoch a správaní, ktoré poznáme (vieme o nich) a verejne ich prezentujeme, teda vedia o nich aj iní ľudia. Čím je toto okno väčšie, tým sú ostatné menšie. Veľkosť verejnej oblasti je závislá od toho, či sme sebavedomí, či vieme komunikovať, presadiť sa, či nás neobmedzujú spoločenské konvencie a nemáme strach z neznámeho.  **Skrytá oblasť - FASÁDA**  V tejto časti nášho ja je **to, čo vieme sami o sebe, ale pred ostatnými to nezverejňujeme** (svoje predstavy,nádeje, tajné želania a ciele, prehry a zlyhania a pod.). Väčšinou sa týkajú negatívnych aspektov nášho ja, o ktorých nie sme pripravení, či ochotní komunikovať s inými ľuďmi. Je to citlivá oblasť, ktorú môžeme znížiť v prospech verejnej oblasti, len ak sa dokážeme otvoriť, hovoriť o svojich predstavách, túžbach a vieme sa verejne vyrovnať aj so svojimi neúspechmi a chybami. V čase veľkého tlaku na transparentnosť si na jednej strane aj takto môžeme zvýšiť sebadôveru či sebaúctu a rozšíriť možnosť spolupráce a porozumenia. Na druhej strane odbúrame priestor ukrytých postojov, skutkov, ktorý nás straší v snoch. Redukovanie skrytej oblasti je spojené s podstúpením rizika a spoľahnutia sa na korektný prístup druhých ľudí. Určite je ale potrebné uchovať si zdravé súkromie.  **Slepá oblasť – SLEPÉ MIESTO**  Je to **oblasť, ktorú sami nevnímame, rovnako, ako nevidíme svoj chrbát**. Slepá oblasť obsahuje informácie, ktoré sami o sebe z rôznych dôvodov nevieme, ale ostatní ľudia ich o nás vedia. Človek často vidí sám seba skreslene, akoby mal v zornom poli na seba slepú škvrnu. Niektorí máme tendenciu sa preceňovať, iní zase podceňovať, niekedy nevnímame ani svoje správanie – napr. skákanie do reči pri rozhovore, mimovoľné škrabanie sa vo vlasoch a pod. Docieliť presun informácií zo slepej oblasti do oblasti verejnej môžeme prostredníctvom získavania spätnej väzby od druhých ľudí, ktorí na mne vidia – vnímajú to, čo ja nevidím. Spätná väzba si vyžaduje odvahu. Ak sa jej stále ešte trochu bojíte, pre začiatok sa zamerajte na lepšie pozorovanie reakcií svojho okolia na to, čo hovoríte a ako sa správate.  **Neznáma oblasť - NEZNÁMO**  Neznáma oblasť je neznáma pre mňa aj pre ostatných. Sú to informácie uložené hlboko v našom podvedomí, ktoré si zatiaľ nedokážeme uvedomiť a využiť ich vo svojom živote – môže ísť o zážitky z ranného detstva, potlačené motívy a skúsenosti, ktoré sme už dávno vytesnili, ale oni bez nášho vedomia ovplyvňujú naše správanie, ale tiež aj vlastnosti a správanie, ktoré ešte nikdy nemali možnosť prejaviť sa v reálnej životnej situácii. Tendencie a sklony k správaniu sa ukazujú v nových situáciách, ktoré spoznávam, až keď sa v takej situácii ocitnem. Z veľkej časti je neznáma oblasť ovplyvnená postojmi a hodnotami, ktoré verejne prejavujem a poznám ich ja aj iní, ale všetci vieme, že sú aj okamihy, v ktorých prekvapíme aj sami seba.  Veľkosť jednotlivých okien nie je rovnaká, jednotlivé okná nie sú ani pravidelné. Menia sa s našimi skúsenosťami, tlakom verejného záujmu, možnosťami techniky. Ich veľkosť sa posúva rôznymi smermi – **niečo odkrývame a niečo skrývame**. Niekedy verejnosť odhalí viac a niekedynečakaná udalosť odhalí mnohé nám aj verejnosti.  Tento koncept je možné prepojiť s dávaním spätnej väzby. Spätná väzba umožňuje „vidieť seba samých tak, ako nás vidia iní “ a iní sa pomocou spätnej väzby dozvedajú, ako ich vidíme my. Vlastný obraz a obraz, ktorý si o nás robia iní sa môžu značne rozchádzať. Pod vplyvom sociálneho prostredia, sociálnych vzťahov a interakcií, do ktorých jedinec vstupuje, dochádza k prieniku dvoch pohľadov: ako vidíme sami seba a ako nás vidia iní:    Sú tri okruhy otázok, na ktoré by si človek mal byť schopný odpovedať:   1. Čo môžem: tu sa snažíme analyzovať oblasť našich schopností, dispozícií, predpokladov a kompetencií. 2. Čo a prečo chcem: sem zahŕňame oblasť postojov, hodnôt, motívov, želaní a snažení. 3. Aký skutočne som: tento okruh sa dotýka oblasti postojov, záujmov, životnej orientácie, štruktúry a dynamiky osobnosti.   Zdroj: Joseph Luft, Harrington Ingham: The Johari window, a graphic model of interpersonal awareness. University of California, Los Angeles (1955).  Spracované podľa Balogová J. (UPSVaR Rožňava) |

## POSTUP

|  |
| --- |
| 1. Aktivitu môže odborný poradca začať názorným príkladom: „Pozrite sa von oknom. Čo všetko tam môžeme vidieť? Sú nejaké veci, ktoré nie je vidieť? (...) Rovnako je to aj s našou osobnosťou: niektoré veci o sebe vieme, vidíme ich a poznáme ich. Pre iné sme často slepí – ale dobre ich vidia iní, okolo nás. Vlastný obraz a obraz, ktorý si o nás robia iní sa môžu značne rozchádzať. Existujú štyri možnosti vzájomného prieniku týchto informácií, ktoré autori schémy Joachim Luft a Hary Ingham nazvali skratkou svojich mien „Johari okno“.“ Poradca môže na flipchart nakresliť schému uvedenú vyššie.   Ďalšou možnosťou, ako uviesť tému, je diskusia na otázky:   * + Aký typ osobnosti ste?   + Ako to môže vplývať na Vašu prácu?   + Aké sú Vaše silné stránky?   + Pomáhajú Vám vo Vašej práci?   + Ako Vás vidia iní?   Poradca následne diskutuje s uchádzačmi o zamestnanie: „Pod vplyvom sociálneho prostredia, sociálnych vzťahov a interakcií, do ktorých jedinec vstupuje dochádza tu k prieniku dvoch pohľadov:   * Ako vidíme sami seba a * Ako nás vidia iní   Existujú potom štyri možnosti vzájomného prieniku týchto informácií...“ a pokračuje nakreslením schémy.   1. Poradca vyzve uchádzačov o zamestnanie, aby skúsili sami odhadnúť, koľko informácií o vlastnej osobnosti o sebe vedia a koľko o nej vedia iní, za použitia grafu a inštrukcií uvedených v pracovnom materiáli (viď príklad nižšie). 2. Po vyplnení prvého sebahodnotiaceho grafu pokračujú uchádzači o zamestnanie s vypĺňaním dotazníka na ďalšej strane. 3. Odborný poradca diskutuje s uchádzačmi o zamestnanie o výsledku. Je potrebné pri tom zdôrazniť, že uvedené „typy“ nie sú čosi, čo nám je dané a čo nás uzatvára do daného štýlu komunikácie. Sme vždy strojcom svojho života a to, ako budeme komunikovať, závisí na nás. Prípadný „negatívny“ výsledok je potrebné vnímať ako výzvu niečo na vlastnej komunikácii zmeniť. 4. Aktivitu môže poradca ukončiť diskusiou: „Dokonalejšie sebapoznanie predpokladá väčšiu otvorenosť (zmenšenie skrytej oblasti). V dôsledku väčšej otvorenosti je potom možné zmenšiť slepú oblasť, čím sa rozšíri verejná oblasť nášho ja a umožní nám to zväčšenie komunikačného priestoru s možnými pozitívnymi dopadmi na medzi osobné vzťahy a komunikáciu.   V sebapoznávaní nám bráni v súčasnosti preferovaný spôsob života. Žijeme rýchlo, v zhone a nemáme dosť času na to, aby sme sa v pohode zamýšľali nad sebou samým, ponorili sa do úvah a meditácií o sebe. Obyčajne si to uvedomíme až dodatočne, napr. pri spätnej analýze určitého problému. Konzumný svet potrebuje človeka uniformného, unifikovaného. Vplyvom nedostatočného sebapoznania, sebauvedomenia ľudia ľahšie podliehajú rôznym manipuláciám a tlakom takejto spoločnosti.“ |

## POZNÁMKY

|  |
| --- |
| Metódu je vhodné použiť pri skupinových poradenských aktivitách zameraných na lepšie sebapoznanie uchádzačov o zamestnanie a identifikáciu silných stránok – vedie uchádzačov o zamestnanie k dôležitosti sebapoznania. Na metódu je možné nadviazať vysvetlením dôležitosti čo najobjektívnejšieho sebapoznania pri hľadaní zamestnania a následne pokračovať metódami skupiny B Metodickej príručky.  Pre názornosť pridávame aj príklad vyplnenia prvého grafu: |