

Robert Łęzak

50 historii
na **50** sesji

mentoringu lub coachingu

Imprint Media
Warszawa 2024

Agencja Wydawnicza Imprint Media

www.imprintmedia.pl

kontakt@imprintmedia.pl

Kontakt z autorem

www.robertlezak.pl

www.normanbenett.pl

robert.lezak@normanbenett.pl

tel. +48 504 104 694

© Copyright by Robert Łęzak 2024

© Copyright for this edition by Imprint Media 2024

Wszelkie prawa zastrzeżone. Reprodukacja całości lub fragmentów książki w jakiegokolwiek formie w mediach tradycyjnych lub elektronicznych wymaga każdorazowo zgody wydawcy.

Redaktor prowadzący Błażej Gałkowski

Redakcja Marta Grygoruk

Korekta Marzena Szymanowska-Pietrzyk

Projekt typograficzny i skład Błażej Gałkowski

Projekt okładki Robert Łęzak

Współpraca graficzna Beata Rząsa

Ilustracje [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com)

Druk, oprawa i dystrybucja Imprint Media

Złożono krojem Avenir Next Pro

Wydanie pierwsze

Warszawa 2024

ISBN 978-83-66614-26-0

Czy zdarzyło Ci się, że sesja coachingowa lub mentoringowa trwała siedem minut i zakończyła się olbrzymim sukcesem?

Mnie się zdarzyło. Wtedy właśnie zastosowałem technikę metafory. Po aktywnym wysłuchaniu klientki opowiedziałem jej krótką historię, która trwała 5 minut.

Klientka odpowiedziała sobie na nurtujące ją pytanie i wyszeptwała: „Już nic więcej na dziś nie potrzebuję. Wychodzę szczęśliwa”.

Podziękowania

Dziękuję wszystkim studentom Akademii Coachingu i Mentoringu Norman Benett, Akademii Leona Koźmińskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, którzy zainspirowali mnie do napisania tej książki. Bez Was by ona nie powstała. Dziękuję za Wasze wsparcie i ciągłe pytania o postęp prac. Dało mi to ogromną motywację. Bardzo dziękuję Wam za tę kolejną pozycję, którą – mam nadzieję – warto mieć w swojej bibliotece coacha i mentora.

Pragnę także podziękować zespołowi redakcyjnemu, który dbał o to, by każdy rozdział był spójny i klarowny. Wasza precyzja, uwaga poświęcona szczegółom i profesjonalizm były nieocenione. W szczególności dziękuję Błażejowi Gałkowskiemu, który czytał i recenzował moje teksty, wskazując fragmenty do poprawy, jak również uwierzył w wartość mojego dzieła i podjął się jego publikacji.

Z wdzięcznością wspominam o moich mentorach, dzięki którym rozwijałem się jako osoba i profesjonalista. Dzięki Wam stałem się lepszym coachem i mentorem, a moje doświadczenia z pewnością odzwierciedliły się na kartach tej książki.

Na koniec chciałbym podziękować wszystkim, którzy mnie kiedykolwiek wspierali, doradzali mi i kierowali mnie na właściwą drogę. Wszystkie te doświadczenia przyczyniły się do powstania tej książki, a Wasza obecność w moim życiu jest dla mnie bezcenna.

Z sercem i wdzięcznością

– Robert Łęzak

Komorów, grudzień 2023

Jak korzystać z książki?

Książkę tę napisałem z myślą o mentorach i coachach. Zgromadziłem tu pięćdziesiąt opowieści, którymi możesz posłużyć się podczas sesji, aby rozkruszyć przekonania klienta lub pomóc mu w poszerzeniu perspektywy.

Całość podzieliłem na pięć rozdziałów poświęconych pięciu najczęstszym sprawom, z którymi przychodzą do mnie klienci. Każdy z nich zawiera dziesięć historii, które możesz dopasować do potrzeb konkretnej sesji. We wstępie omawiam potencjał opowieści i metafor oraz sposoby pracy z nimi w coachingu i w mentoringu.

Przytoczone tu historie możesz wykorzystać bezpośrednio lub zmienić, dostosowując je do potrzeb sytuacji. Warto też sięgnąć do zbiorów opowieści, które na końcu rozdziałów podaję jako źródła. Część z nich opisuje moje własne doświadczenia, inne pochodzą z różnych tradycji światowych – w szczególności z bliskiej mi tradycji buddyjskiej. Mam nadzieję, że dzięki nim wzbogacisz swój warsztat, a także znajdziesz kolejne, być może własne opowieści, którymi jako coach lub mentor pomożesz swoim klientom przełamywać ograniczenia i osiągać coraz większe spełnienie we wszystkich aspektach życia.

Po co używać metafor?

Człowiek patrzy na świat przez własne filtry przekonań. Są to jego wierzenia, przyjęta przez niego tożsamość, zasady i wartości, którymi się kieruje. Zdecydowana większość z nas łądzi się, że widzi siebie, innych ludzi i świat takimi, jakimi są naprawdę. Tymczasem jedyne, co widzimy, to interpretacja siebie, innych i świata – nasza

własna, ograniczona i często zniekształcona wersja rzeczywistości. Oto kilka przykładów:

- „Trudno jest zdobyć fortunę”
- „Nie jestem wystarczająco dobry”
- „Moi partnerzy są zawsze niewierni”
- „Nie jestem osobą, która dobrze sobie radzi w pracy”
- „Powinnam robić łatwe rzeczy, ponieważ nie radzę sobie z wyzwaniami”
- „Wszyscy chcą mnie oszukać”
- „Nie mogę tego zrobić, to za trudne”
- „Ciągle jestem źle traktowany i nikt mnie nie szanuje”
- „Życie jest bez sensu i zawsze tak będzie”
- „Nie jestem wystarczająco pewna siebie”.

Przekonania sterują naszymi relacjami, ustalają nasze preferencje, zapewniają nam ramy moralne i są podstawą podejmowanych przez nas decyzji. Czasem jesteśmy ze swoich przekonań zadowoleni, czasem – nie. Części z nich jesteśmy świadomi, innej części – nie. Niektóre z naszych przekonań mogą nas ograniczać; inne mogą dawać nam napęd do działania i rozwoju.

Przekonania to myśli na temat siebie, innych i otaczającego nas świata – to, w co dana osoba wierzy i co uznaje za absolutnie prawdziwe. Nie są oparte na faktach, lecz na naszym postrzeganiu świata. Większość z nich powstaje w dzieciństwie i bazuje na opiniach, które usłyszeliśmy od innych ludzi, często autorytetów, i wzięliśmy za prawdę. Mogą być ze swej natury wspierające lub ograniczające. Warto zatem się dowiedzieć, jakimi przekonaniami posługuje się klient. Jeśli dane przekonanie wspiera klienta, ma on potwierdzenie, że to, w co wierzy, sprawdza się i może zostać wykorzystane. Jeśli

zaś jest to przekonanie ograniczające i nie zostanie przez klienta zmienione, może odbijać się czkawką i wracać w następnych sesjach lub rzutować na inne obszary życia.

„Jeśli zaakceptujesz ograniczające przekonanie, stanie się ono dla ciebie prawdą” – Louise Hay

„Jest tylko jedna przyczyna nieszczęścia: fałszywe przekonania, które masz w głowie. Przekonania tak popularne, tak ogólnie uznane, że nigdy nie wpadniesz na to, by je podważyć” – Anthony de Mello

Kiedy więc słyszysz od klienta zdanie typu: „**To jest jakiś**” albo „**Ja jestem jakiś**”, masz do czynienia z przekonaniem. Przekonania mogą zaczynać się od słów: „**To trudne**”, „**Ja nigdy**”, „**Ona zawsze**”, „**Każdy człowiek**”, „**To niemożliwe**”. Jeśli masz poczucie, że coś, o czym mówi klient, jest dla niego prawdą obiektywną, niepodważalną i że zarazem jest to przekonanie ograniczające, możesz pomóc swojemu rozmówcy je zmienić lub rozkruszyć. Istnieje tu wiele metod, którymi można się posłużyć. Na kursach i podczas szkoleń z coachingu i mentoringu uczymy między innymi takich jak:

- proste pytania rozkruszające
- praca z przekonaniem według Byron Katie
- RTZ – racjonalna terapia zachowań Maxiego C. Maultsby’ego.

Moją ulubioną metodą, którą uważam za najbardziej skuteczną, jest praca z metaforą.

Omówię teraz krótko, czym są metafory i w jaki sposób korzystam z metaforycznych opowieści w pracy mentora i coacha.

Czym są metafory?

Słowo „metafora” pochodzi z języka greckiego – *metaphorá* oznacza przeniesienie, przenośnię. Jest to figura stylistyczna i retoryczna polegająca na odniesieniu się do jednej rzeczy przez wspomnienie o innej. Metafora składa się więc z dwóch części lub elementów (w ramach różnych teorii określane są one różnymi terminami, które nie są nam tu potrzebne), z których jeden element wskazuje na drugi.

Mówisz do kogoś przykładowo: „potrzebujesz odetchnąć” albo „wrzuć na luz”. Nie chodzi Ci jednak ani o oddech, ani o pozycję dźwigni zmiany biegów, tylko o odpoczynek i odprężenie. Oddech jest więc metaforą odpoczynku, a przełączenie na bieg jałowy – metaforą odprężenia.

Podczas pracy z opowieściami zamieszczonymi w tej książce, podobnie jak w przypadku przypowieści stosowanych terapeutycznie od zarania dziejów we wszystkich chyba kulturach, cała opowieść lub jej element stają się metaforą jakiegoś aspektu życia klienta.

Wygląda na to, że znaczna część naszej wewnętrznej „mapy świata” stworzona jest z różnorodnych metafor.

George Lakoff i Mark Johnson w książce *Metafory w naszym życiu*¹ piszą:

„Dla większości z nas metafora jest czymś niezwykle, co w języku codziennym się nie pojawia. Co więcej, powszechnie uważa się metaforę za właściwość jedynie języka, a więc rzecz związaną ze słowami, nie zaś z myślami

czy działaniami. Z tego powodu większość z nas sądzi, że można doskonale obyć się bez metafory. Jest zaś zupełnie przeciwnie, odkrywamy obecność metafory w życiu codziennym, nie tylko w języku, lecz też w myślach i czynach. System pojęć, którymi się zwykle posługujemy, by myśleć i działać, jest w swej istocie metaforyczny.

Pojęcia, które kierują naszym myśleniem, nie są jedynie sprawą intelektu. Kierują także naszym codziennym postępowaniem, nie wykluczając nawet najbardziej przyziemnych szczegółów. Pojęcia te nadają kształt temu, co postrzegamy, temu, jak dajemy sobie radę w otaczającym nas świecie i jak odnosimy się do innych ludzi. W ten sposób nasz system pojęć odgrywa główną rolę w określaniu naszej codziennej rzeczywistości. Jeżeli prawdą jest, że nasz system pojęć ma w głównej mierze charakter metaforyczny, to sposób, w jaki myślimy, to, czego doświadczamy i co czynimy na co dzień, jest w wielkiej mierze sprawą metafory”.

Tworzenie metafor jest jak komponowanie muzyki. Znaczenie niesione przez muzykę i metafory różni się od znaczenia, które kojarzymy z językiem. Trafia bezpośrednio do podświadomości i jest interpretowane głównie przez prawą półkulę mózgu. Warto dodać, że wypowiedź można rozumieć bezpośrednio – w sensie literalnym oraz pośrednio – w sensie figuratywnym. Jeśli spróbujemy literalnie rozumieć słowa zestawione w metaforze, otrzymamy się o absurd. Wyda się nam, że to jakaś anomalia językowa.

O tym, że zamiast językowego dziwołoga uzyskujemy narzędzie przekazywania informacji, decyduje proces wnioskowania. Dzięki

niemu odkrywany jest przenośny sens wyrażenia, dlatego zgodnie z duchem kognitywizmu to metaforom przypadają funkcje ułatwiające poznanie, czyli kognicję.

Cały nasz świat zbudowany jest z metafor, wplecionych w naszą komunikację. Są to głównie metafory martwe lub potoczne, którymi posługujemy się niezwykle często, zazwyczaj nieświadomie. Gdybyśmy chcieli z nich zrezygnować, mogłoby to doprowadzić do szeregu konfliktów komunikacyjnych. Metaforą posługują się nie tylko osoby o bogatym słownictwie czy rozbudowanej wyobraźni. Korzystamy z nich na co dzień wszyscy – często nawet nie zdając sobie z tego sprawy.

Poniżej kilka przykładów metafor martwych, czyli frazeologizmów i idiomów:

- „Nie chcę **ciągnąć cię za język**, więc lepiej mi to powiedz”
- „Zapraszam was na **burzę mózgów**”
- „**Czas to pieniądź**, więc pospiesz się”
- „Wydaje mi się, że **nadajemy na tych samych falach**”
- „Ta krytyka **podcięła mi skrzydła**”
- „Czy **interes dobrze się kręci?**”

Dla istnienia metafory kluczowe jest jednak samo zestawienie dwóch pojęć lub obrazów, niekoniecznie konkretne słowa czy wyrażenia. Pierwszy z przykładów można wyrazić **równie metaforycznie**, choć już nie idiomatycznie (czyli nie według językowego uzusu) słowami: „Nie chcę tego z ciebie wyciskać, więc...”, „Muszę cię torturować, czy mi to powiesz?” bądź „Powiesz mi, czy mam przynieść lampę na przesłuchanie”? Tak w każdej chwili powstać mogą metafory żywe.

Funkcje i rodzaje metafor

Metafory mogą pełnić różne funkcje:

- W wymiarze wewnętrznym pomagają nam porządkować rzeczywistość i myśli.
- W komunikacji i przekazie publicznym pozwalają ubarwić wypowiedź lub uczynić temat bardziej zrozumiałym, często poprzez utworzenie mostu pomiędzy tym, co znane, a tym, co nowe.
- W psychoterapii mają na celu poradzenie sobie z oporem klienta, pomagają zmienić jego przekonania lub dotrzeć do wypartych uczuć i wspomnień, a w efekcie – do wewnętrznych zasobów.
- W coachingu pomagają klientowi poszerzyć perspektywę, rozkruszyć przekonania i zwrócić uwagę na szereg nieeksplorowanych dotąd możliwości.
- W mentoringu użycie metafory pokazuje inny punkt widzenia, otwiera nową, być może nieznaną jeszcze przestrzeń oraz poszerza perspektywę.

Metafory w psychoterapii

Metafora od dawna wykorzystywana jest jako narzędzie terapeutyczne. Jednym z pionierów pracy z metaforą i anegdotą był amerykański psycholog i psychiatra – Milton Hyland Erickson. Podkreślał on szczególne znaczenie nieświadomości oraz narzędzi terapeutycznych pozwalających na wykorzystanie jej potencjału.

Postrzegając nieświadomość pacjenta jako zasób, Erickson zdawał sobie sprawę z jej unikalnych sposobów przetwarzania informacji.

Czasami terapeuta musi działać na poziomie nieświadomości, ponieważ daje ona wgląd w sytuację znacznie wcześniej niż świadomość.

Nieświadomość często posługuje się językiem metaforycznym. Erickson podkreślał, że choć ważne jest rozpoznawanie tego symbolicznego przekazu, nie zawsze konieczne jest tłumaczenie jego ukrytego znaczenia na język jawny. Wierzył, że pacjenci zwykle dysponują odpowiednimi zasobami i doświadczeniem, aby poradzić sobie z własnymi problemami. W swojej pracy często odwoływał się do „zasady spożytkowania”. Jego podstawowy przekaz głosił, że skuteczna terapia powinna spożytkować wszystko, co pacjent wnosi do procesu. Spożytkowanie polega na gotowości terapeuty do strategicznego odpowiadania na każdy aspekt związany z pacjentem czy jego otoczeniem. Przekładając to na pracę coachingową, kiedy klient prezentuje wyzwania, trudności czy słabości, coach powinien spojrzeć na nie jako na możliwości rozwoju i nauki.

Erickson w swojej praktyce korzystał i z prostych, i z bardziej złożonych metafor. Mogły one być łatwo zrozumiałe lub subtelnie zawołane. Używał ich podczas transów, rozmów i innych interwencji.

Jednym z jego ulubionych porównań, które często przywołuję na pierwszych zajęciach z coachingu, by opisać rolę coacha w procesie coachingowym, jest poniższa historia.

Pewnego dnia wracałem ze szkoły, kiedy obok naszej grupy uczniów przebiegł koń bez jeźdźca, ze zwisającą uzdą. Wbiegł na wiejskie podwórze, szukając wody. Był zlany potem. Rolnik nie wiedział, czyj to koń. Zebraliśmy się wokół zwierzęcia.

Wskoczyłem na jego grzbiet. Ponieważ miał uzdę, ująłem wodze, zawołałem „Wio!” i skierowałem go w stronę szosy. Wiedziałem, że koń potrafi wrócić do swojego domu, ale nie znałem drogi. W końcu, po około siedmiu kilometrach, koń skręcił na podwórze.

Gospodarz zapytał: „Skąd go wzięłeś?”. Odpowiedziałem: „Znaleźliśmy go około siedmiu kilometrów stąd”. „Skąd wiedziałeś, dokąd ma iść?” – zdziwił się.

Odparłem: „Nie wiedziałem... To koń wiedział. Ja tylko pilnowałem, żeby trzymał się drogi”.

Podjęcie Milтона Ericksona do metafory może być niezwykle wartościowe dla praktyki coachingowej. Pozwala ono coachowi wykorzystać nieświadome myśli i uczucia klienta, budować na jego doświadczeniach i zasobach oraz komunikować się za pomocą metafor i anegdot. Dzięki temu proces coachingowy staje się bardziej skuteczny.

Zastosowanie metafory w coachingu

1. Dzięki swojej niejednoznaczności opowieść metaforyczna pozwala klientowi, który posługuje się wyobraźnią, nadać jej własne znaczenie. Elastyczność opowieści sprawia, że jest ona kanałem dla różnych komunikatów – sugerując rozwiązania problemów, prezentując opinie, podsuwając możliwości działania, pomaga wskazać odbiorcy nowe punkty widzenia¹.
2. Metafora zmniejsza opór klienta. Pozwala wprowadzić trudne dla niego sprawy w sposób delikatny, wykorzystując pośrednią formę komunikacji. Odbierana jest jako mniej zagrażająca², np. gdy odbiorca nie potrafi rozmawiać o kwestiach związanych z seksualnością czy kobiecością. Coach może wtedy zastosować m.in. metafory związane z naturą – przeistaczaniem się gąsienicy w motyla czy zmianą pór roku (rozbudzaniem natury na wiosnę), a także z jedzeniem – delektowaniem się nim, poznawaniem nowych smaków i przeżywaniem przyjemności, jaką dany smak przynosi.
3. Metafora pomaga w budowaniu umiejętności i siły ego². Opowieść o osobie, która pokonała swoje trudności, może pośrednio wzmocnić przekonanie klienta, że w jego wypadku również jest to możliwe. Treść historii zawierać może wówczas instrukcję postępowania, opis pożądanego zachowania, które warto naśladować. Wzmacnia to poczucie sprawczości klienta i pozwala mu zmierzyć się z własnym problemem z większą pewnością siebie¹.

4. Metafora łączy przeszłość z teraźniejszością i przyszłością. Połączenie to otwiera nowe perspektywy u odbiorcy, podważa jego stare przekonania, co może budzić pewien niepokój, ale i gotowość do zmiany³.
5. Metafora pozwala przekazać treść niejako w cudzysłowie. Na przykład jedna postać w historii może rzucić do drugiej: „To była wymagająca decyzja”⁵. Może też zawierać wbudowaną sugestię, wyrażoną wprost: „Dasz sobie radę”. Dzięki temu słuchacz ani nie poczuje się bezpośrednio zagrożony (w pierwszej sytuacji), ani nie odczuje presji (w sytuacji drugiej). Jeśli taka uwaga zostanie właściwie umieszczona w kontekście (i wyróżniona zmienionym tempem lub tonem głosu), może wyrzucić na nim ogromne wrażenie.
6. Metafora jest narzędziem niezwykle nośnym. Coach może korzystać z wszelkich dostępnych zasobów: własnych doświadczeń życiowych, wiedzy, zasłyszanych anegdot, poczucia humoru, świata filmu, muzyki, techniki – ze wszystkiego, co tylko wydaje się użyteczne dla klienta. Gdy coach pracuje ze sportowcem, to wyjaśniając, czym jest coaching, może przywołać metaforę treningu. Pracując z mechanikiem samochodowym, może używać metafor związanych z pracą silnika. Kreatywność jest największym sprzymierzeńcem coacha – im większe ma on zaufanie do własnej intuicji, tym większa jest szansa na pomoc klientowi w odnalezieniu jego własnej drogi do rozwiązania².
7. Metafora może być pomocna przy desensytyzacji. Dzięki opowiedzeniu serii anegdot, w których występują sytuacje

związane z lękami klienta, można te lęki zredukować. Trzeba jednak uważać, by kontrolować poziom napięcia odbiorcy⁵.

8. Metafory pozostają w pamięci słuchacza przez dłuższy czas, łatwo też je przywołać, zwłaszcza w sytuacjach wiążących się w pewien sposób z treścią historii. Klient przetwarza przekaz opowieści nawet wtedy, gdy na poziomie świadomym jest zajęty innymi sprawami².
9. Metafory stanowią łącznik między kulturami. Odzwierciedlają wartości, percepcję, wzorce myślenia należące do danej kultury. Spotykając odmienne – czasem skrajnie – sposoby rozumienia, łatwiej odkryć względność czy nawet sztywność własnych stereotypów myślenia. Ponadto opowieści są przekątnikiem tradycji. Słuchacz ma dzięki nim dostęp do dziedzictwa intelektualnego i duchowego wielu generacji. Może również wzbogacić przekaz o własne interpretacje, a więc stać się kolejnym ogniwem we współtworzeniu historii².

Jak opowiadać historie w coachingu, a jak w mentoringu?

Ból głowy Mariana nie może się równać bólowi głowy Barbary, a ból głowy Barbary nie może się równać bólowi głowy Anny. Chcę przez to powiedzieć, że każdy z nas ma inny problem – ból głowy. Nawet jeśli nazywamy go tym samym słowem, może ono znaczyć coś innego. Osiem miliardów ludzi to osiem miliardów bólów głowy.

Jeśli więc przyjdzie do Ciebie klient z podobnym problemem co poprzedni, nie zakładaj, że to dokładnie ten sam problem.

Każdy problem jest inny, inaczej zabarwiony przez kontekst, doświadczenia, nastawienie umysłu, chęci czy motywacje. Używanie metafor pozwala bezpiecznie dotrzeć bezpośrednio do podświadomości klienta i zaprosić go do szukania rozwiązań. I nawet jeśli opowiesz tę samą historię w odpowiedzi na podobne problemy Mariana, Barbary i Anny – nie zakładaj, że otrzymasz identyczną odpowiedź. Tak właśnie działa metafora.

Zasada spożytkowania, której wielkim orędownikiem był Erickson, opiera się na przekonaniu, że najskuteczniejsze interwencje mają swoje źródło w samym kliencie i wynikają z jego indywidualnych cech. Liczy się tu gotowość do konstruktywnej odpowiedzi na każdą potrzebę klienta wynikającą z jego życia i doświadczenia.

Zgodnie z tą zasadą, aby skutecznie posługiwać się metaforą, nie trzeba mieć wyjątkowej pamięci. Trzeba tylko być uważnym, słuchać i obserwować. Odpowiedź jest obecna w każdym z nas. W reakcji na to, z czym przychodzi klient, wystarczy przywołać sytuację, która z Tobą rezonuje i odzywa się pod wpływem słów rozmówcy. Możesz opowiedzieć tę historię tak, jak ją pamiętasz, ale bez dydaktycznej puenty. Gdy będziesz umiał skupić się na emocjach, które wywołuje w Tobie temat poruszany przez klienta, niczym w studni odezwie się w Tobie echo i pojawi się opowieść. To będzie Twoja osobista, autentyczna historia.

Oczywiście może zdarzyć się tak, że nic się nie pojawi. W ogóle się wtedy nie przejmuj, gdyż to na początku naturalne. Rozwiązanie zawsze istnieje. Im więcej historii i opowieści będziesz czytać –

z nastawieniem, że mogą okazać się pomocne podczas sesji – tym częściej będziesz je zapamiętywać. Wystarczy korzystać z tej książki. Przeczytaj ją, a potem miej przy sobie przed każdą sesją coachingu czy mentoringu. Przed spotkaniem, kiedy zaglądasz do raportów klienta, pobieżnie przejrzyj też książkę, a przypomni Ci się opowieść, która według Ciebie może być przydatna i pomóc klientowi w poszerzeniu mapy umysłu. Przeczytaj ją ponownie i postaraj się zapamiętać. Obiecuję, że z czasem historie zaczną się pojawiać w umyśle nie wiadomo skąd i kiedy, w odpowiedzi na to, z czym przyjdzie do Ciebie klient.

Kiedy klient zgłasza wyzwanie, przed którym stoi, dylemat lub cel, w odpowiedzi opowiedz mu historię. Znajdź rozdział pasujący do danej kwestii, a następnie wybierz jedną z 10 historii, które przygotowałem.

Zawsze miej na uwadze, że istnieje wielka różnica w sposobie opowiadania historii podczas procesu coachingowego oraz podczas procesu mentoringowego.

W coachingu

W coachingu warunkiem skutecznego użycia metafory jest uniknięcie dydaktycznej puenty, ponieważ może ona naprowadzić klienta na osobiste rozwiązanie coacha, które wcale nie musi być najlepsze. Efektywna metafora ma inspirować klienta do nowych rozwiązań. Nie może być radą, propozycją ani interpretacją zachowania rozmówcy. Jest raczej jak dobra historia opowiedziana w reakcji na to, co słyszymy od klienta, z pozytywną intencją pełną uważności, chęci pomocy i znalezienia rozwiązania. Mechanizm działania metafory przypomina tworzenie wizualizacji: klient podąża za

opowieścią coacha, rysując w umyśle obrazy, których zakończenie może być nieoczekiwane. Metafora ma zapraszać, zasiewać ideę i prowokować do wyjścia z ciasnego pudełka, w którym klient nie widzi rozwiązań ani możliwości innego spojrzenia na daną sprawę. Przyczynia się także do poszerzenia perspektywy i uruchomienia inkubacji prowadzących do nowych rozwiązań. Ponieważ coaching to relacja partnerska, w coachingowej formule opowiadania metafor zawsze zaczynamy od pytania o zgodę: „**Czy chcesz posłuchać mojej opowieści?**”, a kończymy zachętą do autorefleksji. Daje to klientowi poczucie wpływu na działania i przede wszystkim oferuje wybór. Na koniec historii to klient decyduje, co z danej narracji weźmie, co odrzuci, a co uzna za nieistotne.

Opowieść pozwala klientowi w szczególny, osobisty sposób (poprzez trafianie do podświadomości) odkryć nieznanne aspekty ważnej dla niego sprawy lub potwierdzić słuszność wcześniej obranej drogi. Może zadziałać jak podpowiedź, ostrzeżenie lub zaproszenie do działania. Najważniejsze jest jednak to, że klient sam wybiera, który fragment historii będzie dla niego sygnałem do zmiany sposobu myślenia. **W coachingu kończysz zatem historię, nie zamykając jej puentą.** Po opowiedzeniu anegdoty, przypowieści czy baśni możesz zapytać: „Co sobie z niej wybierzesz?” lub „Wybierzesz sobie z niej choć trochę? A może wybierzesz wszystko lub nie wybierzesz nic?”.

Jest to bardzo ważne, ponieważ powyższe pytania zapraszają klienta do samodzielnego szukania rozwiązań i analizy dotychczasowych działań.

Technika metafory jest bardzo prosta. Wystarczy zastosować cztery kroki, przedstawione na ilustracji 1 obok. Schemat ten pochodzi



Ilustr. 1. Cztery kroki w pracy techniką metafory

z seminarium Roberta Diltsa *From Coach to Awakener*, które odbyło się w Lublinie w 2006 roku.

Szczegóły tej techniki oraz inne wartościowe materiały do pobrania dotyczące pracy z metaforą znajdziesz na mojej stronie:

<http://www.robortlezak.pl/metafora>.

W mentoringu

W mentoringu jest trochę inaczej, ponieważ masz więcej środków, z których możesz skorzystać. Opowieść metaforyczna jest kulturowo

kojarzona z mądrością, czyli właśnie z mentorem, mentoringiem czy samą relacją mistrz – uczeń. To dziedzictwo czasów, gdy niewielu ludzi potrafiło czytać. Podstawowym narzędziem komunikacji były wtedy przekazy ustne. Opowieść metaforyczna może kojarzyć się ze starym mędrce z siwą brodą, który na zadane pytanie nie daje gotowej odpowiedzi, tylko formułuje kolejne pytanie, inspirując rozmówcę do samodzielnego poszukiwania rozwiązań. Z uwagi na fakt, że mentor może dzielić się swoim doświadczeniem, dawać wskazówki czy rady, oceniać i opiniować, możesz posługiwać się metaforą w inny, bardziej rozbudowany sposób. Tu możesz użyć sugestii lub rady i po zadaniu pytań stosowanych w coachingu dołożyć dalszą część historii, czyli przedstawić własną perspektywę: jak Ty widzisz daną opowieść, co ona w Tobie wywołuje.

Każda z 10 historii zawartych w poszczególnych rozdziałach pokazuje rozwiązanie z nieco innej strony. Dlatego warto dopasować historię do tego, co słyszysz od klienta, żeby zwiększyć efekt oddziaływania metafory. Oczywiście na samym końcu to klient decyduje, co sobie z opowieści wybierze – może odkryć coś zupełnie innego niż Ty, nie wybrać nic lub wybrać wszystko.

Pamiętaj: historii nie należy czytać, trzeba je opowiadać! Nie ważne, że o czymś zapomnisz, pomylisz datę lub inaczej nazwiesz bohatera. Chodzi o to, żeby to był Twój przekaz, Twoje rozumienie historii. Tylko w ten sposób możesz być przekonujący i autentyczny. Nie wierz mi na słowo, spróbuj sam przeczytać i opowiedzieć z pamięci.

Jakie kompetencje rozwiniesz dzięki tej książce?

Zawód coacha i mentora wymaga odpowiednich kompetencji, a ta książka pozwala je poszerzać i szlifować. Żeby mieć pełną świadomość własnego rozwoju zawodowego, po każdej sesji mentoringowej lub coachingowej warto wypełniać dziennik refleksji. Dzięki niemu jak w zwierciadle można przyjrzeć się sobie i swoim zachowaniom w świetle wybranych wskaźników. Pomaga to w zrozumieniu i eliminacji popełnianych błędów oraz szlifowaniu praktyki. Ta książka pomoże Ci rozwijać następujące kompetencje:

1. Samoświadomość

Wykazywanie świadomości własnych wartości, przekonań i zachowań. Rozpoznawanie, w jaki sposób wpływa to na pracę. Wykorzystywanie samoświadomości do skutecznego osiągnięcia celów klienta i – w niektórych sytuacjach – sponsora.

2. Zaangażowanie w samodoskonalenie

Zgłębianie i doskonalenie standardów pracy, dbanie o reputację zawodu.

3. Budowanie relacji

Umiejętne budowanie i podtrzymywanie relacji z klientem i sponsorem.

4. Tworzenie przestrzeni dla wglądu i wiedzy

Pracowanie z klientem i sponsorem nad pogłębianiem wglądu i wiedzy.

5. Ukierunkowanie na działanie i wynik

Stosowanie odpowiedniego podejścia i korzystanie z umiejętności w celu wsparcia klienta w dokonywaniu pożądaných zmian.

6. Wykorzystywanie modeli i technik

Sięganie po modele i narzędzia, techniki i pomysły wykraczające poza podstawowe umiejętności komunikacyjne w celu pogłębienia wglądu i wiedzy.

Struktura książki

Coaching to sztuka pomagania ludziom w rozwoju bez mówienia im, co mają robić – i ta książka ma dokładnie taki przekaz. Metafory, które tu znajdziesz, są w pewnym sensie pytaniami, które zadajemy klientowi w odpowiedzi na jego wyzwanie.

Książka została podzielona na pięć rozdziałów, ściśle związanych z wyzwaniami, z którymi w ostatnich latach przychodzą do mnie osoby potrzebujące wsparcia. Kluczowe wyzwania to:

1. perfekcjonizm
2. brak pewności siebie
3. brak rozwiązania
4. postawa „wiem wszystko najlepiej”
5. *work-life balance*.

Jak pracować z książką?

- Kiedy przychodzi do Ciebie klient i zgłasza wyzwanie, które mieści się w jednej z ujętych tu kategorii, możesz w łatwy sposób wybrać jedną z 10 historii i opowiedzieć ją po swojemu. Na górze każdej strony znajdziesz informację, którego rozdziału dotyczy dana historia, i tytuł opowieści. Nie musisz używać wszystkich metafor. Możesz wybrać z każdego rozdziału dwie-trzy historie, które w Tobie najbardziej zarezonowały. Im częściej będziesz korzystać z metafor, tym łatwiej będą się one pojawiać w Twoim umyśle jako odpowiedź na to, z czym przychodzi coachee.
- Jeśli pracujesz jako mentor, możesz skorzystać z mojego subiektywnego wyjaśnienia, które znajduje się pod każdą historią, lub wyjaśnić ją po swojemu, tak jak do Ciebie przemówiła.
- Na koniec zadaj klientowi pytanie: „Co sobie bierzesz z tej historii?”.





**Perfekcjonizm,
ciągły brak
zadowolenia
z rezultatu,
nadmierny
krytycyzm,
widzenie
dziury w całym**

Czasem w trakcie sesji coachingu lub mentoringu dochodzi do wymiany poglądów i klient mówi, że coś go ciągle denerwuje. Pytam, co to takiego. Często słyszę, że to bardzo wysoko postawiona poprzeczka lub że mój rozmówca ma perfekcjonistyczne podejście do obowiązków. Posiadanie wysokich standardów jest w porządku, jeśli traktujemy je elastycznie i potrafimy się uczyć na błędach. Natomiast stawianie sobie poprzeczki nie do przeskokowania wprowadza do naszego życia toksyczny perfekcjonizm, a wraz z nim – nieustający stres.

Problem staje się jeszcze poważniejszy, kiedy dążenie do doskonałości idzie w parze z lękiem przed porażką. Myślimy wtedy: „Inni będą mnie akceptować tylko pod warunkiem, że świetnie sobie ze wszystkim poradzę”, „Nawet drobny błąd może doprowadzić do katastrofy”, „Wszystko, co niedoskonałe, jest złe”. Takie przekonania są fałszywe i opierają się na zakłóceniach poznawczych opisanych przez Davida Burnsa, do których należą:

- **przesadzanie – myślenie katastroficzne i bagatelizowanie** (nadajesz zbyt duże znaczenie własnym błędom lub czyims osiągnięciom i odwrotnie: nieadekwatnie pomniejszasz własne dokonania lub czyjeś niedoskonałości)
- **czarne okulary** (wybierasz jeden negatywny szczegół i skupiasz się wyłącznie na nim, przez co obraz rzeczywistości jest zafałszowany)
- **nadmierne uogólnianie** (postrzegasz pojedyncze negatywne wydarzenia jako niekończący się wzorec porażki)
- **myślenie „wszystko albo nic”** (widzisz wszystko jako czarne lub białe; jeżeli to, co robisz, nie okazuje się w pełni perfekcyjne, postrzegasz siebie jako kompletnego nieudacznika).

Konsekwencją perfekcjonizmu może być nieustający stres, brak radości życia czy poczucie wypalenia. Perfekcjonizm grozi także depresją, którą powoduje brak codziennych nagród, wynikających z prostego stwierdzenia: „Udało mi się, zrobiłam to dobrze, jest OK”.

Żyjemy w kulturze, którą Brené Brown (autorka książki na temat wrażliwości: *Z wielką odwagą*) nazywa kulturą „nigdy dość”. Jeśli wybudowałeś dom – możesz mieć lepszy, większy, w innym miejscu. Jeśli masz partnera, możesz mieć lepszego, jeszcze przystojniejszego, bardziej czarującego. Masz wysokie stanowisko, na którym się realizujesz – możesz mieć bardziej prestiżową pracę, lepiej płatną, w innym miejscu na świecie, w innej firmie. I tak dalej. Stan nienasyceńca nie ma końca, chcemy więcej i więcej.

W telewizji, radiu czy internecie widzimy i słyszymy reklamy, które wzmagają i podsycają nasze potrzeby, a w końcu sprawiają, że jesteśmy wiecznie niezaspokojeni. Myślenie w kategoriach „nigdy dość” staje się naszą mantrą. Wydaje się nam, że możemy jeszcze wydajniej pracować, możemy być bardziej skuteczni, atrakcyjni czy kochani. Problem polega na tym, że dążenie do „jeszcze więcej” nie ma końca – nie istnieje punkt, w którym bylibyśmy szczęśliwi. Dobrze pokazuje to Tal Ben-Shahar w książce *W stronę szczęścia*. Nasza kultura sprzyja takiemu sposobowi myślenia. Właśnie dlatego tylu ludzi wokół daje się zapędzić do udziału w wyścigu szczurów. Jeśli uda nam się zrealizować określoną normę w pracy, czeka nas premia na koniec roku. Uczymy się więc skupiać bardziej na następnym celu niż na „tu i teraz”, przez całe życie gonimy za nieuchwytną przyszłością.

Kiedy więc słyszysz od klienta, że:

- robi coś „tak jak należy” albo nie robi wcale
- ma trudności z podejmowaniem decyzji, ponieważ mogą się one okazać „nieidealne”
- jeśli popełni jakiś błąd, długo nie przestaje o nim myśleć
- wielokrotnie sprawdza treść maili przed wysłaniem, bo boi się popełnić błąd
- zawsze znajduje błędy innych ludzi i zwraca im uwagę, jeśli się mylą, bo przecież jest to niezgodnie z „perfekcyjnym wykonaniem”
- zbyt dużo pracuje, ponieważ mnóstwo rzeczy robi sam, zamiast delegować zadania, bo przecież „nikt nie zrobi tego tak dobrze jak on”
- zgodnie ze swoją normą bycia w porządku wymaga, by inni również byli idealni
- trzyma się sztywnych reguł – „to ma być zrobione właśnie tak, a nie inaczej”
- silnie reaguje na krytykę, która może ujawnić niedoskonałość
- unika bliskich relacji, ponieważ przesadnie dba o fasadę – nakłada maskę osoby idealnej, zrównoważonej, uprzejmej, kompetentnej i lęka się zdemaskowania...

...to znaczy, że masz do czynienia z **perfekcjonizmem**! Kiedy klient przychodzi do Ciebie z podobnym wyzwaniem, możesz zacząć pracę z nim od opowiedzenia jednej z poniższych historii – w zależności od tego, co usłyszysz od rozmówcy albo co akurat w Tobie zarezonuje z usłyszaną relacją.

1.

Dwie niefortunne cegły

Byliśmy grupą biednych mnichów, którzy potrzebowali dachu nad głową. Nie mogliśmy sobie pozwolić na zatrudnienie prawdziwego fachowca, same materiały kosztowały krocie. Tak więc musiałem od początku do końca nauczyć się budowlanki: jak stawiać fundamenty, betonować, układać cegły czy dach, montować hydraulikę.

Przez całe swoje świeckie życie zajmowałem się fizyką teoretyczną i uczyłem w szkole średniej, więc nie przywykłem do pracy fizycznej. Po kilku latach stałem się wprawnym budowlancem, nazywałem nawet swoją załogę BBC (Buddhist Building Company – buddyjska firma budowlana). Ale początki były naprawdę ciężkie.

Układanie cegieł może wyglądać na łatwe: najpierw warstewka zaprawy, potem trochę przyklepać tu, trochę tam. Kiedy zacząłem to robić, wyrównywałem jeden róg, a drugi szedł w górę. Więc od nowa wyrównywałem z drugiej strony i cegły wyslizgiwały się z murku. Gdy wpychałem je z powrotem, by zachować poziom, pierwszy róg znowu szedł za wysoko. Spróbujcie sami!

Jako mnich byłem cierpliwy i miałem tyle czasu, ile potrzebowałem. Sprawdzałem każdą cegłę, niezależnie jak długo to trwało. Wreszcie ukończyłem swoją pierwszą ścianę. Stałem przed nią i – o zgrozo – dopiero wtedy zauważyłem, że umknęły mi dwie cegły. Wszystkie pozostałe leżały równiutko w jednej linii, ale dwie przechylały się w rogu. Wyglądały strasznie. Zepsuły cały mur. Prawdziwa ruina.

Zaprawa stężała na tyle, że nie dało się wyjąć cegieł, więc zapytałem opata, czy mogę zburzyć mur i zacząć od nowa albo – jeszcze lepiej – wysadzić swoje dzieło w powietrze. Odwaliłem fuszerkę i byłem bardzo zawstydzony. Opat nie pozwolił, mur miał pozostać.

Kiedy oprowadzałem pierwszych gości po naszym nowo powstałym zakonie, zawsze starałem się unikać swojego murku. Nienawidziłem chwil, gdy ktoś zdołał zobaczyć „to coś”. Pewnego dnia, około czterech miesięcy po zakończeniu prac, oprowadzałem człowieka, który zwrócił uwagę na nieszczęsny fragment naszych zabudowań.

– Jaka fajna ściana – zauważył mimochodem.

– Proszę pana – odparłem zaskoczony – czy zostawił pan okulary w samochodzie? Czy z pana wzrokiem coś jest nie tak? Czy nie widzi pan tych dwóch nieszczęsnych cegieł, które psują całą ścianę?

To, co odpowiedział, zmieniło moje spojrzenie na murek, który zbudowałem, na mnie samego i na wiele innych aspektów życia:

– Tak. Widzę dwie złe cegły, ale widzę także dziewięćset dziewięćdziesiąt osiem dobrych cegieł!

Zatkało mnie. Po raz pierwszy od kilku miesięcy potrafiłem dostrzec, oprócz dwóch swoich pomyłek, inne cegły w ścianie. Powyżej i poniżej złych cegieł, na lewo i na prawo od nich leżały dobre, doskonałe cegły. Ponadto doskonałych cegieł było o całe morze więcej niż wadliwie połączonych. Przedtem skupiałem wzrok wyłącznie na pomyłkach, byłem ślepy na wszystko inne. To dlatego nie mogłem znieść widoku ściany i nie chciałem, by ktokolwiek na nią patrzył. Dlatego pragnąłem ją zburzyć. Teraz, gdy już potrafię dostrzec dobre cegły, murek wcale nie wygląda tak źle. Jest tak, odkąd pewien gość powiedział: „Jaka fajna ściana”. Ona wciąż tam stoi, od 20 lat, a ja zapomniałem, w którym miejscu są te nieszczęsne cegły. Dosłownie nie widzę już popełnionych błędów.

Na podstawie: Ajahn Brahm, *Opowieści buddyjskie dla małych i dużych*, Studio Astropsychologii, Białystok 2012, s. 22–25

PUENTA – MENTORING

Nie skupiaj się wyłącznie na defektach!

Zwróć uwagę, jak często skupiamy się na czymś drobnym, z czego nie jesteśmy w stanie zrezygnować. Walczymy o to zaciekle, zamiast po prostu odpuścić. Wiele osób kończy związek lub się rozwodzi, ponieważ jedyne, co dostrzega u partnera, to dwie złe cegły. Wybuchamy gniewem lub agresją, ponieważ jedna rzecz w naszym systemie 1000 cegieł nie pasuje do reszty. Jest wykrzywiona, obtłuczona, niedoskonała.

Dotyczy to również naszych myśli na własny temat. Gdy usłyszymy jakąś opinię o sobie, często wkręcamy się w myśl, która nam towarzyszy, i nie pozwalamy jej wolno odpłynąć, tylko nakręcamy się jeszcze bardziej. W końcu nie jesteśmy w stanie spać, pracować ani jasno myśleć, ponieważ skupiamy się na jednej myśli, która nie daje nam spokoju. Przez to niektórzy z nas popadają w depresję czy nawet rozważają samobójstwo tylko dlatego, że jedyne, co w sobie dostrzegają, to dwie niefortunne cegły.

Każdy z nas ma wiele, znacznie więcej dobrych cegieł, doskonałych cegieł – powyżej, poniżej, na prawo czy na lewo – ale niekiedy po prostu nie potrafimy ich ujrzeć. Wszystko przez to, że zawsze gdy patrzymy, skupiamy wzrok wyłącznie na defektach. Widzimy jedynie wady i wydaje nam się, że tylko one istnieją, więc chcemy je zniszczyć. I czasami, niestety, niszczymy całkiem udany murek.

Każdy z nas ma swoje dwie złe cegły, ale doskonałe cegły w każdym z nas znaczą zdecydowanie więcej niż niedoskonałości. Gdy już to zrozumiemy, sytuacja nie wydaje się nam taka zła. Nie tylko potrafimy żyć w zgodzie ze sobą, z własnymi błędami i słabościami, ale także potrafimy cieszyć się wspólnym życiem z partnerem.

Analogicznie to, co uznałeś za błędy u siebie samego, u swojego partnera czy ogólnie w życiu, może przerodzić się w unikalne cechy, które wzbogacą Twoje życie tutaj, na Ziemi, gdy przestaniesz się skupiać wyłącznie na nich. Tak powstają zalety wad.

Dlatego kiedy pojawią się w Twoim umyśle dwie niefortunne cegły, zadaj sobie poniższe pytania o zalety wad:

- Czego mnie to uczy?
- Przed czym ostrzega?
- Jaką daje korzyść?
- Co nowego wnosi?

2.

Moc przemieniania

Nasreddin dożył sędziwego wieku. Siedząc w herbaciarni, snuł wspomnienia: „Kiedy byłem młody i ognisty, chciałem wszystkich obudzić. Modliłem się do Boga o siłę, aby móc zmienić ten świat. Później, kiedy byłem już w średnim wieku, pewnego dnia obudziłem się i zdałem sobie sprawę, że minęła już połowa mojego życia, a mnie nie udało się jeszcze nikogo zmienić. Zacząłem więc modlić się do Boga o moc przemieniania tych wokół mnie, którzy tego chcą i potrzebują. Niestety, teraz jestem już stary i moja modlitwa jest o wiele prostsza. Dziś proszę Boga o siłę, abym mógł wreszcie przynajmniej zmienić samego siebie”.

Andrzej Saramowicz, *Mądrość Nasreddina Hodży*, Wydawnictwo Barbelo, Warszawa 2017, s. 120

w odmienny sposób. Często wprowadzamy dużo zmian wokół siebie, wskazujemy innym, co powinni poprawić – zapominając, że to my jesteśmy źródłem zmiany. Buddystom nie wolno nikogo namawiać do ich wiary, bo namawianie uważają za ukryty akt agresji. Żeby zainspirować kogoś do innego spojrzenia, buddysta może używać czterech rodzajów zachęt:

- Być zawsze gotowym do pomocy.
- Mówić łagodnie, by uspokajać umysły innych.
- Zachowywać się elastycznie w danej sytuacji.
- Być tym, czego naucza.

Kierunek postępowania wyznaczony w filozofii buddyjskiej wyraźnie pokazuje, że trzeba zacząć od siebie, żeby naprawić świat.

PUENTA – MENTORING

Jak zmieniać świat, zaczynając od siebie?

Wielu z nas chciałoby zmienić świat na lepsze, zmienić innych, wytłumaczyć im coś czy namówić ich do zrobienia czegoś

Podsumowanie

Zdrowy rozsądek podpowiada nam, że łatwiej zrozumieć siebie niż drugiego człowieka. Skłonni jesteśmy myśleć, że mamy bezpośredni dostęp do własnych uczuć i myśli, a nie mamy takiego dostępu do uczuć i myśli innych ludzi. Jednakże prawdziwie głębokie zrozumienie przyczyn własnego działania, odczuwania i zmian, jakie w nas zachodzą, wymaga wyjścia poza siebie.

Metafory, opowieści, historie to nie tylko coś, co umożliwia nam spojrzenie „poza”. Metafora jest równie cenna jak wzrok, słuch, dotyk, węch czy smak. Zdolność do pojmowania doświadczeń za pośrednictwem metafory jest kolejnym zmysłem, gdyż dzięki niej zyskujemy odrębny, zręczny sposób postrzegania i doświadczania rzeczywistości, jak również szukania odpowiedzi na pytania, które stawia przed nami życie.

Siła metafory polega na tym, że pewne aspekty naszego doświadczenia ulegają za jej sprawą uwypukleniu i stają się nagle spójną całością, zrozumiałą tylko dla nas samych. Pozwala każdemu z nas skupić się na wewnętrznych aspektach rozumienia, na tym, co uznajemy za znaczące i co nadaje wartość naszemu życiu. Dzięki metaforom zyskujemy subiektywny wgląd w zrozumienie świata zewnętrznego, bez czego nie można w tym świecie funkcjonować.

Metafora pomaga nam stwarzać i odkrywać nasze przyszłe działania, co z kolei zwiększa ich wpływ na nasze życie – stają się one prorocstwami, które same się spełniają.

Metafora kwestionuje w sposób zasadniczy wiele tradycyjnych trybów myślenia o tym, co znaczy być człowiekiem, jak działa umysł, jaką naturę mają nasze wytwory społeczne i kulturowe czy decyzje. Kwestionuje utarty tok spraw i wzywa do tworzenia nowych, własnych, subiektywnych wniosków, sięgających daleko poza nas samych.

To potężne narzędzie – znane, od kiedy istnieje ludzkość. Możemy bezpiecznie z niego korzystać, pomagając innym spojrzeć „poza”, odpowiedzieć na ważne pytania, które ciągną człowieka ku przyszłości, by stawał się wciąż i wciąż lepszą wersją siebie.

Tak jak masło jest zawarte w mleku, tak w każdym z nas tkwi potęga metafory, z której możemy skorzystać w dowolnej chwili.

Tak jak oliwa kryje się w oliwce, tak w każdym z nas jest wyjątkowy zmysł pozwalający tworzyć i opowiadać historie, którymi możemy dzielić się z innymi.

Tak jak w rudzie żelaza znajduje się żelazo, tak w każdym z nas istnieje natura życia, dzięki której możemy na swój sposób rozumieć i definiować otaczający nas świat.

Życzę Wam, żebyście korzystali z metafor przy każdej nadarzającej się okazji, kiedy mogą one pomóc drugiej osobie lepiej zrozumieć rzeczywistość. Niech dzięki temu działaniu zbierze się wielka zasługa, która stanie się źródłem ogromnego szczęścia dla nas wszystkich i dzięki której – niczym żniwo – będziemy zbierać w przyszłości ogromny pożytek.

Przypisy

1. George Lakoff, Mark Johnson, *Metafory w naszym życiu*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2020.
2. Katarzyna Szymańska, Katarzyna Zaborska, *Wykorzystanie metafor w psychoterapii Ericksonowskiej*. W: Lidia Grze-siuk, Hubert Suszek (red.), *Psychoterapia. Szkoły i metody. Podręcznik akademicki*, Eneteia, Warszawa 2011, s. 523–538.
3. Philip Barker, *Metafory w psychoterapii*, Gdańskie Wydaw-nictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000.
4. Jeffrey K. Zeig, W. Michael Munion, *Milton H. Erickson*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
5. Martin E. P. Seligman, *Optymizmu można się nauczyć*, Media Rodzina, Poznań 2010.
6. Jolande Jacobi, *Der Weg zur Individuation*, Rascher, Zürich 1965.
7. Timothy W. Gallwey, *The Inner Game of Tennis*, Random House, New York 1974.
8. Tal Ben-Shahar, *W stronę szczęścia*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2009.
9. Gary Keller, Jay Papasan, *Jedna rzecz*, Galaktyka, Łódź 2013.
10. Gampopa, *Ozdoba drogocennego wyzwolenia*, Wydawnic-two Norbu, Warszawa 2010.

Bibliografia

- Tsultrim Allione, *Nakarmić swoje demony*, Wydawnictwo Yemaya, Warszawa 2019.
- Philip Barker, *Metafory w psychoterapii*, Gdańskie Wydaw-nictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000.
- Ajahn Brahm, *Opowieści buddyjskie dla małych i dużych*, Studio Astropsychologii, Białystok 2012.
- Ajahn Brahm, *Opowieści buddyjskiego mnicha. Licencja na szczęście*, Studio Astropsychologii, Białystok 2016.
- Jorge Bucay, *Pozwól, że Ci opowiem...*, Wydawnictwo Replika, Dopiewo 2004.
- Wojciech Eichelberger, Pierre Forthomme, François Nail, *Quest. Twoja droga do sukcesu*, Wydawnictwo Czarna Owca, Warszawa 2016.
- Timothy Ferriss, *4-godzinny tydzień pracy*, MT Biznes, Warszawa 2019.
- Malcolm Gladwell, *Dawid i Goliat*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2014.
- Malcolm Gladwell, *Punkt przełomowy. O małych przyczy-nach wielkich zmian*, Świat Książki, Warszawa 2005.
- Benjamin Hardy, *Siła woli to mit*, Helion, Gliwice 2020.
- Lama Surja Das, *Turkusowa grzywa śnieżnego lwa. Buddyj-skie opowieści z Tybetu*, Khandro, Kraków 2006.
- Michael Piquemal, *Bajki filozoficzne*, Muchomor, Warszawa 2004.
- Àlex Rovira, Francesc Miralles, *Opowieści dla dzieci, które chcą uwierzyć w siebie*, Wydawnictwo Czarna Owca, War-szawa 2020.

- Dżalaloddin Rumi, *Masnawi. Księga I*, Imprint Media, Warszawa 2022.
- Andrzej Saramowicz, *Mądrości Nasreddina Hodży*, Wydawnictwo Barbelo, Warszawa 2017.
- Katarzyna Szymańska, Katarzyna Zaborska, *Wykorzystanie metafor w psychoterapii Ericksonowskiej*. W: Lidia Grzebiuk, Hubert Suszek (red.), *Psychoterapia. Szkoły i metody. Podręcznik akademicki*, Eneteia, Warszawa 2011, s. 523–538.
- Jeffrey K. Zeig, W. Michael Munion, *Milton H. Erickson*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.

Zaproszenie do współpracy

Jeśli chcesz rozwijać się jako coach lub mentor lub wykorzystać coachingowe techniki i narzędzia w innych dziedzinach życia zawodowego lub prywatnego, zapraszam Cię do zapoznania się z ofertą Norman Benett. Jest to grupa firm doradczo-szkoleniowych, którą zarządzam wspólnie z moją żoną, Kaliną. Od ponad dwudziestu lat szkolimy polską kadrę menedżerską, kształcimy profesjonalnych coachów oraz oferujemy opiekę mentoringową i superwizję.

Poniżej przedstawiam część z naszych produktów. Ich szczegółowe opisy i resztę oferty znajdziesz na stronie www.normanbenett.pl.

Akredytowana Akademia Coachingu



Twoja droga do profesjonalizmu w dwóch etapach: *Coaching foundation* oraz *Coaching practitioner*.

W ciągu sześciu miesięcy Akredytowana Akademia Coachingu, posiadająca europejski certyfikat jakości EQA EMCC, wyposaży Cię w umiejętności niezbędne do zostania profesjonalnym i odpowiedzialnym coachem. Program obejmuje 16 dni intensywnych zajęć, w sumie 270 godzin. Poznasz dwadzieścia kluczowych technik coachingowych, weźmiesz udział w superwizjach – zarówno indywidualnych, jak i grupowych, a także przystąpisz do egzaminu teoretycznego i praktycznego z nieznaną osobą. Dodatkowo przygotowujemy Cię do akredytacji indywidualnej EIA EMCC.

Oferujemy Ci nie tylko teorię, ale przede wszystkim profesjonalne narzędzia i praktyczne umiejętności zgodne ze standardami EMCC. Zachęcamy do udziału wszystkich, którzy są zainteresowani

coachingiem: menedżerów, specjalistów HR, trenerów, rekruterów, a także freelancerów z obszaru doradztwa i rozwoju osobistego. Po zakończeniu naszego kursu będziesz w pełni przygotowany do prowadzenia skutecznych sesji coachingowych – indywidualnych i grupowych.

Podstawy coachingu (akredytowany kurs online)

Chcesz zgłębić tajniki coachingu w wygodnej, cyfrowej formie? Prezentujemy sześciotygodniowy, akredytowany kurs online *Podstawy coachingu*. Polecamy go wszystkim, którzy pracują z ludźmi, w tym menedżerom, trenerom, nauczycielom i specjalistom HR.

Kurs ten stanowi doskonałe wprowadzenie w świat coachingu i przygotowuje do uzyskania akredytacji europejskiej EMCC na poziomie *Foundation*.

W ramach kursu oferujemy:

- 20 modułów pełnych praktycznej wiedzy
- ponad 27 instruktażowych filmów
- 6 interaktywnych webinarów
- możliwość konsultacji z ekspertami
- sesje superwizji grupowej
- bogaty pakiet materiałów edukacyjnych, w tym slajdy, quizy, ankiety oraz pliki PDF.

Coach praktyk (akredytowany kurs online)



Pragniesz rozwijać się dalej jako profesjonalista? Akredytowany przez EMCC Global kurs na poziomie *Practitioner* umożliwi Ci zdobycie certyfikatu w szybkim trybie. Jest to kontynuacja kursu *Podstawy coachingu*, przeznaczona dla jego absolwentów.

Dlaczego warto?

- 26 bogatych w wiedzę, trzygodzinnych webinarów
- opanowanie ponad dwudziestu zaawansowanych technik coachingowych
- zdobycie ośmiu kluczowych kompetencji coacha
- superwizja indywidualna i grupowa
- wsparcie w przygotowaniu do europejskiej indywidualnej akredytacji EIA EMCC
- certyfikat coacha EMCC na poziomie Praktyk po zakończeniu kursu.

Program obejmuje:

- zajęcia w kameralnych grupach i indywidualne podejście
- pracę nad przekonaniem, metodami ich zmiany
- różnorodne techniki coachingowe, praktyczne ćwiczenia
- szerokie podejście do relacji – zarówno zawodowych, jak i prywatnych
- wnikliwe zagłębianie się w psychologię pozytywną i znaczenie superwizji
- warsztat akredytacyjny oraz indywidualne konsultacje z ekspertami
- przygotowanie do egzaminu certyfikacyjnego, który większość z naszych absolwentów wspomina bardzo miło.

Podczas egzaminu przeprowadzisz indywidualną sesję coachingową, otrzymasz feedback oraz podejdziesz do testu wiedzy. Po pozytywnym zakończeniu – certyfikat jest Twój!

Akademia mentora



Akademia Mentora (*Mentoring Diploma*) to akredytowany przez EMCC program szkoleniowy, przygotowujący do bycia profesjonalnym mentorem.

Mentoring to więcej niż strategia – to styl życia, sposób dzielenia się doświadczeniem i przenoszenia wiedzy wewnątrz organizacji. W pewnym momencie w swojej karierze, każdy lider staje się mentorem. Jak dobrze jesteś do tego przygotowany? Mentoring nie tylko kształtuje uczniów, ale również pomaga mentorom odkrywać nowe perspektywy.

Szkolenie skierowane jest do:

- managerów pragnących stać się mentorami
- osób poszukujących nowatorskich metod rozwoju
- specjalistów HR i koordynatorów programów mentoringowych
- ekspertów odpowiedzialnych za transfer wiedzy
- coachów, trenerów i nauczycieli
- właścicieli firm i wszystkich, którzy są zafascynowani mentoringiem i rozwojem osobistym.

Korzyści:

- profesjonalne przygotowanie do roli mentora
- znajomość różnorodnych metod i narzędzi

- możliwość praktyki w roli mentora
- techniki skutecznego przenoszenia wiedzy w firmie
- szybka droga do akredytacji EMCC.

Akademia Mentora oferuje dwa stopnie szkoleniowe: *Mentoring Foundation* i *Mentoring Practitioner*. Pierwszy kierunek skupia się na przygotowaniu do roli wewnętrznego mentora w organizacji, drugi – poszerza wiedzę i umiejętności, przygotowując do bycia profesjonalnym mentorem zewnętrznym.

Coaching Masterclass

Chcesz osiągnąć mistrzostwo w coachingu? Prezentujemy roczny kurs dla zaawansowanych – stworzony specjalnie dla profesjonalistów pragnących pogłębić już zdobytą wiedzę i doświadczenie.

Zapraszamy na dziesięć czterogodzinnych, comiesięcznych spotkań, na których odkryjesz i przećwiczysz dziesięć zaawansowanych technik coachingowych. Zostały one starannie dobrane, aby służyć w różnych obszarach: od coachingu biznesowego po *life coaching*. Na każdym spotkaniu będziesz miał okazję ćwiczyć techniki w parach pod okiem doświadczonych mentorów. Poznasz mechanikę, efektywność i właściwości każdego z narzędzi, ucząc się, jak dostosować je do indywidualnych potrzeb klienta.

Doskonałość jest podróżą, a my oferujemy Ci przewodnik na kolejny etap tej przygody!

Platforma filmów instruktażowych dla profesjonalistów coachingu

Zyskaj roczny dostęp do ekskluzywnej bazy dwudziestu profesjonalnych filmów instruktażowych, prezentujących techniki coachingowe w praktyce. Każde wideo jest uzupełnione precyzyjnymi instrukcjami, które krok po kroku prowadzą przez daną technikę oraz infografiką, która wizualizuje jej działanie podczas całego procesu coachingowego.

To wyjątkowe narzędzie dedykowane jest wyłącznie dla coachów, którzy zdobyli odpowiednie certyfikaty, dyplomy lub uzyskali akredytację. Jeśli jesteś jednym z nich, zapraszamy do korzystania z naszej platformy.

Coaching travel

Wyobraź sobie tydzień odkrywania pięknych zakątków świata i jednocześnie podróż w głąb siebie. Nasze siedmiodniowe wyjazdy łączą w sobie pasję do podróżowania z chęcią rozwoju osobistego. Nauczysz się lepiej rozumieć swoje postawy i zachowania, co przełoży się na skuteczniejszą komunikację z otoczeniem. W trakcie wyjazdu nie tylko zwiedzamy – uczestniczymy też w ćwiczeniach coachingowych pod baczny okiem certyfikowanych coachów, mentorów i asesorów EMCC.

Oferujemy również wyjazdy dla firm łączące efektywny rozwój zespołu z niezapomnianymi chwilami w malowniczych zakątkach Polski lub egzotycznych miejscach na świecie. Jeśli twój zespół stoi przed wyzwaniami, chce rozwiązać dawne konflikty, poprawić

komunikację, doskonalić zarządzanie czy skutecznie udzielać *feedbacku* – jesteśmy gotowi pomóc. Z nami Twoja drużyna nie tylko zacieśni więzi, ale przede wszystkim posiędzie praktyczne umiejętności, które posłużą w codziennej pracy.

W trakcie wyjazdu uczestnicy wezmą udział w inspirujących ćwiczeniach i interaktywnych zabawach, które pozwolą na głębsze zrozumienie siebie i swojego miejsca w zespole. Możemy również dostosować program tak, aby skupić się na konkretnych potrzebach i celach Twojego zespołu. Więcej informacji na stronie www.coachingtravel.pl.

Karty Norman Benett

Poznaj stworzone przez nas *Karty coachingowe* i *Karty z metaforami* – dwie talie po 54 karty każda. *Karty coachingowe* idealnie nadają się do inicjowania dyskusji podczas warsztatów czy sesji coachingowych. W ramach przełamania lodów, uczestnicy mogą się przedstawić, opowiadając o sobie przez pryzmat wybranej karty. Taki sposób wprowadzenia nie tylko łamie początkowe napięcie, ale buduje także zaufanie i poczucie bezpieczeństwa w grupie. *Karty z metaforami* zawierają inspirujące myśli słynnych nauczycieli, podzielone na pięć kluczowych obszarów:

- motywacja
- spełnienie
- wartości
- pewność siebie
- cel.

Więcej informacji na stronie www.kartycoachingowe.pl.