

COACHING, REFLEKSJA NAD TEORIĄ, A OBSZARY PRAKTYCZNYCH ZASTOSOWAŃ W BIZNESIE

ABSTRAKT

Artykuł jest autorską refleksją coacha na temat miejsca coachingu we współczesnym świecie, znajdującego się w przestrzeni zmian wynikających z postępu technologicznego, rozwoju myśli i systemów społeczno-politycznych. Punktem wyjścia jest istota coachingu. Refleksja, czy coaching stanowi proces wyizolowany z całości, którego celem jest uzyskanie zmiany w obszarze konkretnego celu (zadania, działania), czy też proces całościowy (holistyczny, systemowy), którego celem jest zmiana jakościowa. Autor, przez opis elementów składających się na coaching, wskazuje możliwe obszary praktycznych zastosowań. Stawia również pytanie: „Czy coaching ma służyć człowiekowi jako autonomicznej jednostce, czy też organizacji realizującej cele ekonomiczne, społeczne lub polityczne?”.

Słowa kluczowe

coaching, zarządzanie strategiczne, rozwój, kompetencje, równowaga między życiem osobistym i zawodowym

WSTĘP

Definicja coachingu powinna być z jednej strony bardzo wąska, a z drugiej bardzo pojemna. Słowo „wąska” odnosi się do głównej cechy charakteryzującej coaching. Chodzi o jednoznaczne odróżnienie coachingu od innych sposobów pracy. Słowo

„pojemna” oznacza możliwość zawarcia wszystkich podejść (wszystkich rodzajów coachingu) w tej definicji.

Dopiero przy jej rozwinięciu (opisie nurtów) można dodawać bardziej szczegółowe lub charakterystyczne cechy danego nurtu. Różne nurty mogą istnieć jeden obok drugiego, lecz należy zadbać o klarowność ich opisu, tak by klienci mogli dokonywać świadomych wyborów. Nie trzeba z nikim walczyć, nie trzeba nikogo krytykować, nie trzeba sprzedawać, zachęcać lub zniechęcać – wystarczające jest udzielanie rzetelnych informacji.

Definicja wskazuje na najważniejsze i wyróżniające cechy dziedziny coachingowej. Definicja, której rozwinięciem jest poniższy artykuł, wyraża się w następującej treści:

Coaching jest procesem, którego głównym celem jest wzmocnienie oraz wspieranie klienta w samodzielnym dokonywaniu zamierzonej zmiany, w oparciu o własne (klienta) odkrycia, wnioski i zasoby¹.

KILKA SŁÓW WPROWADZENIA

Pierwsze skojarzenia ze słowem „coaching” zazwyczaj odnosimy wprost do dziedziny biznesu, zapominając, że jest to jedna z wielu dziedzin w naszym życiu. Coaching jest obecny tam, gdzie obecny jest człowiek. Coaching to proces, w którym podmiotem jest człowiek. Coaching jest wolny od ograniczeń konkretnej dziedziny.

„Z coachingiem w pracy mamy do czynienia codziennie, na ogół jednak jest on przypadkowy i chaotyczny. W innych dziedzinach życia, takich jak sport, teatr czy muzyka, można znaleźć wiele przykładów na to, jak brak profesjonalnego podejścia powoduje kiepski i nierówny poziom” (Parsloe 2000: 11).

Wszystko zaczęło się od sportu – dziedziny, w której bardzo często dochodzi do „przeskoków kwantowych”. Każdy rekord jest rekordem tylko przez określony czas. Człowiek pracuje nad sobą, nad swoim potencjałem, nad swoją techniką, nad tym, co go ogranicza, i nad tym, co go rozwija. Człowiek sam dokonuje „niemożliwego” – ustala nowy rekord.

„Główne założenia Inner Game są, powiedziałbym, bardzo proste, i do tego stare jak świat, a do osiągnięcia harmonii umysłu i ciała nie istnieją drogi na skróty. Każdy z nas musi z tym wyzwaniem zmierzyć się sam” (Gallwey 2006).

Sportowcy stosują różne sposoby na „przeskok kwantowy”. Trenują latami w specyficzny, indywidualny, wyjątkowy, często niepowtarzalny dla innych sposób. Tenista, który bierze zawsze tylko jedną piłkę. As serwisowy to dla niego tylko to jedno, jedyne uderzenie. Skoczek narciarski, który w czasie trwania skoku zawsze koncentruje się na jednym, konkretnym działaniu. Zjazd na skoczni jest tylko zjazdem. Wybicie

¹ Definicja autora, przy współpracy A. Ratajczyk i R. Nykiel.

z progu – wybiciem. Lot jest tylko lotem, a lądowanie tylko lądowaniem. Chodziarż idący na dystansie 50 km, który jest sam na sam ze sobą.

Obserwującym wydaje się, że ten człowiek tylko idzie, że jego celem jest dojście do mety. Chód to jednak niezmiernie wymagająca dyscyplina sportu, techniczna i kondycyjna. Oparta na maksymalnej koncentracji, planowaniu i umiejętności równomiernego dzielenia zasobów.

Sportowcy niewątpliwie mają predyspozycje do tego, by osiągać ponadprzeciętne wyniki. Coach ma wiedzę i doświadczenie dotyczące tego, jak dokonać „przeskoku kwantowego”. Współpraca oparta na wzajemnym zaufaniu, prowadząca do zmiany jakościowej, to cel każdego procesu coachingu.

Czym zatem w szerokim pojęciu jest coaching? Jakie metody, techniki, narzędzia składają się na proces? Na czym polega? Po co jest? Komu służy? Gdzie i kiedy może być stosowany?

Definicje proponowane przez praktyków, organizacje certyfikujące coachów, instytuty naukowo-badawcze i szeroko rozumiany świat biznesu w znaczącym stopniu powielają się wzajemnie. Różnice zazwyczaj dotyczą konkretnych słów, zwrotów lub



RYСУNEK 1. COACHING A INNE METODY ROZWOJU

Źródło: opracowanie własne.

składni. Merytoryczna i pojęciowa baza pozostaje w zasadzie tożsama. Rzecz zatem w tym, by nie tyle wartościować, który model coachingu jest gorszy bądź lepszy; co wiedzieć, kiedy mamy w ogóle do czynienia z coachingiem lub z jaką jego formułą. Ludzie potrzebują różnych rzeczy (aktywności) w danym (określonym w czasie) momencie, na etapie (rozwoju) pracy nad sobą. Może to oznaczać dla jednych potrzebę ćwiczeń z poziomu zachowań lub umiejętności, dla innych pracę z tym, co dotyczy tożsamości i wartości w ich świecie, dla jeszcze innych potrzebę uporządkowania oraz nadania konkretnego kierunku dla celów osobistych i zawodowych.

Patrząc na „coaching” z tej perspektywy, warto postawić otwarte pytanie: czy coaching jest procesem wyizolowanym z całości, którego celem jest uzyskanie zmiany w obszarze konkretnego celu (zadania, działania), czy też jest procesem całościowym (holistycznym, systemowym), którego celem jest zmiana jakościowa? Czy ma służyć człowiekowi jako autonomicznej jednostce, czy też organizacji realizującej cele ekonomiczne, społeczne lub polityczne?

„Coaching pozwala zidentyfikować coachowanym ograniczenia występujące w miejscu pracy i motywuje ich do inicjowania zmian. Jeśli nie są w stanie doprowadzić do satysfakcjonujących zmian na zajmowanym stanowisku, wówczas może okazać się, że będzie lepiej dla wszystkich, jeśli poszukają nowej drogi” (Wilson 2010: 149).

„Coaching to pomoc danej osobie we wzmacnianiu i udoskonalaniu działania poprzez refleksję nad tym, jak stosuje się konkretną umiejętność i/lub wiedzę. (...) Nieprzerwany proces wzrostu i uczenia się; dzięki niemu stajemy się kimś więcej, niż jesteśmy obecnie” (Thorpe, Clifford 2004: 17).

Siła coachingu tkwi w człowieku, w jego odwadze, otwartości i akceptacji na proces zmiany. Proces coachingu to jedna z wielu dostępnych w procesie nauki i rozwoju metod. Dlatego mówiąc o praktycznych zastosowaniach coachingu, warto przyjrzeć się elementom, z których się składa:

1. **Coaching jako metoda rozwojowa**

Wiedzę można otrzymać z „zewnątrz”, mądrość trzeba samemu odkryć w sobie. Proces rozwoju jest wymagający. Oznacza dla klienta (coachowanego) podjęcie wyzwania, a nawet ryzyka wynikającego z bycia odkrywcą. Oznacza zmierzenie się z tym, co nieznanne, poszukiwanie nowych rozwiązań i dystans do rutynowych zachowań. Rozwój jest ciągłą integracją, wchłanianiem i przetwarzaniem na nowo; by znów zintegrować, wchłonąć i przetworzyć – ostatecznie przekroczyć to, co znane, i to, co wciąż nieznanne.

2. **Coaching, czyli koncentracja na rzeczach ważnych dla klienta**

Coach podąża za klientem, a nie klient za coachem. Klient określa swój obszar, wyznacza kierunek i cel, który chce osiągnąć. Coach dba o zasady, reguły

i narzędzia, których chce użyć. Coach odpowiada za to, by proces coachingu był zawsze procesem klienta – indywidualnym, suwerennym, nienaruszonym z zewnątrz. Metaforycznie relację klienta i coacha można zilustrować w następujący sposób:

Klient: „O, w tym pokoju jeszcze nie byłem.”

Coach: „Skoro tu już jesteś, to spójrz i tu, i tam, zajrzyj jeszcze tu.”

Coach nie wie, nie może mieć wiedzy i doświadczenia klienta. Rolą coacha jest zachęcać do eksplorowania, dbać, by klient wyszedł z nowego doświadczenia bardziej świadomy i zbudowany.

3. **Coaching pomaga w osiągnięciu celów**

Cele deklarowane przez klienta nie zawsze są jego celami rzeczywistymi. Istnieje rozbieżność między tym, o czym mówimy, że chcemy, a tym, czego faktycznie najbardziej nam potrzeba. Wpływ otoczenia, zarówno osobistego, jak i zawodowego, na klienta, jego wartości, przekonania i postawa pozostają tutaj w ścisłym związku. Pomaganie to pretekst do głębszej refleksji. Sprawdzenie, w jakim stopniu cel jest ważny i ekologiczny dla klienta; gdzie przebiega granica samoświadomości oraz akceptacji na zmianę.

4. **Coaching wspiera i inspiruje**

Nowe odkrycie może stać się początkiem dla wielu nowych inspiracji. Zmiana perspektywy patrzenia na otaczającą rzeczywistość pozwala działać, dostarcza energii i wewnętrznej motywacji. Klient wykonuje znaczący krok do przodu, doświadczając niezależności i własnej mocy. Coach buduje poczucie wsparcia, tak aby klient przesuwał się w korzystnym dla siebie kierunku.

5. **Coaching opiera się na relacji**

Klient ma być ze sobą, a nie z coachem, ma podejmować działania dla siebie, a nie dla coacha, ze względu na siebie, a nie ze względu na umowę. Klient musi pozostać wolny. Wolność jest gwarantem budzenia się świadomości, nowych doświadczeń, akceptacji samego siebie. Fundamentem relacji staje się zatem zaufanie, poczucie bezpieczeństwa w wyrażanych opiniach, poglądach i podejmowanych działaniach, otwartość oraz wzajemny szacunek i akceptacja. Adekwatność, klarowność zasad i oczekiwań, wewnętrzna spójność i uczciwość to filary dla procesu coachingowego.

6. **Coaching traktuje klienta jako całość, jedność**

Wszystkie elementy systemu są ze sobą powiązane. Każdy wpływa na każdy i na całość rozumianą jako system. Żaden element nie pozostaje sam dla siebie, w izolacji od pozostałych. Każdy problem – jeśli istnieje – ma wpływ na wszystkie pozostałe elementy tworzące system. Umysł chętnie dzieli całość na mniejsze kawałki. Życie – na osobiste, zawodowe, prywatne, społeczne. Myślenie – na idee,

konteksty, strategie czy zadania. Ostatecznie wszystko i tak gromadzi się w jednym miejscu – tym miejscem jest człowiek. Trudno sobie wyobrazić zmianę, jakiej dokonuje w sobie prezes, jeśli nie ma w nim miejsca na zmianę również w roli męża, ojca czy przyjaciela.

7. **Coaching korzysta z zasobów klienta**

Zasoby każdego człowieka są w zasadzie zawsze nieskończone i niewyczerpane. Odczuwanie stanu braku zasobów to informacja o częściowej lub całkowitej utracie dostępu do nich. Przejście ze stanu „zasobności” w stan „niezasobny” to obszar, w którym coaching ma za zadanie określić strategie działania. Trzeba ją tylko odkryć i zrozumieć. Zaskakujące jest, w jak różnych warunkach człowiek zdolny jest nie tylko przeżyć, lecz także żyć, myśleć i działać.

8. **Coaching to proces, w którym pojawia się odpowiedzialność**

Odpowiedzialność wiąże się z podjęciem decyzji, wolnym wyborem i świadomością. Odpowiedzialność oznacza zgodę na przyjęcie konsekwencji własnych decyzji, własnych działań. Oznacza wykluczenie myślenia w kategoriach „działań osób trzecich”, cedowania na innych, wypierania poza siebie. Klient sam decyduje: co chce osiągnąć, ile chce osiągnąć, kiedy chce osiągnąć. Odpowiedzialność często jest kojarzona z winą. Wina wymaga oceny, a ocena reguły. Wina umniejsza poczucie własnej wartości, odpowiedzialność ją buduje. Klient jest odpowiedzialny za wynik, coach za warsztat pracy – za adekwatność stosowanych narzędzi, za przejście przez proces, za samego siebie w roli coacha. Odpowiedzialność dotyczy również wyboru – klient wybiera coacha, a coach wybiera klienta.

9. **Coaching buduje świadomość, wzmacnia wybory**

Coaching jest zbudowany na bazie pytań. Pytania prowadzą do doświadczenia, do zadań, które mają obudzić w kliencie na nowo ciekawość odkrywania, poznawania świata. Coaching jest zatem jednym wielkim archetypem „znaku zapytania”. Znaczenie dialogu, który buduje, oddają słowa Sokratesa:

„Jeżeli język nie jest poprawny, to co powiedziano nie jest tym, co zamierzano powiedzieć. Jeżeli to, co powiedziano nie jest tym, co zamierzano powiedzieć, nie zostanie zrobione to, co być powinno”.

Coaching uczy na nowo dawno utraconych zdolności. Wybija z dobrze znanych, powtarzalnych torów rutyny. Wzbudza uśpioną zdolność do samodzielnego myślenia, a tym samym rozwija samoświadomość. Dzięki świadomości możliwe staje się dokonywanie wyborów, a te prowadzą do zmiany.

10. **Coaching prowadzi do zmian**

Zmiana to przede wszystkim świadomość konieczności (potrzeby) jej wprowadzenia. Wymaga umiejętności analizowania, patrzenia na dany problem z różnych perspektyw, w odmiennych kontekstach. Klient w procesie coachingu poszerza

horyzont świadomości. Zaczyna dostrzegać to, co było wcześniej dla niego niedostępne, ukryte. Coach musi być obecny w procesie zmiany. Wspierać klienta w decyzjach, które nadają kierunek, siłę i wartość zmianie.

„Zmiana jest czymś powszechnym, dotyczy każdego, co nie znaczy, że nie jest trudna, stresująca, a czasem nawet bolesna. (...) Życie to zmiana. Może być duża albo mała, ale bez niej nie byłoby rozwoju. Zmiana i rozwój nie są równoznaczne ani z bólem, ani z poświęceniem” (Thorpe, Clifford 2004: 17).

11. Coaching pomaga się uczyć

Istotne różnice występują między coachingiem, szkoleniem, treningiem, nauczaniem, mentoringiem i terapią. Wszystkie niewątpliwie prowadzą do rozwoju, jednak rozwój ten jest realizowany na podstawie różnych metod, technik i narzędzi. Cel, jakim może być poprawa jakości życia klienta w procesie coachingu i w procesie terapeutycznym, ma zasadniczo różny kontekst, inne źródła zasobów. Coaching pomaga klientowi „uczyć się”, a nie jest po to, by klienta „uczyć”. Klient nie ma doświadczać wiedzy, doświadczenia czy mądrości coacha, dostawać z „zewnątrz” gotowych rozwiązań czy modeli zachowań. Klient w procesie coachingu ma doświadczać swojej mocy, własnej mądrości. Samodzielnie zdobywać informacje, przetwarzać je i wyciągać wnioski. Doświadczać na samym sobie efektów podejmowanych decyzji czy działań. „Uczenie się” w procesie coachingu rozwija obie strony relacji – klienta i coacha. Klient dąży do realizacji swoich celów, jednak aby było to możliwe, potrzebuje wsparcia ze strony coacha. Coach, aby mógł udzielić efektywnego wsparcia, musi dysponować samoświadomością z poziomów wyższych niż te, na których aktualnie znajduje się klient. Odwrotna zależność w trwającym procesie coachingu doprowadzi do zmiany ról lub do efektu „kręcenia się w kółko”.

12. Coaching wyzwala aktywność

Powtarzalny schemat działania daje w rezultacie powtarzalne, przewidywalne rezultaty. Efektywność realizowanych zadań utrzymuje się na pożądanym poziomie przez określony czas. Otoczenie zmienia się, w zależności od dziedziny gospodarki (branży) w cyklach kwartalnych, półrocznych, rocznych. Czas trwania cyklu – od zmiany do zmiany – jest, niezależnie od naszej woli, powiązany z aktywnością człowieka w danym środowisku. Utrzymywanie określonego paradygmatu w obszarze danego problemu czy działania zazwyczaj prowadzi do sytuacji, w której otoczenie „wyprzedza” mające zaistnieć w nim działanie. Oczywiście nie chodzi o to, aby aktywność była podejmowana w oderwaniu od rzeczywistości – dla samego tylko faktu generowania ruchu. Klient w procesie coachingu określa własne paradygmaty. Staje przed ważnymi wyborami: Czy je zachować, czy też zmienić? Powstająca w ten sposób przestrzeń wyboru prowadzi zawsze do aktywności.

PRAKTYCZNY WYMIAR COACHINGU

Coaching jest procesem doskonalenia kompetencji w obszarze, który chce rozwijać klient. Jest oparty na partnerskiej relacji i wzajemnym zaufaniu. Pomaga ludziom w stawaniu się tym, kim chcą, i byciu najlepszym jak to możliwe. Wydobywa i wzmacnia to, co w ludziach najlepsze. Wzmacnia firmę nie tylko przez rozwijanie indywidualnych kompetencji, lecz także przez kształtowanie odpowiednich postaw.

Coaching jest procesem, który trwa, który jest umiejscowiony w czasie. To bardzo istotne, ponieważ każdy efekt uzyskany dziś jest wzmacniany w taki sposób, by powodować efektywność również w przyszłości. Dlatego też coaching to inwestycja firmy w stały i dalekosiężny rozwój.

Tradycyjnie rozumiany coaching to nabywanie nowych umiejętności przez korygowanie nieskutecznych zachowań. Jest związany z obserwacją pracownika w trakcie wykonywanej pracy, jego samooceną, informacją zwrotną od coacha oraz wspólnym planowaniu nowych strategii postępowania.

Coaching w podejściu systemowym, holistycznym prócz wiedzy i umiejętności dostrzega również wpływ zachowań człowieka na jakość jego funkcjonowania w otoczeniu osobistym, społecznym i zawodowym. Istotne są zatem: system przekonań i poglądów, zakorzenione nawyki w myśleniu i działaniu, hierarchia wartości, poczucie tożsamości, odczuwanie równowagi między życiem osobistym i zawodowym. Każdy z wymienionych czynników może podnieść lub obniżyć efektywność wykonywanej pracy. Podobnie jak sposób, w jaki zarządzamy naszymi emocjami i budujemy relacje z innymi ludźmi.

Coaching w tym podejściu jest pomocny w odkrywaniu istotnych przyczyn tych zachowań, które wydają się mało użyteczne. Stwarza przestrzeń lub punkt wyjścia do wypracowywania nowych rozwiązań. Proces ten prowadzi do szybkiej i trwałej zmiany.

Szybkość zmiany jest efektem „punktu przyłożenia dźwigni”, czyli znalezienia i dokonania zmiany w tym obszarze, który wywoła „reakcję łańcuchową” w pożądanym kierunku. Zastosowanie „zasady dźwigni” pomaga w osiągnięciu maksymalnie dużych rezultatów przy włożeniu możliwie najmniejszego wysiłku w najkrótszym możliwym czasie.

Trwałość zmiany jest naturalnym następstwem używania autentycznych zasobów klienta. Często zdarza się, że klient nie jest świadomy swoich naturalnych zasobów.

Zdarza się również często, że używa ich tylko w niektórych obszarach swojego życia. Kiedy zaczyna używać ich w nowych obszarach lub w nowy sposób, wzrasta jego satysfakcja i zadowolenie.

KORZYŚCI PŁYNĄCE Z COACHINGU

Współczesne przedsiębiorstwa dla utrzymania przewagi konkurencyjnej na rynku w swojej strategii powinny uwzględnić działania w obszarach: dzielenia się wiedzą,

innowacyjności, wartości (misja, wizja) oraz budowania odpowiedzialności przez jednostki, zespoły i system.

„Obszarem najbardziej związanym z coachingiem jest w organizacjach zarządzanie zasobami ludzkimi, w którego ramach od kilkudziesięciu lat rozwija się także podejście strategiczne. (...) Obecnie, po niecałych trzydziestu latach, wydaje się, że bez uwzględnienia perspektywy strategicznej nie jest możliwe efektywne zarządzanie kadrami” (Sidor-Rządkowska 2009: 43).

Strategia oznacza przyjęcie co najmniej (Wright, McMahan 1992) czterech komponentów strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi: uznania, że ludzie stanowią źródło przewagi konkurencyjnej; dbałości o „jakość funkcjonowania” ludzi w organizacji; dążenia do „dopasowania” przez wzorce i plan opisujące cel i proces strategiczny; zorientowanie na realizację określonych celów organizacji.

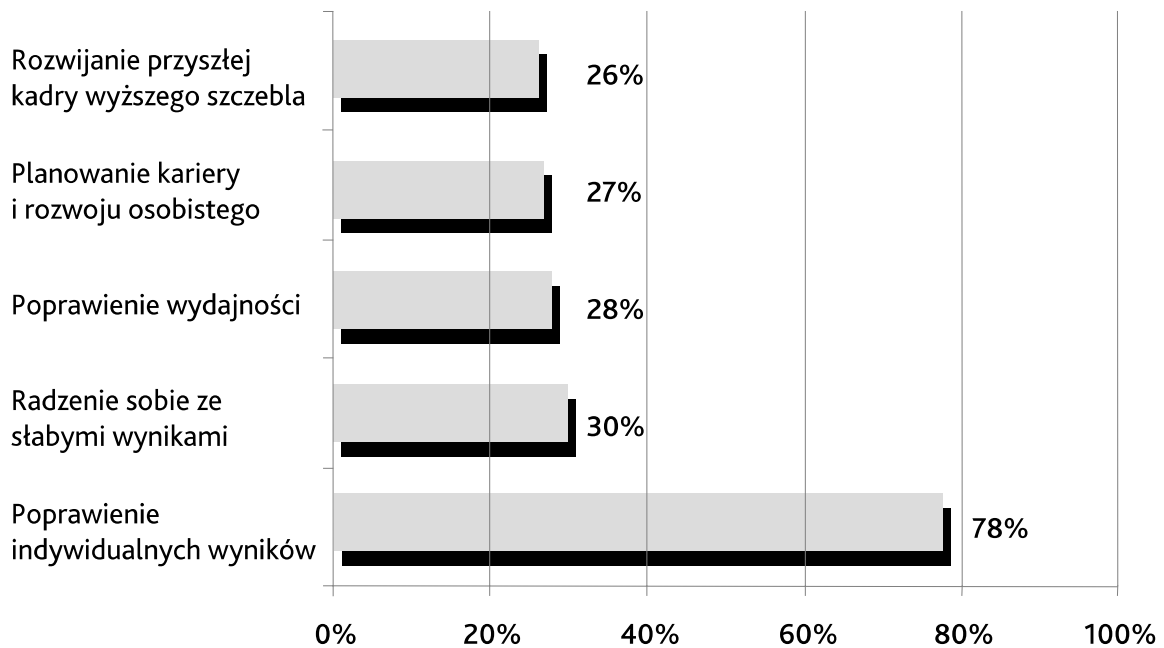
Trudno wyobrazić sobie sytuację, na dynamicznym i zmiennym rynku, w której podejście strategiczne wykorzystuje w ograniczony sposób lub wręcz pomija coaching. Coaching oznacza bowiem z perspektywy firmy:

- oszczędność czasu i środków finansowych,
- szybki wzrost efektywności i skuteczności,
- możliwość rozwoju pracowników w miejscu pracy,
- pomoc w projektowaniu ścieżek kariery zawodowej,
- wzmocnienie efektów treningów i szkoleń,
- wdrażanie pożądanых zmian, nabytej wiedzy i umiejętności,
- precyzyjne zastosowanie nowych rozwiązań w miejscach największej potrzeby i największego wpływu,
- aktywizację osób strategicznie ważnych i opiniotwórczych,
- uzyskanie efektu synergii w odniesieniu do jednostek i zespołów,
- wzrost zaangażowania i motywacji.

Natomiast z perspektywy pracownika (klienta):

- indywidualne podejście zorientowanie na cele osobiste i zawodowe,
- wsparcie w budowaniu samoświadomości, w odkrywaniu potencjału,
- pomoc w tworzeniu skutecznych strategii działania,
- funkcjonowanie w zgodzie z własnymi wartościami,
- osiągnięcie równowagi pomiędzy życiem osobistym i zawodowym.

Na rysunku 2 przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych w roku 2005 przez Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) dotyczące najczęstszych powodów, dla których przedsiębiorstwa inwestują w coaching.



RYSUNEK 2. POWODY INWESTYCJI W COACHING

Źródło: opracowanie własne na podstawie Chartered Institute of Personnel and Development.

Kto zatem najczęściej korzysta z coachingu? Wśród zainteresowanych możemy wskazać dwie, najliczniej reprezentowane, grupy. Pierwszą stanowią indywidualni klienci. Osoby, które same poszukują dla siebie coacha lub którym obecność coacha zapewnia firma, w której pracują. Poszukiwanie może być wynikiem indywidualnej oceny pracowniczej lub zespołowej (np. ocena 360°), konsekwencją awansu, zmiany stanowiska czy nowego zakresu obowiązków (przydziału zadań). Coaching często wypełnia specyficzne, jednostkowe zapotrzebowania.

Drugą grupę zainteresowanych coachingiem tworzą ludzie, których zadania wiążą się z zarządzaniem zespołami lub z ich prowadzeniem. Prezes zarządu, kadra menedżerska, menedżer projektu, trener wewnętrzny – to osoby, dla których budowanie relacji, zorientowanie na rozwiązania, realizacja wyznaczonych celów, poszukiwanie zasobów wymagają więcej niż standardowego podejścia do pracowników i tworzonych przez nich zespołów.

KILKA SŁÓW NA ZAKOŃCZENIE

Coaching jest specyficznym sposobem pracy, który skupia się na tworzeniu lub wzmacnianiu już i wciąż działającego się procesu zmiany, którego doświadcza klient (każdy człowiek). W rzeczywistości coaching jest jedynie nowym „opakowaniem”, „nową ramą” na od wieków „buzującą energię” i działający się zawsze

proces. Mówimy, że jest to proces, ale to wielkie uproszczenie. Proces przebiega tak naprawdę wewnątrz coachingu. Coaching określa jedynie specyficzny sposób zajmowania się tym wewnętrznym i dziejącym się niezależnie od wszystkiego procesem.

Coaching, terapia, trening to tylko nazwy. Użyjmy przenośni, by to wszystko wyjaśnić. Wyobraźmy sobie kostkę – sześcian. Na każdej ścianie napis. Na jednej „terapia”, na drugiej „coaching”, na trzeciej „trening” itd. We wnętrzu tego sześcianu jest wszystko i dzieje się tam nieprzerwany proces. Każda ściana jest specyficznym „sposobem wejścia” lub „bramą” do całego materiału, który znajduje się we wnętrzu. Każda „brama” jest specyficznym „filtrem” i zależnie od tego, przez którą z nich wejdziemy, zobaczymy inne rzeczy, zostaną wyłuskane inne aspekty z całości. Przed naszymi oczami pojawi się zupełnie inna „mapa” i tylko jakaś „część” całości. Będą też zupełnie inne możliwości, będziemy również mieć inny zestaw narzędzi do pracy. Dlatego nie można stwierdzić jednoznacznie, który sposób jest najlepszy, bo każdy ma swoje miejsce, swoje przeznaczenie, bo każdy jest najlepszy dla kogoś w jakimś konkretnym momencie życia.

Coaching to charakterystyczny „sposób” wejścia w „całość systemową” danej osoby i jednocześnie „sposób” pracy z dostępnym materiałem. Coaching nie zajmuje się wszystkim, ponieważ niektórych aspektów „nie widzi” lub narzędzia, którymi dysponuje, nie są wystarczające w jakimś aspekcie. Podobnie inne dziedziny w swojej „mapie” mają „luki”.

I dlatego tak dobrze mogą się uzupełniać i być dla siebie wsparciem. Z tego powodu jest przestrzeń dla różnych sposobów pracy, dla różnych działań, dla różnych procesów, dla różnych podejść.

Doświadczenie można mieć w kilku, nawet różnych, dziedzinach, ale to jeszcze nie oznacza, że można się bawić i stwarzać wciąż na nowo „kostkę Rubika”. Warto zawsze pamiętać, że za osobą „klienta” stoi konkretny, prawdziwy człowiek. Warto pamiętać, że potrzeba rozróżniania dziedzin i zachowania „czystości” ma – jak z tego wynika – bardzo głębokie podstawy. Podstawy, które tworzą fundament kształtowania życia – osobistego i zawodowego.

Piotr Pilipczuk

KefAnn s.c. Psychoedukacja. International Coaching Trainer ICC (Joseph O'Connor, Andrea Lages-O'Connor, Lambert do Brasil).

e-mail: kefann@kefann.pl

www.kefann.pl

BIBLIOGRAFIA

Clutterbuck, D. (2009) *Coaching zespołowy*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.

Gallwey, W.T. (2006) *Tenis: Wewnętrzna gra*. Pszczyna: ParaFraza.

Masłowski, W., Masłowska, D. (2007) *Wielka księga myśli świata*. Warszawa: KDC.

Parsloe, E. (2000) *Coaching i mentoring*. Warszawa: Petit.

Pedler, M., Aspinwall, K. (1999) *Przedsiębiorstwo uczące się*. Warszawa: Petit.

Rogers, J. (2010) *Coaching*. Gdańsk: GWP.

Sidor-Rządkowska, M. (red.) (2009) *Coaching*. Kraków: Wolters Kluwer Polska.

Smółka, P. (red.) (2009) *Coaching*. Gliwice: Helion.

Thorpe, S., Clifford, J. (2004) *Podręcznik coachingu*. Poznań: Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.

Wilson, C. (2010) *Coaching biznesowy*. Warszawa: MT Biznes.