

A photograph of a woman with glasses and a pink shirt, pointing with a piece of wood at a chalkboard. The chalkboard has several math equations written on it, including  $10 \times 6 = 60$ ,  $11 \times 6 = 66$ , and  $12 \times 6 = 72$ . The photo is framed by a red, white, and blue curved border.

# Narzędzia coachingowe w pracy nauczyciela

**SAMORZĄDOWY OŚRODEK  
DORADZTWA METODYCZNEGO  
I DOSKONALENIA NAUCZYCIELI  
w Kielcach**

## Spis treści

<b>WSTĘP</b> .....	<b>3</b>
<b>KRÓTKA HISTORIA COACHINGU</b> .....	<b>5</b>
<b>RODZAJE COACHINGU</b> .....	<b>5</b>
<b>COACHING A WSPARCIE PSYCHOLOGICZNE</b> .....	<b>8</b>
<b>COACHING W SZKOLE</b> .....	<b>10</b>
<b>NARZĘDZIA W PROCESIE COACHINGU</b> .....	<b>11</b>
PYTANIA .....	12
ĆWICZENIE CEL-EFEKT .....	12
ĆWICZENIE MIARA CELÓW ZGODNIE Z METODĄ SMART .....	13
SKALA ZMIAN ŻYCIOWYCH .....	14
MODEL GÓRA ŁODOWA .....	14
PIRAMIDA DILTSA .....	15
SUBIEKTYWNA MAPA SYTUACJI (SMS) .....	18
DIAGRAM AUTOANALIZY .....	18
MODEL: WZORZEC, ADAPTACJA, ZMIANA .....	19
KWESTIONARIUSZ PRECOACHINGOWY/PRZEDSESYJNY .....	20
METODA WALTA DISNEY'A .....	21
MODEL: SENS, TALENT, OPTYMIZM (STO) .....	25
<b>ZAKOŃCZENIE</b> .....	<b>25</b>

## Wstęp

Coaching w XXI wieku stał się jednym z ważniejszych elementów wpływających na rozwój organizacji. W związku z tym bardzo wielu ludzi nauki próbowało i nadal próbuje nadać konkretną definicję temu zagadnieniu. Według T. Landry coaching to osiągnięcie istotnych celów, dzięki uwalnianiu indywidualnego potencjału<sup>1</sup>. Z kolei S. Thorpe i J. Clifford definiują coaching jako wsparcie konkretnej osoby w doskonaleniu działań, dzięki analizie wykorzystywania wiedzy i umiejętności<sup>2</sup>. V. Lombardi określa coaching jako najprawdziwszy sens w przekazywaniu odpowiedzialności uczącym się, aby pomóc im sformułować ich własne odpowiedzi<sup>3</sup>. Niezależnie od powyższej definicji oczywistym jest, że w procesie coachingu potrzebny jest coach czyli osoba prowadząca oraz coachee czyli klient, który jest trenowany. Ponieważ całość działań opiera się na współpracy i relacji dwóch (lub więcej) osób dlatego, każdy proces coachingowy powinien cechować się:

1. dobrowolnością – coachee musi wykazywać wolę udziału w procesie,
2. brakiem dyrektywności – nikt z zewnętrznego otoczenia osoby coachowanej nie może mieć wpływu na proces,
3. wspomaganie procesu uczenia – nie jest to jednak sam proces uczenia się,
4. bazowaniem na pytaniach – coach zadaje pytania pozwalające na poznanie konkretnego zagadnienia przez coachee,
5. pobudzać do myślenia – docierać do świadomości a nawet podświadomości,
6. szacunkiem i akceptacją – zarówno postaw jak i wartości osoby coachowanej,
7. związkiem z rozwojem osoby coachowanej,
8. świadomym dokonywaniem zmian – samodzielnie, bez przymusu klient dochodzi do wniosku, że zmiany będą najlepszym rozwiązaniem,
9. koncentrowaniem na osiągnięciu celu – głównie poprzez tworzenie hierarchii działań,
10. antropocentryzmem – człowiek jest w centrum całego procesu coachingowego,
11. samodzielność wykorzystania własnych zasobów, talentów i możliwości przez coachee,
12. maksymalizacja aktywności osoby coachowanej,
13. indywidualna odpowiedzialność za proces – klient odpowiada za swój sukces.<sup>4</sup>

Coaching indywidualny daje doskonałe efekty również podczas pracy z uczniami. Przekonałem się o tym niejednokrotnie pracując z młodzieżą ze szkół podstawowych i ponadpodstawowych, z którą wspólnie odkrywaliśmy możliwości, potencjał a także ścieżki realizacji

<sup>1</sup> P. Summerall, M. Levin, *Giants: What I learned about life Vince Lombardi and Tom Landry*, John Wiley and Sons Inc., Hoboken 2010, s. 15

<sup>2</sup> S. Thorpe, J. Clifford, *Podręcznik coaching*, Rebis, Poznań 2011, s. 7

<sup>3</sup> T. Dowling, *Coach: A Season with Lombardi*, W. W. Norton & Company, London 1970, s. 11

<sup>4</sup> Opracowanie własne na podstawie: J. Żukowska, *Naukowe ujęcie coachingu*, w: *Człowiek w organizacji. Teoria i praktyka*, red. P. Wachowiak, SGH, Warszawa 2012 ss. 5-6

planów i zamierzeń. Lata mojej praktyki pokazały, że z powodzeniem niektóre metody można stosować podczas klasycznej pracy w sali lekcyjnej. Dzięki poniższym narzędziom możemy aktywizować całą klasę, indywidualizować pracę z poszczególnymi uczniami oraz motywować do działania małe zespoły podczas pracy w grupach. Dlatego zważając na wyniki badań naukowych, praktykę działania oraz doświadczenie zachęcam wszystkie nauczycielki i nauczycieli do aktywnego stosowania coachingu w pracy zarówno z uczniami zdolnymi jak i słabymi a ponad wszystko z zagubionymi.

Bartosz Prońko

doradca metodyczny kształcenia zawodowego  
i doradztwa zawodowego  
w Samorządowym Ośrodku Doradztwa Metodycznego  
i Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach  
Coach, trener biznesu i trener doradztwa zawodowego

## Krótką historia coachingu

Historia coachingu ma swoje korzenie w różnych dziedzinach, takich jak psychologia, rozwój osobisty i zarządzanie. Ogólny zarys historii coachingu:

Lata 50. i 60. XX wieku:

Pierwsze zainteresowania coachingiem pojawiły się w środowisku biznesowym. W tym okresie, w Stanach Zjednoczonych, zaczęto wykorzystywać coachów do doskonalenia umiejętności zawodowych menedżerów.

Lata 70. i 80. XX wieku:

W tym czasie coaching zaczęło coraz bardziej integrować z psychologią. Coraz więcej psychologów zaczęło wykorzystywać techniki coachingowe w pracy z klientami.

Lata 90. XX wieku:

To właśnie w latach 90. termin "coaching" zaczął być szerzej rozpoznawany. Rozwój i rozpowszechnienie tego podejścia przyczyniło się do powstania pierwszych organizacji skupiających coachów oraz programów szkoleniowych dla przyszłych coachów.

Lata 2000. i dalej:

W kolejnych latach coaching stał się coraz bardziej popularny i zróżnicowany. Rozwinęły się różne style i podejścia do coachingu, w tym coaching życiowy, biznesowy, edukacyjny, sportowy, itp.

Obecnie coaching jest powszechnie wykorzystywany w różnych sferach życia, zarówno w biznesie, jak i w edukacji, sporcie, rozwoju osobistym czy zdrowiu. Istnieją także różne szkoły i organizacje, które oferują certyfikowane programy szkoleniowe dla coachów.

Warto zaznaczyć, że coaching nie jest regulowanym zawodem, co oznacza, że nie istnieją jednolite standardy ani wymagania formalne. Jednak wiele organizacji coachingu oferuje certyfikaty i akredytacje dla profesjonalnych coachów, co pomaga w zapewnieniu jakości usług coachingowych.

## Rodzaje coachingu

Zarówno w literaturze jak i w ujęciu praktycznym można spotkać różne odmiany coachingu, do których zaliczymy m. in.:

- Coaching indywidualny stanowiący najpopularniejszą formę coachingu polegającą na samodzielnej współpracy osoby coachowanej z coachem.

- Coaching grupowy (zespołowy, team coaching, group coaching) – koncentruje się na wspieraniu rozwoju zespołu, jak również poznoszeniu jego efektywności, zazwyczaj dotyczy sfery zawodowej.
- Coaching biznesowy – prowadzony w kontekście pracy zawodowej i firmy, w której obowiązki są wykonywane.
- Coaching menedżerski – coaching skierowany do kadry zarządzającej.
- Executive coaching – coaching adresowany do najwyższej kadry menedżerskiej.
- Coaching narzędziowy – koncentruje się na rozwijaniu konkretnej umiejętności.
- Leadership coaching – jego celem jest rozwój umiejętności przywódczych.
- Performance coaching – w centrum zainteresowania jest osiągnięcie wyznaczonych celów.
- Coaching zawodowy (coaching kariery, profesjonal coaching) – bazuje na pracy nad rozwojem zawodowym osoby coachowanej.
- Coaching ekspercki (coaching specjalistyczny) – koncentruje się na tematyce dotyczącej zawodu osoby coachowanej.
- Coaching życiowy (life coaching) – głównym obszarem zainteresowań jest rozwój osobisty klienta, kształtowanie jego postaw i osiągnięcie celów
- Coaching osobisty (coaching personalny) – koncentruje się nad rozwoju osoby coachowanej.
- Co-active coaching – założenie, iż klient jest zdolny do wyszukiwania odpowiedzi na zadawane pytania.
- Shadow coaching – polega na obserwacji pracy menedżera lub grupy menedżerów i ich wspólnej analizie.
- Unitive coaching – odmiana coachingu życiowego oparta na psychologii głębi Carla Gustava Junga, psychologii Gestalt, psychologii humanistycznej i filozofii egzystencjalnej.
- Coaching integralny (integral coaching) – coaching inspirowany teoriami amerykańskiego pisarza Kena Wilbera, propagatora tzw. psychologii integralnej, łączącej psychologię, filozofię i mistycyzm.
- Somatic coaching – coaching wspierany technikami relaksacyjnymi.
- Co-coaching – coaching, w którym dwóch coachów pracuje ze sobą i wzajemnie się poddają się coachingowi.
- Vip coaching – coaching skierowany do tzw. „wyższych sfer“.
- Coaching sprzedażowy – przeznaczony dla osób zajmujących się sprzedażą. Ma na celu rozwinięcie umiejętności sprzedażowych oraz osobowości handlowca.
- Diet coaching – stosowanie diety, zdrowego stylu życia połączonego z regularną poranną gimnastyką.

- Coaching prowokatywny – coaching bazujący o prowokowanie zachowań osoby coachowanej, coach przejmuje rolę adwokata diabła.
- Autocoaching – samodzielna regularna praca ze sobą, polegająca na automotywacji i zadawaniu sobie pytań, na które samodzielnie znajduje się odpowiedzi.
- Zen coaching – sposób na zatrzymywanie się i życie w przestrzeni; koncentruje się na oczekiwaniach klienta<sup>5</sup>.

Coaching w szkole ma szerokie zastosowanie i przynosi wiele korzyści zarówno uczniom, jak i nauczycielom oraz całej społeczności szkolnej. Obszary zastosowania coachingu w szkole:

- Wsparcie uczniów w osiągnięciu celów edukacyjnych:
  - Coach może pomagać uczniom w określeniu konkretnych celów związanych z nauką, planowaniu lekcji, czy organizacji czasu nauki. Poprzez rozmowy i budowanie planów działań, wspiera ich w osiągnięciu sukcesów szkolnych.
- Rozwój umiejętności interpersonalnych i kompetencji miękkich:
  - Coaching w szkole może być wykorzystywany do rozwijania umiejętności takich jak komunikacja, współpraca, zarządzanie emocjami, rozwiązywanie konfliktów, czy asertywność. Wsparcie w tych obszarach przekłada się na lepsze relacje między uczniami, nauczycielami i rodzicami.
- Doradztwo zawodowe:
  - Coach może pomóc uczniom w identyfikowaniu swoich zainteresowań, mocnych stron oraz przyszłych celów zawodowych. Razem z uczniem można opracować plan działań, który prowadzi do realizacji ich marzeń i ambicji zawodowych.
- Przygotowanie do egzaminów i testów szkolnych:
  - Coaching może być skuteczną metodą przygotowania uczniów do egzaminów, testów i innych form sprawdzania wiedzy. Coach może pomagać w organizacji nauki, eliminacji stresu oraz opracowywaniu strategii skutecznego uczenia się.
- Rozwój umiejętności samokierowania:
  - Poprzez coaching uczniowie uczą się samodzielności w planowaniu i realizacji swoich celów. Coach wspiera proces samopoznania, umiejętności planowania oraz monitorowania postępów w osiągnięciu zamierzonych rezultatów.
- Zarządzanie stresem i radzenie sobie z trudnościami:
  - Coach może pomagać uczniom w radzeniu sobie z trudnościami, takimi jak stres, frustracja czy niepewność. Wspierając ucznia w budowaniu odporności psychicznej, coach pomaga w skutecznym radzeniu sobie z wyzwaniami edukacyjnymi i życiowymi.
- Rozwój osobisty i zawodowy nauczycieli:

<sup>5</sup> J. Żukowska, Naukowe ujęcie coachingu, w: Człowiek w organizacji. Teoria i praktyka, red. P. Wachowiak, SGH, Warszawa 2012 ss. 7-9

- Coaching nie dotyczy tylko uczniów, ale także nauczycieli. Dzięki wsparciu coacha, nauczyciele mogą doskonalić swoje umiejętności dydaktyczne, zarządzania klasą oraz rozwiązywania problemów w procesie nauczania.
- Doskonalenie procesów edukacyjnych w szkole:
  - Coaching może być stosowany również na poziomie całej placówki edukacyjnej, wspierając dyrekcję, nauczycieli i personel szkoły w doskonaleniu procesów edukacyjnych oraz w budowaniu pozytywnej atmosfery w szkole.

Wdrożenie coachingu w szkole wymaga odpowiedniego przygotowania i szkolenia kadry oraz świadomego podejścia do procesu wspierania uczniów i nauczycieli. Dobre praktyki i odpowiednie procedury coachingowe mogą znacząco przyczynić się do sukcesu uczniów oraz podniesienia jakości kształcenia.

### Coaching a wsparcie psychologiczne

Coaching a wsparcie psychologiczne różnią się pod wieloma względami, choć oba mają na celu wspieranie jednostki w jej rozwoju i osiągnięciu celów. Poniżej analiza porównawcza między coachingiem a wsparciem psychologicznym:

#### 1. Cel:

**Coaching:** Głównym celem coachingu jest wspieranie jednostki w osiągnięciu konkretnych celów i realizacji swojego potencjału, zarówno w życiu osobistym, jak i zawodowym. Coach pomaga w formułowaniu celów, tworzeniu planów działania i monitorowaniu postępów.

**Wsparcie psychologiczne:** Głównym celem wsparcia psychologicznego jest poprawa stanu psychicznego, emocjonalnego i zdrowia psychicznego jednostki. Psycholog może pomagać w radzeniu sobie z problemami emocjonalnymi, trudnościami w relacjach, zaburzeniami psychicznymi, kryzysami itp.

#### 2. Obszar działania:

**Coaching:** Coaching może obejmować szeroki zakres obszarów, od rozwoju zawodowego, przez rozwijanie umiejętności miękkich, po osiągnięcie celów osobistych.

**Wsparcie psychologiczne:** Wsparcie psychologiczne skupia się głównie na zdrowiu psychicznym i emocjonalnym, w tym na radzeniu sobie z trudnościami, problemami emocjonalnymi, zaburzeniami psychicznymi i innymi kwestiami związanymi z psychiką.

#### 3. Podejście:



**Coaching:** Coach opiera się na podejściu ukierunkowanym na przyszłość, skupiając się na rozwoju, osiągnięciu celów i zmianach pozytywnych.

**Wsparcie psychologiczne:** Psycholog może wykorzystać różne podejścia terapeutyczne, takie jak terapia poznawczo-behawioralna, terapia interpersonalna, psychodynamiczna itp., w zależności od potrzeb klienta.

#### 4. Rola profesjonalisty:

**Coaching:** Coach pełni rolę mentora i wsparcia, nie jest jednak terapeutą. Skupia się na pytaniach, refleksji i pomocy w ustalaniu celów oraz planów działania.

**Wsparcie psychologiczne:** Psycholog jest wyszkolony w diagnozowaniu i leczeniu problemów zdrowia psychicznego oraz emocjonalnego. Ma odpowiednie kwalifikacje i uprawnienia do pracy w obszarze psychologii i terapii.

#### 5. Forma sesji:

**Coaching:** Sesje coachingowe często mają charakter rozmowy, w której coach zadaje pytania, słucha i pomaga w opracowywaniu planów działania.

**Wsparcie psychologiczne:** Sesje mogą mieć różne formy, w zależności od podejścia terapeutycznego i potrzeb klienta, mogą to być rozmowy, ćwiczenia terapeutyczne, techniki relaksacyjne itp.

#### 6. Ramy czasowe:

**Coaching:** Sesje mogą być krótkoterminowe lub długoterminowe, w zależności od celów i umowy między coachem a klientem.

**Wsparcie psychologiczne:** Może to być krótkoterminowa pomoc w radzeniu sobie z konkretnym problemem lub długoterminowe terapie w przypadku zaburzeń psychicznych.

Podsumowując, coaching i wsparcie psychologiczne różnią się głównie celem, obszarem działania, podejściem oraz rolą profesjonalisty. Oba podejścia mogą być bardzo skuteczne w odpowiednich kontekstach i dla odpowiednich osób, jednak ważne jest rozpoznanie, które z nich lepiej odpowiada potrzebom danego klienta. Czasem też może być wskazane skorzystanie z obu form wsparcia, jeśli to konieczne.

## Coaching w szkole

Podstawy coachingu dla nauczyciela to zestaw umiejętności, technik i podejść, które pozwalają na efektywne wspieranie uczniów w ich rozwoju edukacyjnym i osobistym. Elementami kluczowymi wymaganymi od nauczyciela są:

- **Empatia i aktywne słuchanie:**  
Umiejętność empatycznego słuchania i zrozumienia ucznia jest fundamentalna w coachingu. Nauczyciel powinien potrafić w pełni skupić się na tym, co mówi uczeń, unikać ocen i interpretacji, a także zadawać pytania otwarte, które pobudzają refleksję.
- **Pytania skierowane na rozwój:**  
Ważnym narzędziem coacha są pytania, które pomagają uczniowi rozwijać myślenie, analizować sytuacje oraz planować działania. To pytania, które prowadzą do głębszych refleksji i samopoznania.
- **Określanie celów i planów działania:**  
Pomoc uczniom w wyznaczaniu konkretnych celów oraz opracowywaniu planów działań, które prowadzą do ich osiągnięcia. To umiejętność wspierania ucznia w realizacji kroków na drodze do zamierzonych rezultatów.
- **Ocenianie postępów i cele SMART:**  
W coachingu, ocena postępów i celów jest kluczowa. Nauczyciel może pomagać uczniowi w formułowaniu celów konkretnych, mierzalnych, osiągalnych, realistycznych i zdefiniowanych czasowo (cele SMART) oraz w monitorowaniu postępów w ich realizacji.
- **Budowanie zaufania i wsparcie emocjonalne:**  
Ważne jest, aby uczniowie czuli się akceptowani i wspierani przez nauczyciela. Tworzenie atmosfery zaufania pozwala na otwarte wyrażanie potrzeb, obaw i aspiracji.
- **Stawianie pytań refleksyjnych:**  
Pytania refleksyjne zachęcają uczniów do głębszych przemyśleń i samopoznania. Pomagają w zrozumieniu własnych mocnych stron, zainteresowań i celów.
- **Unikanie ocen i sugestii:**  
W coachingu unika się udzielania rad, sugestii czy ocen. Zamiast tego, coach stawia pytania, które pomagają uczniowi samodzielnie wyciągnąć wnioski i znaleźć najlepsze rozwiązania.
- **Praca nad kompetencjami miękkimi:**  
Coach może pomóc uczniom w rozwijaniu umiejętności takich jak komunikacja, współpraca, rozwiązywanie konfliktów, zarządzanie czasem, kreatywność i samodyscyplina.

- Budowanie świadomości i odpowiedzialności:  
Coaching zachęca uczniów do refleksji nad własnymi działaniami i konsekwencjami. Pomaga w rozwoju samodyscypliny oraz odpowiedzialności za własny rozwój.
- Celebrowanie sukcesów i analiza porażek:  
W coachingu ważne jest celebrowanie sukcesów, nawet tych drobnych, oraz wspieranie ucznia w analizie porażek jako szansy do nauki i rozwoju.

Wprowadzanie elementów coachingu do pracy nauczyciela może znacząco zwiększyć efektywność nauczania, motywację uczniów oraz ich zaangażowanie w proces edukacyjny. To również pozwala na bardziej indywidualne podejście do każdego ucznia i dostosowanie wsparcia do jego potrzeb i celów.

### Narzędzia w procesie coachingu

Niezależnie od rodzaju coachingu, czy właściwie użytej dla jego określenia nazwy, niewątpliwie najważniejsze w procesie coachingowym jest postawa klienta, postać coacha oraz użyte narzędzia, które możemy rozpatrywać w różnoraki sposób. Mogą być rozumiane jako nośnik przekazu, jakim jest na przykład dyskusja, czy poszczególne rodzaje pytań. Narzędzia coachingowe to również różnorakie ćwiczenia i techniki pracy zmierzające do osiągnięcia określonego celu. Reasumując oba przypadki do najpopularniejszych narzędzi coachingowych z pewnością należy zaliczyć:

- pytania – różne rodzaje pytań i formy ich zadawania,
- ćwiczenie cel – efekt,
- ćwiczenie miara celów zgodnie z metodą SMART,
- formularz skali zmian życiowych,
- model Góra lodowa,
- piramida Diltsa
- subiektywna mapa sytuacji (SMS),
- diagram autoanalizy,
- model: wzorzec, adaptacja, zmiana,
- kwestionariusz precoachingowy,
- metoda Walta Disney'a
- model: sens, talent, optymizm (STO),

i wiele innych, których skuteczność będzie zależna od konkretnej sytuacji w kontakcie z klientem.

## ***Pytania***

Pytania są jednym z podstawowych narzędzi jakich używa coach podczas pracy w klientem. Oczywiście pytania mogą mieć różny charakter i podłoże. Oczywiście jest wiele rodzajów pytań, ale te najczęściej wykorzystywane w coachingu to:

- pytania otwarte,
- pytania zamknięte.

Podstawą są tak zwane pytania otwarte. Pytania coachingowe mają wiele zalet, można ich używać prawie w każdej sytuacji. Zadawanie pytań coachingowych to sztuka, która pozwala pomóc drugiej osobie w procesie wewnętrznego zrozumienia. Dobre pytania coachingowe pozwalają odkryć nowe możliwości, spojrzeć na zagadnienie z różnych perspektyw.

Pytania coachingowe typu otwartego:

- krótkie
- nie sugerują żadnych treści
- nie zawierają słowa „ja”
- elegancko i naturalnie prowadzą przez cały proces coachingu od zdefiniowania problemu, poprzez przedefiniowanie go w cel, nazwanie możliwości, aż do podjęcia działań

Dobre pytania pomagają innym zrozumieć istotę problemu, pomóc w rozwoju i zrozumieniu siebie bez mówienia danej osobie, co ma robić.<sup>6</sup>

## ***Ćwiczenie cel-efekt***

Ćwiczenie ma uświadomić klientowi różnicę pomiędzy tym co chce osiągnąć (cel) a tym jakie potrzeby i korzyści uzyska (efekt), z chwilą kiedy jego zamiar zostanie zrealizowany zgodnie z jego oczekiwaniami. Cel przypomina zatem starty – jak w zawodach sportowych, efektem będzie natomiast meta i jednocześnie wszelkie potrzeby i korzyści, które po osiągnięciu mety uzyskuje zawodnik. Na starcie zawodnik (klient) podejmuje pewien zamiar. Wcześniejsze treningu przygotowały go do podjęcia wysiłku w danej dyscyplinie oraz osiągnięcia wymiarowanych sukcesów. Na mecie natomiast osiąga zaspokojenie wymiernych potrzeb i konkretnych korzyści. W sporcie zamiar (cel) wynika z zasad konkretnej dyscypliny, efekt natomiast może dotyczyć wymiernych korzyści założonych z góry, jak uplasowanie się na wysokiej pozycji w rankingu, nagroda finansowa, prestiż itd., a także całkowicie subiektywnych potrzeb i korzyści o charakterze osobistym, jak poczucie satysfakcji, chęć zaimponowania rodzinie, wzrost poczucia radości itp. W każdym zawodzie,

<sup>6</sup> <https://szkolacoachingu.edu.pl/baza-wiedzy/coaching/pytania-magiczne-czyli-wyjatkowo-uzyteczne-w-coachingu/>

dyscyplinie, przedsięwzięciu cel oznacza zamiar, efekt zaś – oczekiwany rezultat w kategoriach spodziewanych i osiągniętych, realnych korzyści.<sup>7</sup>

### ***Ćwiczenie miara celów zgodnie z metodą SMART***

Metoda SMART pomaga w wyznaczaniu celów w taki sposób, abyśmy byli w stanie do nich dojść. Pokazuje, jaki powinien być cel. Jeśli go wyznaczymy, warto go przeanalizować właśnie pod tym kątem. SMART oznacza:

S - Specific - Sprecyzowany

Cel powinien być konkretny. Musimy mieć pewność, co chcemy zrobić, o co chodzi, nie ma tutaj miejsca na domysły, dwuznaczności. Nie może być wielu pól do interpretacji. Konkret i precyzja są w przypadku wyznaczania celu niezwykle istotne. O wiele więcej mówi nam określenie “zacząć biegać”, niż “być aktywnym”.

M - Measurable - Mierzalny

Dzięki temu, że cel będzie mierzalny, łatwiej będzie przekonać się, jak daleko jesteśmy w drodze do jego osiągnięcia. Jeśli przykładowo naszym celem jest schudnięcie, samo założenie, że “schudnę” nie jest mierzalne. Natomiast w przypadku kiedy ustalimy: “schudnę 13 kilogramów”, wiemy już dokładnie, jaki jest nasz cel i w momencie, kiedy waga będzie wskazywała 6,5 kilograma mniej, będziemy wiedzieć, że jesteśmy w połowie drogi do sukcesu. Jeśli nasz cel będzie zbyt ogólny i nie będziemy mogli zauważyć postępów, nie będziemy tak zmotywowani i zaangażowani w nasze działania.

A - Achievable - Osiągalny lub A - Attractive - Atrakcyjny

W tym przypadku litera A tłumaczona jest dwojako - albo jako osiągalny, albo atrakcyjny. Osiągalny cel to taki, który można wykonać bez nadmiernego wysiłku. Nie ma się co oszukiwać, jeśli wyznaczymy sobie cel, jakim jest przebiegnięcie 15 kilometrów, a do tej pory nie biegaliśmy właściwie wcale i nie mamy czasu na tak intensywne ćwiczenia, które by nas do tego przygotowały, po pierwsze fizycznie możemy nie dać rady, a po drugie dużo bardziej prawdopodobne jest, że odpuścimy sobie. W tym przypadku konieczne jest mierzenie sił na zamiary.

Z kolei cel atrakcyjny to taki, który stanowi dla nas wyzwanie, a jego osiągnięcie przyniesie nam realne korzyści. Przykładowo, jeśli nauczymy się języka angielskiego, dostaniemy podwyżkę w pracy.

R - Realistic - Realny

<sup>7</sup> M. Bennewicz, A. Prelewicz, Coaching, zestaw narzędzi, Helion, Gliwice 2018 s. 44

Cel musi być realny. Jeśli wyznaczymy sobie coś, co z góry skazane jest na porażkę, a mimo to będziemy próbowali to osiągnąć, nasze starania bez rezultatów sprawią, że nie będziemy mieli już sił i chęci do dalszej pracy. Naszym celem nie może być przebiegnięcie 10 km w 10 minut, skoro fizycznie jest to niemożliwe. Stawiamy przed sobą takie cele, które jesteśmy w stanie zrealizować.

T - Time-bound - Określony w czasie / Terminowy

Warto również określić cel w czasie. Dzięki temu czujemy motywującą presję. Jeśli coś jest bezterminowe, zabieramy się za to dość leniwie, nieczęsto się tym zajmujemy, nie mamy do tego motywacji. Jeśli jednak założymy, że musimy przebiec 15 kilometrów do 25 października, kiedy to odbywa się interesujący nas maraton, wiemy, ile czasu mamy i jak musimy rozłożyć przygotowania w czasie.<sup>8</sup>

### ***Skala zmian życiowych***

Kwestionariusz SZŻ jest samoopisowym narzędziem służącym do pomiaru wpływu krytycznych lub traumatycznych zdarzeń życiowych na takie obszary funkcjonowania osoby, jak: jej przekonania o wartości i sensie życia, poczucie osobistej siły, głębokość relacji z innymi ludźmi, zmiana systemu wartości oraz wzbogacenie życia duchowego. Wysoki wynik uzyskany przez osoby badane na skali SZŻ może być interpretowany jako wskaźnik doświadczenia przez nią wzrostu potraumatycznego, czyli pozytywnej zmiany, która pojawia się w następstwie zmagania się jednostki z krytycznymi zdarzeniami życiowymi. Niski wynik może świadczyć o tym, że osoba badana w rezultacie przeżycia takiego zdarzenia doświadcza głównie negatywnego wpływu tego zdarzenia na jej fundamentalne przekonania dotyczące Ja oraz wartości i sensu życia. Prezentowana w artykule Skala Zmian Życiowych (SZŻ) zawiera 19 pozycji i charakteryzuje się satysfakcjonującą trafnością zbieżną i kryterialną, a także wysoką zgodnością wewnętrzną. W wyniku przeprowadzonej eksploracyjnej i konfirmacyjnej analizy czynnikowej stwierdzono, iż SZŻ posiada strukturę jednoczynnikową.<sup>9</sup>

### ***Model Góra Lodowa***

Góra lodowa „ICEBERG” jest metaforą formy pracy w coachingu. Unosi się ona jedynie w 1/7 swojej objętości ponad powierzchnią lustra wodnego, podczas gdy pozostała część 6/7 jest ukryta pod wodą stanowiąc dryfujący fundament wypierający część widoczną.

<sup>8</sup> <https://poradnikpracownika.pl/-metoda-smart-dlaczego-warto-wyznaczac-sobie-cele>,

<sup>9</sup> M. Zięba, M. Wawrzyniak, M. Świrkula, Skala Zmian Życiowych – narzędzie do pomiaru skutków krytycznych zdarzeń, w: Psychologia Jakości Życia 2010, tom 9, nr 1 (145-169), Warszawa, SWPS

Osiągnięcie oczekiwanego „widocznego” efektu biznesowego lub osobistego, bardzo często wymaga skupienia uwagi i zaangażowania w obszarach, których pozornie „nie widać” lub też z różnych przyczyn są nieuświadomione. Dopiero wypracowane fundamenty takie jak: osobista postawa, nawyki, gromadzona wiedza, indywidualne doświadczenie, unikalne umiejętności i predyspozycje, połączone w jedną współdziałającą całość, mają szansę wynieść ponad powierzchnię TO, co ma być „widoczne”.<sup>10</sup>

Ćwiczenie ma przede wszystkim za zadanie ustalenie, co jest dla klienta ważne oraz w jaki sposób postrzega on subiektywną rzeczywistość, która wynika z pełnionej przez niego roli. Rola, którą należy zająć się w trakcie ćwiczenia, powinna dotyczyć omawianej w czasie sesji konkretnej sytuacji. Motyw ten w dogodny sposób pozwala zarówno coachowi jak i klientowi rozpoznać mapę okoliczności, zestaw poglądów i przekonań dotyczący pełnionej roli w kontekście danej sytuacji. Podczas analizy pod uwagę należy wziąć następujące czynniki:

- pełniona rola,
- posiadane zasoby,
- środowisko,
- zachowania,
- umiejętności,
- przekonania,
- wartości,
- tożsamość,
- misja,
- wizja.

Każdy z powyższych elementów powinien zostać dogłębnie przeanalizowany pod kątem konkretnej, badanej sytuacji.<sup>11</sup>

## ***Piramida Diltsa***

Piramida Diltsa to model funkcjonowania każdego człowieka, który składa się z dwóch głównych części: świadomej i nieuświadomianej. Znajomość tego modelu jest niezwykle przydatna w coachingu. Szczególnie, gdy Klient ma problem z wprowadzeniem zmiany w życie. Rzecz jasna nie trzeba być coachem, żeby ten model zrozumieć oraz wykorzystywać w swoim rozwoju osobistym.

**Część świadoma składa się z następujących elementów:**

### ***Środowisko***

<sup>10</sup> <https://jacekgapski.coach/coaching>

<sup>11</sup> M. Bennewicz, A. Prelewicz, Coaching, zestaw narzędzi, Helion, Gliwice 2018 ss. 101-108

To warstwa, która dotyczy kontekstu, w jakim żyjemy: **gdzie? Z kim? W jakich okolicznościach?** Jeśli pracuję nad zmianą swojego zachowania, to jasno określam, w których sytuacjach i w stosunku do kogo chcę zachowywać się inaczej niż dotychczas. O jakiej relacji tu mówimy.

Np. *chcę zmienić swoje zachowanie wobec koleżanki w pracy i jej długotrwałych głośnych rozmów przez telefon w mojej obecności.*

### **Zachowanie**

W pierwszym odruchu wydaje się, że ta warstwa jest kluczowa. Należy ustalić, w jaki sposób zachowuję się obecnie w określonych sytuacjach (*stanięcie w prawdzie*): **co robię?** A następnie określić, jak chciałbym postępować: **co** (w ramach zmiany) **zrobię?** Innymi słowy, jak będę się zachowywał, gdy zmianę wprowadzę w życie.

Np. *obecnie: nie reaguję, gdy koleżanka głośno rozmawia przez telefon, ale po kilku takich rozmowach wybucham złością.*

*W przyszłości: podczas każdej głośnej rozmowy telefonicznej będę jej zwracał uwagę, że tak głośna rozmowa mi przeszkadza.*

### **Umiejętności**

Warstwa trzecia pomaga uświadomić sobie jakie umiejętności są potrzebne do wprowadzenia zmiany w życie. Odpowiada na pytania: **jak to zrobić? Jakie umiejętności są mi potrzebne?**

Np. *chcę zwracać uwagę spokojnie, bez złości i agresji. Potrzebna mi jest asertywność i panowanie nad emocjami.*

### **Elementy nieuświadomione**

W teorii wszystko to prezentuje się pięknie, ale dość często okazuje się, że *taki piękny plan tak się w życiu sprawdza nie raczy*. Wiem już, o jaką zmianę mi chodzi, w jakich okolicznościach chcę ją wprowadzać, ale (*gdy przychodzi co do czego*): nie umiem tej zmiany wdrożyć.

Np. *albo się w ogóle nie odzywam (choć postanowiłem, że będę reagował za każdym razem) albo wprawdzie zaczynam spokojnie, ale kończę swoje uwagi ze złością i agresją.*

W takiej sytuacji należy w pierwszej kolejności, przyjrzeć się jakiej umiejętności mi brakuje do wprowadzenia zmiany. A następnie rozszerzyć swoją przemianę o nabycie tych zdolności.

Np. *brakuje mi asertywności i umiejętności panowania nad emocjami.*



Czasem jednak problem leży w tym, iż zdobycie tych umiejętności wydaje się przekraczać moje możliwości. Gdzie więc leży klucz do rozwiązania problemu?

### ***Przekonania i Wartości***

Uwaga: Niektórzy rozbijają tę warstwę na dwie osobne. Wówczas Przekonania są warstwą niższą, natomiast Wartości wyższą.

Pierwszej warstwy, wiele osób nie bierze pod uwagę. A to właśnie ona odpowiada na pytania: **co powoduje, że popełniam błędy? Co myślę o ludziach? Jak (moim zdaniem) funkcjonuje świat?** Innymi słowy: przyglądam się swoim przekonaniom i wartościom. W tym przekonaniom na swój własny temat.

*Np. nigdy się nie nauczę panowania nad swoimi emocjami. Żeby nie wiem co, to ta dziewczyna nigdy nie przestanie głośno rozmawiać przez telefon w mojej obecności. Ludzie są, jacy są: nigdy się nie zmieniają.*

Według mnie to problemy z przekonaniem zapoczątkowały koncepcję coacha. Ideę osoby, która stanie trochę z boku i (nie będąc zaangażowana w samą zmianę) dostrzeże *ograniczające przekonanie Klienta*. Potem pomoże dostrzec to przeświadczenie Klientowi, a następnie wesprze go w pracy nad zamianą tego przekonania.

Zdarza się, że Klient nie potrafi porzucić swojego ograniczającego przekonania. Mimo przejścia przez proces przyglądania się różnym przekonaniom w danym obszarze, *przymierzania ich*. Nawet mimo konkluzji *z innym przekonaniem byłoby mi łatwiej żyć*.

*Np. dużo łatwiej byłoby mi funkcjonować z przekonaniem, że ja też mogę panować nad swoimi emocjami.*

### ***Tożsamość***

W powyższej sytuacji przydaje się spojrzenie z jeszcze wyższego poziomu. Piramida Diltsa sugeruje, że kolejny poziom odpowiada na pytanie: **kim jestem?** Co stanowi o mojej tożsamości? To jest dość trudne pytanie. W dodatku wiele osób nigdy go sobie nie zadało. Ale przyjrzenie się sobie daje szansę na odkrycie, że jakiegoś przekonania nigdy nie zmienię. W każdym razie nie zmienię go, dopóki uważam, że coś (np. jakaś moja cecha) jest elementem mojej tożsamości.

*Np. jestem cholerykiem.*

Jeśli uważam, że *bycie cholerykiem* jest elementem mojej tożsamości, to nie mam szans na zmianę przekonania *nigdy się nie nauczę panowania na swoimi emocjami*.

Uwaga: Oczywiście, pozostaje dyskusyjne, czy *bycie cholerykiem* jest elementem mojej tożsamości, czy też kolejnym przekonaniem. Wątek ten przekracza jednak ramy obecnego artykułu. Upraszczając, można stwierdzić, że to Klient decyduje tym, co uważa za swoją tożsamość.

### ***Misja. Szczyt piramidy Diltsa***

Najczęściej chodzi o sytuację, gdy misja jest nieświadomiona. Wtedy to poczucie misji, jaką mam do spełnienia, jest przeszkodą w zmianie zachowania.

*Np. moją misją jest pomaganie innym bez narzucania im swojego zdania, a nawet bez przeciwstawiania się złu: poprzez przykład jak można wszystko znosić z pokorą.*

W takiej sytuacji (nawet gdy uważam, że jestem sangwinikiem) mogę mieć kłopot ze zwracaniem innym uwagi, iż jest w ich zachowaniu coś, co mi przeszkadza.<sup>12</sup>

### ***Subiektywna Mapa Sytuacji (SMS)***

Zadaniem ćwiczenia jest stworzenie swoistej mapy sytuacji lub podejmowanego tematu, dzięki której klient będzie mógł zobaczyć własne myśli i skojarzenia związane z danym wątkiem lub celem. Ćwiczenie jest również pomocne w określaniu zakresu danego tematu, może wspierać kreatywne podejście do zagadnienia, a także wskazywać na zasoby posiadane i konieczne do zgromadzenia, aby cel mógł być osiągnięty. Znakomicie sprawdza się również jako twórcze podejście, dzięki któremu ujawniane zostają nowe możliwości oraz aspekty dotąd nierozpatrywane. Pozwala poszerzyć mapę klienta, czyli jego sposób widzenia danej sytuacji. Dzięki temu może on uwzględnić nowe aspekty sytuacji, inne sposoby działania, a także niedostrzegane wcześniej zagrożenia lub szanse.<sup>13</sup>

### ***Diagram autoanalizy***

Narzędzi służy do autopoźnania i do uświadczenia sobie mocnych i słabych stron klienta oraz cech neutralnych Diagram koncentruje się na pięciu obszarach:

dwóch uważanych za pozytywne (Moce i Ambicje)

dwóch uważanych za negatywne (Słabości i Obawy)

jednego neutralnego (Potrzeby).

<sup>12</sup> <https://skris.pl/piramida-diltsa/>

<sup>13</sup> Tamże, ss. 126-127

Celem ćwiczenia jest uświadomienie sobie, że moce tworzą ambicje, a słabości stoją za obawami, potrzeby mają rolę pośredniczącą. Moce mogą niwelować obawy, a ambicje to motor dla przezwyciężania słabości.

A zatem:

Moce – wszystko to, co jest we mnie i pozwala działać efektywnie, co umożliwia osiągnięcie celów, wszystko, co z powodzeniem wykorzystuję w życiu, moje umiejętności, talenty, predyspozycje itp.

Ambicje – wszystko to, do czego dążę, co chcę osiągnąć, co mi się marzy, co stanowi moje cele na przyszłość.

Słabości – wszystko to, co jest we mnie i przeszkadza mi w działaniu, co uniemożliwia osiągnięcie celów, wszystko we mnie, z czym muszę się zmagać w życiu.

Obawy – wszystko to, od czego uciekam, czego nie chcę napotkać na drodze, doświadczyć, co stanowi wyzwanie, któremu nie chcę stawiać czoła.

Potrzeby – wszystko to, co jest mi niezbędne do życia i działania, wszystko co uważam za konieczne, by być tym, kim jestem i robić to, co robię.<sup>14</sup>

### ***Model: wzorzec, adaptacja, zniiana***

Zadaniem ćwiczenia jest pokazanie klientowi, w jaki sposób działa (myśli, decyduje) lub w jaki sposób może działać w związku ze swoim tematem lub celem. Model ten może stać się impulsem do rozwoju lub też odkrywania nowych rozwiązań bądź możliwości. Klient określa w nim rodzaj swojej aktywności oraz zaangażowania w danym projekcie lub podjętym zamiarze. Ćwiczenie znakomicie nadaje się do sprawdzania hipotez i zamiarów, które klient stawia (określa) w związku z obranym celem. Pozwala też na zweryfikowanie przeważającej (dominującej) aktywności klienta w danej kwestii, a także rodzaju decyzji, ich dynamiki, sposobu działania w związku z rozpatrywaną sprawą.

Ważnym założeniem, o którym należy powiedzieć klientowi, jest wyeliminowanie ocen. Żadne z rozpatrywanych rozwiązań ani żadna z opcji reprezentująca różne style działania nie są ani dobre, ani złe, właściwe lub niewłaściwe. Dzięki ćwiczeniu klient ma zdecydować, jaki sposób działania lub też podejmowania decyzji będzie dla niego najlepszy, który z rozważnych modeli wybiera i z jakiego powodu.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> <https://flow-szkolenia24.pl/blog/poznanie-siebie-z-diagramem-autoanalizy/>

<sup>15</sup> M. Bennewicz, A. Prelewicz, Coaching, zestaw narzędzi, Helion, Gliwice 2018 s. 142

## ***Kwestionariusz precoachingowy/przedsesyjny***

Jest to narzędzie wykorzystywane stosunkowo rzadko, natomiast okazuje się bardzo przydatne. To doskonały sposób na zaoszczędzenie czasu na sesji, rozpoczęcia procesu zmiany, wyłapanie wzorców zachowań klienta i upewnienie się, że klient ma problem z rodzaju z tych, z którymi jesteś kompetentny pracować.

Często coachowie poświęcają 1-2 sesje na poznanie problemu, który mógłby zostać sprecyzowany przez klienta w kilkanaście minut. Kwestionariusze mogą być różne w treści, ale wszystkie powinny pełnić podobne funkcje:

1) Pozwalać na preselekcję klientów. Jeśli ktoś nie jest dość zaangażowany, by odpowiedzieć na kilka(naście) pytań, to jak zaangażowany będzie na sesji?

2) Pozwalać na preselekcję coacha/terapeuty. Czasem od początku widać, że danemu klientowi lepiej pomógłby Twój kolega po fachu, specjalizujący się konkretnie w jego problemie, albo wręcz np. neurolog czy dietetyk.

3) Dawać wstępne rozeznanie co do stylu myślenia klienta, niektórych jego wartości, metaprogramów, itp. jeszcze przed rozpoczęciem sesji.

4) U wielu klientów pozwalać na rozpoczęcie procesu zmiany (np. przez zmuszenie do sprecyzowania oczekiwań jakie mieli wobec sesji).

Oczywiście wykorzystanie kwestionariusza, niesie ze sobą pewne ryzyko z ekonomicznej perspektywy:

Jedna część klientów z góry daje sobie spokój, nie chcąc poświęcać nawet minimalnego wysiłku na wypełnienie kwestionariusza. Co prawda sesja z takimi klientami byłaby męczarnią i raczej nie przyniosłaby im realnych zmian, ale zawsze byłyby to jakieś dodatkowe sesje, co może być ważne zwłaszcza dla początkujących na rynku, gdy cashflow jest trudny do przewidzenia. Z drugiej strony, długoterminowo, pozwala to uniknąć dużej grupy ex-klientów mówiących “Coach X? Tak, byłem u niego, nic mi nie pomógł.”

Druga część klientów zmieniałoby się wyłącznie w wyniku wypełnienia kwestionariusza.

Tym niemniej, doświadczeni coachowie uważają kwestionariusz za podstawę ich pracy.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> <https://blog.krolartur.com/kwestionariusze-przedsesyjne/>

## ***Metoda Walta Disney'a***

Technika Disneya jest narzędziem stosowanym do oceny realności projektów i przedsięwzięć zarówno biznesowych jak i prywatnych. Wcielając się kolejno w rolę marzyciela, realisty i krytyka możemy spojrzeć na nasze zamierzenia z różnych perspektyw. Ze względu na swoją prostotę i skuteczność metoda ta jest często stosowana również w coachingu.

Metoda Disneya umożliwia podjęcie decyzji o realizacji lub zaniechaniu realizacji rozważanego projektu lub przedsięwzięcia biorąc pod uwagę argumenty za i przeciw widziane z różnych perspektyw. W celu zachowania obiektywizmu przy podejmowaniu decyzji argumenty za i przeciw przedstawiane są przez osoby wcielające się w trzy role:

marzyciela – odpowiedzialnego za wizję i kreatywne pomysły

realisty – odpowiedzialnego za rzeczową ocenę realności pomysłu

krytyka – odpowiedzialnego za identyfikację ryzyk i ustalenie słabych stron projektu

Analiza zagadnienia z perspektywy trzech ról (marzyciela, realisty i krytyka) zapewnia obiektywizm w badaniu argumentów oraz równowagę dzięki której osoba lub zespół podejmujący decyzję nie będzie na projekt patrzeć zbyt optymistycznie lub pesymistycznie. Technika Disneya sprawdza się najlepiej w odniesieniu do projektów kreatywnych w których wizja wydaje się na pierwszy rzut oka zbyt odważna, zbyt innowacyjna lub niemożliwa do zrealizowania. Może być stosowana w organizacjach, firmach, grupach roboczych, ale również w prywatnych planach. Jest również metodą często stosowana w coachingu.

Strategia Walta Disneya wymaga do oceny pomysłu spojrzenia z trzech perspektyw. Wskazane jest, aby w rolę marzyciela, realisty i krytyka wcielały się różne osoby. Technikę można również stosować samodzielnie. W tym przypadku należy szczególnie zadbać o maksymalne identyfikowanie się z odgrywaną w danym momencie rolą. Można to zrobić wykorzystując znane między innymi z NLP zakotwiczenie. W tym celu należy przypomnieć sobie sytuacje w których emocjonalnie znajdowaliśmy się w stanach najbardziej zbliżonych do odgrywanych ról.

Zatem wcielając się w rolę marzyciela możemy przypomnieć sobie chwile w których byliśmy pozytywnie nastawieni, cechował nas optymizm, wszystko wydawało się proste i dostępne na wyciągnięcie ręki. Odgrywając rolę realisty przypomnijmy sobie sytuacje w których potrafiliśmy zachować trzeźwy umysł i rzeczowo podejść do oceny sytuacji. Przywołajmy wspomnienia chwil, gdy z powodzeniem coś planowaliśmy. Z kolei jako krytyk przywołajmy stan w którym w przeszłości potrafiliśmy krytycznie ocenić sytuację wykazując istotne zagrożenia i wady analizowanego planu.

Przywołując właściwe stany emocjonalne będziemy mogli adekwatnie do odgrywanej roli ocenić pomysł lub plan.

Jeśli są takie możliwości, to dla wzmocnienia odgrywanej roli oraz mentalnego i emocjonalnego odseparowania, każda z ról może przedstawiać swój punkt widzenia w różnych pomieszczeniach, tak jak robił to Disney. Jak możesz się domyślać, pokój marzyciela może być kolorowy, przestronny i dobrze oświetlony. Z drugiej strony pokojem krytyka lub realisty może być zwykłe pomieszczenie biurowe w szarej tonacji. Odgrywając role samodzielnie, jeśli nie możemy skorzystać z różnych pomieszczeń, możemy za każdym razem siadać na innym krześle lub zajmować różne miejsca (np. stawać w innej części pomieszczenia).

W przypadku wcielania się w role różnych osób warto zadbać, aby dla każdej roli dobrać osobę, która w sposób naturalny przejawia pożądane cechy.

#### Krok 1 – Marzyciel

Jako pierwszy do pracy przystępuje marzyciel przedstawiając pomysł, wizję i jak najwięcej kreatywnych rozwiązań. Ważne, aby nie ograniczać się i myśleć tylko w kategoriach możliwości. Nie należy skupiać się na ograniczeniach, wadach, ani słabych stronach. Należy w maksymalnym stopniu uruchomić pokłady kreatywności, pozytywnych myśli i fantastycznych wizji. Poczujmy się jak Disney, gdy pracował nad swoimi projektami!

Sugerowane jest zadawanie pytań na głos i udzielanie odpowiedzi. Na tym etapie mogą to być na przykład następujące pytania:

Jakie jest marzenie?

Jaki jest główny cel ?

Co chcę osiągnąć?

Jakie korzyści planuję uzyskać?

Jakie to ma znaczenie dla mnie i innych?

Jak zamierzam tego dokonać i od czego zacznę?

Jakie podejmę działania?

Kiedy rozpocznę?

Krok 2 – Realista

Następnie swoje przemyślenia przedstawia realista. Powinien dokonać analizy realności rozwiązania. Należy zwrócić uwagę nie tylko na korzyści, ale również na ograniczenia, szanse wykonania planu oraz takie zagadnienia jak dostępne zasoby, czy koszty. W tej roli najlepiej sprawdzi się osoba z doświadczeniem w planowaniu.

Realista może zadać na przykład pytania:

Jak mogę zrealizować marzenie?

Jakie są główne elementy wizji?

Jakie kroki należy podjąć?

Co po kolei należy zrobić?

Jakie są niezbędne nakłady pracy?

Jakie zasoby będą potrzebne do realizacji?

Których pracowników należy zaangażować?

Jakie są kryteria oceny powodzenia projektu?

Krok 3 – Krytyk

Jako ostatni swoją perspektywę przedstawia krytyk. Jego zadaniem jest spojrzenie na pomysł z perspektywy zagrożeń, ryzyk i ograniczeń. Powinien dokonać oceny czy wizje, marzenia i pomysły nie posiadają wad dyskwalifikujących cały projekt.

Przykładowe pytania ze strony krytyka:

Jakie są słabe strony planu?

Czego brakuje w planie?

Jakie problemy mogą wystąpić?

Jakie są zagrożenia i ryzyka?

Czy będę dysponował zasobami i odpowiednim budżetem?

Krok 4 – powtarzanie kroków 1-3

Po wysłuchaniu argumentów trzech stron następuje powtórzenie kroków 1-3, czyli ponowne zabranie głosu przez marzyciela, realistę i krytyka. Posiadając nowe informacje zdobyte w poprzedniej

iteracji, każda z ról ponownie przedstawia swój punkt widzenia zachowując sposób myślenia właściwy dla danej pozycji. Etapy powtarzamy do skutku, czyli do momentu osiągnięcia ostatecznej decyzji odnośnie realizacji lub porzucenia pomysłu.

#### Zalety techniki

Umożliwia dokonania obiektywnej oceny poprzez spojrzenie z trzech perspektyw

Sprzyja precyzyjnemu określeniu marzenia, wizji i kreatywnych pomysłów

Pozwala realnie podejść do planu i projektu

Umożliwia identyfikację ryzyk, zagrożeń oraz słabych punktów

Może być stosowana w grupach oraz indywidualnie

Stanowi jedno z istotnych narzędzi coachingowych

Jest udoskonaloną wersją techniki burzy mózgów

Można ją zastosować do oceny planów dotyczących prywatnego życia

Zapobiega mieszaniu perspektyw, co często prowadzi do pochopnego podejmowania decyzji

Strategia Disneya stosowana jest między innymi w coachingu. W coachingu biznesowym dla firm, coach przedstawia narzędzie zespołowi, a następnie dba o właściwy przebieg sesji w ramach których oceniane są projekty. Metoda może być stosowana również w coachingu indywidualnym w odniesieniu do planów osobistych.

Zadaniem coacha jest pilnowanie, aby wcielając się w poszczególne role ograniczyć się do aktualnej perspektywy. Przykładowo, jeśli marzyciel zaczyna podcinać sobie skrzydła skupiając się na wadach lub problemach, coach powinien przypomnieć, że nie należy się ograniczać. Należy w takiej sytuacji skupić się na wizji, marzeniach, efektach i korzyściach. Jest to ważne zadanie coacha, gdyż w sposób naturalny mamy tendencję do szerokiego widzenia zagadnień i mimowolnie możemy wykraczać poza pożądaną w danej chwili perspektywę.

Coach może również zwracać uwagę na postawę osoby znajdującej się w danej perspektywie. Przykładowo otwarta pozycja ciała oraz rozluźnienie sprzyjają kreatywnemu myśleniu. Zatem marzyciel nie powinien się garbić, czy przyjmować tzw. pozycji zamkniętej.

Wiele wielkich planów lub przedsięwzięć nie udaje się nie dlatego, że są zbyt nierealne lub fantazyjne, lecz z powodu niewłaściwego myślenia i planowania. Jeśli zastosujemy niejasne podejście,



przedsięwzięcie może wydawać się przytłaczające i z tego powodu może zostać porzucone. Jeśli jednak użyjemy strategii Disneya do przemyślenia wszystkiego w sposób strategiczny i systematyczny, to nasza wizja i plan będą łatwiejsze do zarządzania i przekucia w rzeczywistość i sukces.

Jest to bardzo skuteczne narzędzie pomagające coachowi i klientowi z powodzeniem kierować kreatywność w celu zmiany wizji i fantazji w rzeczywiste osiągnięcia.<sup>17</sup>

### ***Model: sens, talent, optymizm (STO)***

Gdy naturalny talent wraz z towarzyszącym mu stanem przyjemności i lekkości zostanie wzbogacony przez poczucie sensu, czyli wartości, możliwe staje się doświadczanie przez jednostkę stanu szczęścia. Na tej podstawie powstało ćwiczenie łączące wszystkie trzy aspekty triady motywacyjnej. Może być wykorzystywane do realizowania celów bardziej ogólnych, jak wybór zawodu, dalsza edukacja, poszukiwanie ścieżek rozwoju osobistego itp.

Użyteczne jest również jako stymulacja w budowaniu poczucia wartości przez klienta, a także w określaniu drogi życiowej itp. Jest również skutecznym modelem pracy w odniesieniu do celów bardziej szczegółowych, dotyczących konkretnego zadania, projektu lub obszaru obowiązków, w sytuacji pracy nad wyznaczonym na sesji coachingowej celem i efektem.

Charakter tego ćwiczenia określony jest przez kreatywność. Im bardziej otwarte, twórcze i spontaniczne nastawienie prezentuje klient, tym większe efekty może przynieść niniejsze ćwiczenie. Wymaga ono bowiem z jednej strony dość dobrego wglądu we własne zasoby, otwartości w ich ujawnianiu i nazywaniu, z drugiej zaś — zdolności do łączenia, scalania, podsumowywania uzyskanych wglądów.<sup>18</sup>

### **Zakończenie**

Mnogość narzędzi coachingowych dostępnych w dzisiejszym świecie jest zauważalna. Na uwagę zasługuje również fakt, że wiele z nich nie wywodzi się ze sztuki wspierania drugiego człowieka, ale z innych dziedzin życiowych, i zostały one tylko zmodyfikowane do konkretnych potrzeb. Dlatego też co chwila powstają nowe metody, schematy działania, które sprawdziły się m. in. w zarządzaniu, psychologii, doradztwie zawodowym czy treningu biznesowym. Niewątpliwie każdy coach musi znaleźć narzędzia odpowiednie do własnych potrzeb i oczekiwań oraz możliwości klienta.

<sup>17</sup> <https://www.annadobosz.pl/metoda-walta-disneya-w-coachingu/>

<sup>18</sup> M. Bennewicz, A. Prelewicz, Coaching, zestaw narzędzi, Helion, Gliwice 2018 ss. 215-216