

a megoldásnak teljesen mindegy, miért alakult ki a probléma

A rövid coaching módszere

Fókuszváltás

Milyen mélyen kell ismerni az ügyfél problémáit ahhoz, hogy segíteni tudjon a coach? – erre a kérdésre is keresi a választ egy új módszer, a rövid coaching.



A SZABÓ-HANKOVSKY-MEIER SZERZŐTRÍÓ. Előhívják a képességeket

OLYANNYIRA SIKERES hívószó lett mára a coaching, hogy a vállalati tréningeket szervező előadótól kezdve a vezérigazgató lelkét ápoló terapeután át a konditermes oktatóig szinte mindenkét a trendi coach névvel illetnek. Ami alapesetben olyan „személyes tréner” jelent, aki osztatlan figyelmével és mély szaktudásával segíti át egy-egy nehézségen a karrierjében elakadt, tanácstalan ügyfelét. „A tradicionális coaching általában 5-10 alkalomból áll, míg a brief, azaz rövid coaching többnyire 1-3 ülés után befejeződik” – magyarázza az egyik fő különbséget Komócsin Laura, aki a témában több szakkönyv szerzője. Ez persze nemcsak azért hasznos, mert így esetleg nem kevés pénzt spórol meg az ügyfél, hanem azért is, mert hamarabb gyűrheti le a problémáját.

Vannak, akik a coachot is olyan tanácsadónak tartják, aki elegáns

öltözkében megmondja azt, amit eddig is tudott a kuncsaft, és ezért még jól meg is kopasztja. Az efféle fanyalgók meglepődnének, ha tudnák, hogy a coaching némelyik módszere komoly, sokszor iskolateremtő pszichológiai irányzathoz fejlődött ki. Így van ez a rövid coachinggal is: alapjait a néhány évvel ezelőtt elhunyt amerikai házaspár, a dzsessz-szaxofonosból lett szociológus Steve de Shazer és a pszichoterapeuta Insoo Kim Berg rakta le. Az 1970-es években megalapították a Brief Family Therapy Centre-t (A Rövid Családterápia Központját), ahol szakítottak a hagyományos módszerekkel. A klasszikus házasság gondozás általában azzal kezdődött, hogy a tanácsadó hosszú alkalmak során igyekezett megérteni a válságba jutott házastársak problémáit. Shazerék ellenben – valóságos paradigmaváltásként – azt javasolták, hogy

a múlt sebeinek szisztematikus feltárása helyett inkább koncentráljanak a megoldások keresésére.

A közhelyes kijelentés nem lufihámozás, mögötte valóságos kutatási eredmények húzódtak meg. A szociálkonstruktivista filozófián alapuló módszer egyik lényegi eleme, hogy az ügyfelek vágyaira, céljaira helyezi a hangsúlyt, és alig tördök a múltbeli eseményekkel. A Shazer házaspár könyvek tucatjaiban hirdette a rövid tanácsadás módszerének ígét, és az új eljárás lassan átszivárgott más tudományterületekre, így a coachingba is.

Több gondolkodó is adaptálta a módszert a tanácsadásra, többek között a magyar származású, Svájcban élő mestercoach, mintegy ezer coach kiképzője, Szabó Péter is, aki Hankovszky Katalinnal és Daniel Meierrel együtt tavaly magyarul is megjelent, a rövid coachingról szóló könyvében amellel kardoskodik, hogy „a problémának nincs köze a megoldáshoz”. Szabó szerint (aki munkatárjaival éppen a múlt héten rendezte meg Balatonfüreden a megoldásközpontú szervezetfejlesztők 10. nemzetközi találkozóját) a coach afféle képkeretező mester, aki megteremt a feltételeket ahhoz, hogy a kliens maga „műalkotásával” töltsse ki a helyet. Ez magyarul azt jelenti, hogy a coach tulajdonképpen segít tisztázni, valójában mit is akar a kliens. Nem arról van tehát szó, hogy valamilyen vélt vagy valós tudást ad át a „tanácsadó”, netán saját óriási tapasztalatai alapján megoldja a kliens munkahelyi vagy magánéleti problémáit. A rövid coaching gurui sokkal inkább úgy segítenek a felmerült problémák miatt beszűkült tudatállapotba került menedzsereknek, hogy a képzelőerejüket felszabadítva a lehetőségeikre irányítják a figyelmüket, mintegy „előhívják a kliensben rejtőző képességeket”.

„A legjobb megoldásokat az ügyfél dolgozza ki, nem a szolgáltató” – vallja Mike Goran kanadai mestercoach, aki a magyar szakemberekhez hasonlóan mellette érvel, hogy egy-egy helyzet alapos elemzése nem mindig segít a megoldás elérésében. A rövid coaching hívei éppen ellenkezőleg gondolják: a beszélgetés nagy részét a célok, a megoldás keresése tölti ki. Mint mondják: „a megoldásnak teljesen mindegy, miért alakult ki a probléma”. Hankovszky szerint a rövid coaching különlegessége, hogy „bátran figyelmen kívül hagy számos felfedezést. Arrogánsnak tűnhet a sok kategorizáló

TURY GERGELY

a rövid coaching módszere a nem tudás művészetére épül

és diagnosztizáló tudás polcra tétele, viszont így újra felfedeztük az ügyfél saját erőforrásait.”

Ha valaki például munkahelyi depressziótól szenved, a hagyományos, „klasszikus” terapeuta az okokat igyekszik feltárni. Olyasmiket kérdezne, hogy mióta szenved az ügyfél, hogyan jelentkezik a probléma, esetleg megpróbálná rávezetni arra, hogy a kudarcélmények miatt szenved. Ezzel szemben a rövid coaching szakértője ilyen kérdésekkel bombázná a klienst: „Ha megoldódna a problémája, mennyiben változnának meg a dolgok?” Esetleg: „Mikor nem érzi magát depressziósnak?” Vagyis a „páciens” fókuszát eltéríti a problémáról, és a megoldási lehetőségekre irányítja. Terapeuta szemszögből a coach talán kissé jégszívűen nem megérteni akarja az ügyfelet, hanem minél gyorsabban segíteni akar rajta. Persze előállhat olyan helyzet is, amikor az ügyfél következetesen ragaszkodik a rögeszméihez, ilyenkor – állítja Hankovszky – a coachnak fel kell tudnia ismerni a saját határait,

és át kell adnia a klienst például egy pszichoterapeutának.

Igaz, ez nem éppen újdonság. Elvégre már a coaching egyik atyja, a profi autóversenyzőből a vezetőképzés guru-jává avanszált brit Sir John Withmore



„ahogy én coacholok, nem coachol úgy senki”

kijelentette: „A coaching nem a múlt hibáira, hanem a jövő lehetőségeire fókuszál.” A rövid coaching mögött meghúzódó filozófia szerint a problémák nem állnak fenn tartósan, legalábbis nem ugyanazzal az intenzitással. Vajon mi történik a közbenső időben? Miért csökken a fájdalom, a stressz? És hogyan lehet felhasználni ezt a tapasztalatot a megoldás érdekében? E tekintetben

tényleg az ügyfél a szakember, hiszen ő jobban ismeri a saját világát, mint az őt segíteni akaró coach – ergo közelebb is van a megoldáshoz. A már idézett Szabó szerint ezért „a rövid coaching módszere a nem tudás művészetére épül: a nem tudás elfogulatlanságot jelent, és akár meghökkenítően bizarr kérdésekre is feljogosít”. Ehhez persze az kell, hogy a coach is száz százalékig megbízzon ügyfele képességeiben.

Mikor lehet szükség rövid coachingra? Szakértők szerint mindig az adott helyzet dönti el, milyen típusú segítségre van szüksége az ügyfélnek. Ráadásul – ülteti át szakmájára az ismert magyar nótát Komócsin Laura – „ahogy én coacholok, nem coachol úgy senki”, tehát minden szakembernek megvan a maga stílusa, amihez adaptálnia kell az elsajátított módszereket. Meglehet, még ez sem győzi meg a kételkedőket. Hiszen a rövid coaching módszeréről végül is tényleg kiderülni látszik, hogy valójában nem a tanácsadó, a coach oldja meg az ügyfél problémáit, hanem ő maga. ■

IZSÁK NORBERT



progen
MÉRŐI FELELTŐ ÉS SZOLGÁLTATÓ KFT.

SERPa

NAGY machinátor

- rendkívül kedvező induló csomagok
- kamatmentes részletfizetés
- moduláris felépítés, rendszere vállalkozásával együtt bővíthet
- rugalmas, gyors bevezetés és testreszabás
- stabil háttér és folyamatos jogszabálykövetés
- korlátlan számú cég kezelése egy rendszerben

www.progen.hu



AZ ÚJ A3 KYOCERA ECOSYS MULTIFUNKCIONÁLIS NYOMTATÓKKAL MINDEN LEHETSÉGES!

Szeretné, ha volna okosabb, megbízhatóbb, eredményesebb formája dokumentumai kezelésének? Fedezze fel az új KYOCERA SMART MFP multifunkcionális gépeket! Úgy tervezték őket, hogy professzionális A3/A4 nyomataikkal, másoló, szkennel és fax funkcióikkal, színesben és fekete-fehérben egyaránt segítségére legyenek. Mindezt úgy, hogy illeszkedjenek az Ön irodájához. A KYOCERA Ecosys technológiájában egyesül a hosszú élettartam-garancia és a kivételes ár-teljesítmény arány. A KYOCERA megoldást ad minden olyan követelményre, amellyel valaha találkozott.

- ▶ Egyszerű telepítés és beállítás.
- ▶ Egyszerű navigáció széles érintőképernyőn.
- ▶ Egyszerű elhelyezés bármely irodába a compact design által, 360°-os szögben körbejárható.

Ismerje meg az új KYOCERA SMART multifunkcionális készülékeket!

THE NEW VALUE FRONTIER

KYOCERA

KYOCERA MITA Europe B.V. – www.kyoceramita.hu
KYOCERA MITA Corporation – www.kyoceramita.com