

CZĘŚĆ PIERWSZA

DOROTA RANISZEWSKA

Obraz w coachingu

Jeden obraz wart więcej niż tysiąc słów

(przysłowie chińskie)

Abstract:

Pod pojęciem „Obraz w coachingu” rozumiem wykorzystanie fotografii w swobodny, kreatywny i pozbawiony oceny sposób tak, aby ułatwić eksplorowanie i wyrażanie siebie podczas sesji przez Klienta. Określenie „Obraz w coachingu” jest szeroki i odnosi się do trzech wymiarów celowego wykorzystywania obrazu. Są to wykorzystanie fotografii jako bodźca wywołującego reakcję (obraz jako narzędzie w rozwoju), robienie zdjęć lub ich wybieranie jako działanie klienta (działanie rozwojowe), obserwowanie i znajdowanie znaczeń zapisanych w obrazach – wykorzystanie obrazów jako nośnika znaczeń, myśli i pomysłów klienta (obraz jako treść). W niniejszym artykule opisuję znaczenie fotografii w procesach rozwojowych, zarówno indywidualnych jak i grupowych, jakości, jakie wnosi wykorzystanie Obrazu, podsumowuję wyniki badań przeprowadzone przeze mnie w tym temacie oraz opisuję przykłady wykorzystania obrazu w pracy z moimi Klientami.

Słowa kluczowe: Obraz w coachingu, metafora, fotografia, Points of You™

“Image in coaching” means using photography in an open, creative, and non-judgmental way for self exploration and self expression during coaching sessions. This term “Image in coaching” is broad and relates to three dimensions of the use of visuals on purpose. It covers using photographs as Stimulus causing response (image as developmental tool), taking photographs or choosing them as agency (developmental activities), observing images and finding meanings, clients’ thoughts and ideas - images as vehicles of meaning (image as content). In this article I describe the role of photography in the people developmental processes, both individual and group, the qualities brought by the use of Images, I summarize results of a research which I had done in this field and I describe examples of use of Images in my work with Clients.

Key words: Image in coaching, metaphor, photography, Points of You™

*** **

Od urodzenia widzimy i obserwujemy świat. Tysiące wydarzeń zapisuje się obrazami w pamięci każdego człowieka. To, co widzimy, traktujemy jako prawdziwe. Nawet jeśli słowa mówią co innego, za prawdę przyjmujemy to, co widzimy „na własne oczy”. Współcześnie jak nigdy dotąd żyjemy w wizualnym

świecie. **Obrazy jako wypowiedzi nas otaczają.** Oddziałują na nasze emocje, opinie, decyzje. Przykładem mogą być wszechobecne reklamy czy tysiące fotografii, które każdy robi.

Fotografie stały się nierozdzielną, integralną częścią życia pojedynczych ludzi i społeczeństw. Zdjęcia bliskich należą do pieczołowicie przechowywanych „skarbów” rodzinnych. Wiele osób nosi w portfelu zdjęcia portretowe swoich dzieci. Ludzie robią zdjęcia, aby uwiecznić specjalne chwile w życiu i zachować je od zapomnienia, takie jak fotografie ślubne, zdjęcia urodzinowe, zdjęcia klasy szkolnej, zdjęcia z wakacji, zdjęcia z komunii, zdjęcia z pogrzebu. Fotografia stanowi zapis życia społeczeństw i w XX wieku stała się narzędziem i przedmiotem badań antropologicznych i społecznych. W XIX i XX wieku słynni fotograficy podejmowali się projektów wykonania portretów społeczeństw. Nadar¹ sfotografował francuską burżuazję. Dzięki jego fotograficznym portretom wiemy jak wyglądali m.in. Victor Hugo, George Sand, Charles Baudelaire, czy Juliusz Verne. W Niemczech Sander² stworzył portret niemieckiego społeczeństwa, fotografując różne jego grupy społeczne. Dzięki Edwardowi S. Curtisowi możemy zobaczyć na własne oczy jak żyli i wyglądali rdzenni Indianie, kiedy żyli na wolności³.

*Fotografie to ślady naszego umysłu,
odzwierciedlenia naszego życia, refleksje
naszych serc, zamrożone wspomnienia,
które możemy trzymać w milczącym
bezruchu w naszych rękach –
na zawsze, jeśli chcemy.*

Fotografie i albumy to księgi życia ludzi i rodzin. A kiedy ktoś z kimś razem usiądzie, aby je obejrzeć, z pomiędzy zdjęć wyłaniają się historie, anegdoty, wspomnienia i uczucia. Dzięki nim można przyjrzeć się sobie i swojej przeszłości z perspektywy obecnego doświadczenia.

Obecnie fotografia jest już nie tylko przedmiotem ale też i narzędziem w naukach społecznych. Jest wykorzystywana w badaniach społecznych jako bodziec do wywołania reakcji podczas badań metodą wywiadu fotograficznego. Stanowi podstawę dziedziny jaką jest Fototerapia (ang.: Phototherapy), czyli techniki pracy terapeutycznej wykorzystującej fotografię i fotografowanie.

Obraz stosuje się w terapii i w coachingu zarówno jako wywołać wspomnienia, doświadczenia i życiową wiedzę z pamięci długotrwałej, jak i jako sposób „wyrażania się” przez klienta, równoległe do słowa lub zamiast słów.

Myślenie i wyrażanie się obrazami

Obrazowość lub raczej wizualność jest cechą charakterystyczną ludzkiego myślenia. Człowiek myśli zarówno słowami jak i obrazami. Umysł ludzki pod postacią obrazów przechowuje informacje (w pamięci wizualnej). Człowiek w obrazowy sposób konstruuje swoje wypowiedzi. Nawet słowa i zwroty językowe mają obrazowy, metaforyczny charakter. Ludzie używają metafor w codziennej komunikacji, aby opisywać świat, który widzą, aby komunikować uczucia, aby przemawiać do wyobraźni innych. Mówimy na przykład: „ciągnąć kogoś za język”, „zachowywać się jak zwierz”, „ranić czyjeś serce”, „ostatnia deska

¹ Nadar, francuski fotograf, jeden z najwybitniejszych fotografów XIX-wiecznych.

² August Sander, niemiecki fotograf.

³ Edward S. Curtis, *The North American Indian*, dwudziestotomowe studium fotograficzne.

ratunku”. Znaczące badania w tej dziedzinie przeprowadził George Lakoff, który zaczął pracować nad metaforą znaczeniową kiedy w 1978 r. Wtedy to, jak wspomina, jedna z jego studentek zacytowała na zajęciach słowa swojego partnera, że „ich związek zabrnął w ślepią uliczkę”. Nie rozumiała w pełni znaczenia tego określenia ale bardzo ją ono poruszyło emocjonalnie. Studenci pod kierunkiem Lakoffa zaczęli analizować znaczenie i doszli między innymi do wniosku, że w języku angielskim jest wiele porównań miłości do drogi i do podróży. Metafora przemawia do ludzkiej wyobraźni. Pomaga wyjaśnić skomplikowane pojęcia. Pomaga komunikować się, budować porozumienie dzięki odwoływaniu się do wspólnych doświadczeń. Na przykład w licznych opracowaniach o **przywództwie** czytamy, że cechą wspólną największych liderów jest właśnie posługiwanie się metaforą, czyli przemawianie do wyobraźni innych za pomocą obrazów, jak np. to, że „wszyscy gramy do jednej bramki” lub „płyniemy po wodach błękitnego oceanu”.

Metafora wizualna ułatwia komunikację w coachingu, gdyż dostarcza malowniczego, intuicyjnego i nieskrępowanego znaczeniowo języka, za pomocą którego osoba może wyrazić to, co „niewyraźalne” codziennym językiem pełnym społecznie nadanych znaczeń odnośnie tego, co wolno lub nie wolno, co wypada lub nie wypada, co można lub nie można – powiedzieć, nazwać, określić, wyrazić.

Cele coachingu

Coaching stosuje się po to, aby pomóc osiągać cele. Jeśli osoba sama ma trudności w osiągnięciu celów, coach jest tym, kto może pomóc mu w szybszym ich osiągnięciu. Najczęściej w sytuacjach:

- dużych zmian organizacyjnych lub życiowych,
- kiedy trzeba nabyć nowe umiejętności,
- kiedy konieczne jest, aby rozwinąć umiejętności społeczne, np. w zakresie komunikacji,
- konfliktu, kiedy trzeba rozwiązać problem, czy konflikt międzyludzki lub wewnętrzny
- podejmowania większej czy trudnej decyzji, w zespole lub życiowej, np. zmiana pracy.

W takich sytuacjach zmian, rozwijania nowych umiejętności, rozwiązywania konfliktów, podejmowania decyzji kluczowe są:

- przełamywanie obecnych schematów myślenia,
- uzyskiwanie nowych punktów widzenia,
- rozumienie rzeczywistych potrzeb, swoich i cudzych,
- optymizm i wiara w swoje możliwości,
- komunikowanie się a zatem też klarowność co do własnego punktu widzenia,
- świadomość siebie, świadomość emocji ludzi.

Trudności, jakie osoby napotykają w takich sytuacjach, to często:

- Oderwanie się od dotychczasowych schematów myślenia, oraz od stereotypów, aby znaleźć nowe odpowiedzi i rozwiązania.

Jak powiedział Albert Einstein „Nie możemy rozwiązywać problemów używając takiego samego schematu myślowego, jakim posługiwaliśmy się w trakcie ich pojawienia się.”

- **Cenzurowanie wypowiedzi lub** wstrzymywanie się od wypowiedzenia myśli.

Cenzurować można np. takie wypowiedzi, które przelamywałyby obowiązujące schematy myślenia, zmieniałyby ustalone role społeczne czy zespołowe, podważały uznawane autorytety, ujawniały prawdziwe opinie czy emocje osób. Mówi się wtedy „nie możesz tak myśleć”, „co to ma za znaczenie”, „nie mam nic do powiedzenia”.

- **Brak otwartości w komunikacji** – zarówno w mówieniu jak i słuchaniu (nadawanie jak i odbieranie informacji), jak i brak otwartości czy szczerości ze sobą samym.

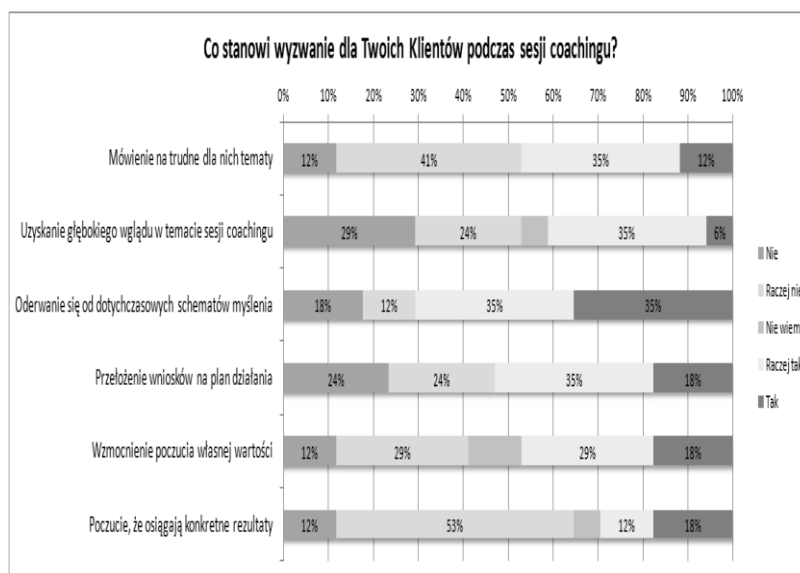
Z opiniami autorytetów trudno jest polemizować publicznie. Również świadomość obowiązujących stereotypów może powstrzymywać ludzi od wypowiadania się i od otwartości.

- **Brak świadomości swoich schematów myślenia i działania** – szukanie przyczyn dla różnych sytuacji życiowych czy zawodowych, czy też trudności i niepowodzeń wyłącznie poza sobą, koncentrując się na zewnętrznych czynnikach, np. zachowaniach innych ludzi.

Trudności w komunikacji coachingowej

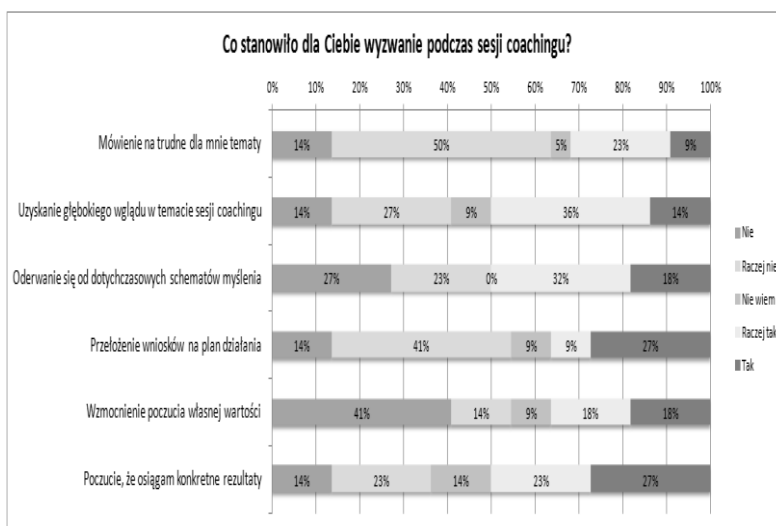
W badaniu ankietowym sprawdziłam najpierw, jakie trudności w komunikacji coachingowej są szczególnie istotne. Opinie coachów i ich klientów na temat tych trudności są zbieżne. Jednocześnie badanie wyraźnie pokazuje, że zastosowanie obrazu w coachingu pomogło w pokonaniu tych trudności. Poniższe wykresy pokazują wyzwania coachingu zdaniem coachów i ich klientów.

Wykres 1. Wyzwania w coachingu zdaniem Coachów.



Źródło: badania własne.

Wykres 2. Wyzwania w coachingu zdaniem Klientów coachingu



Źródło: Badania własne.

W odniesieniu do wyzwań w komunikacji coachingowej wskazania klientów dotyczą przede wszystkim:

- **Uzyskania głębokiego wglądu**
- **Oderwania się od dotychczasowego schematu myślenia**

– **Poczucia, że osiągają oni konkretne rezultaty.**

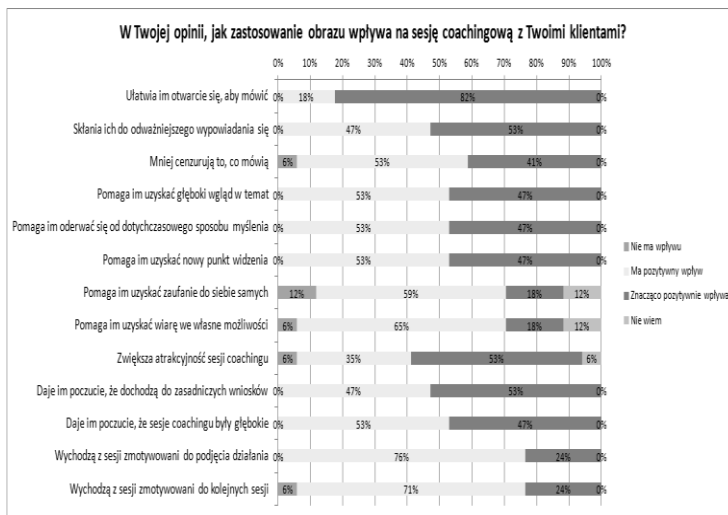
Dwa pierwsze są ze sobą blisko powiązane i dotyczą zrozumienia samego problemu czy zagadnienia, z którym klient ma do czynienia. Trzeci związany jest już z przełożeniem wniosków na plan dziania, który w odczuciu klienta oznaczałby jakąś realną zmianę. Można więc podsumować, że coach powinien klientowi pomóc w tym, aby oderwać się od obecnego sposobu myślenia, w którym on tkwi, po to aby coś więcej zrozumieć i inaczej spojrzeć na swój problem, i to nowe spojrzenie przełożyć na decyzję o zmianie, oraz podjąć działanie, które pozwoli tę zmianę zrealizować.

Przełożenie wniosków na plan działania wydaje się być jedną z trudniejszych rzeczy. Co najmniej połowa coachów wskazuje, że ich klienci mają z tym trudność. Jednocześnie 35% klientów deklaruje że „tak/raczej tak”, a połowa „raczej nie lub nie wiem”.

Pomiędzy coachami i klientami zarysowuje się różnica w postrzeganiu tego, na ile łatwo osiąga się rezultaty w coachingu. Więcej klientów niż coachów wskazuje, że stanowi to wyzwanie – połowa klientów wskazuje na „tak/ raczej tak”, podczas gdy tylko 30% coachów. Moim zdaniem stanowi to wskazówkę dla coachów wykorzystujących obraz w pracy rozwojowej, aby więcej czasu poświęcać podczas sesji na ustalanie planu działania i omawianie tego, jak udaje się klientowi realizować zamierzony plan, jakie napotyka bariery i jak może je pokonywać.

Wpływ zastosowania obrazu na jakość sesji coachingowej

Wykres 3. Wpływ zastosowania obrazu zdaniem Coachów.

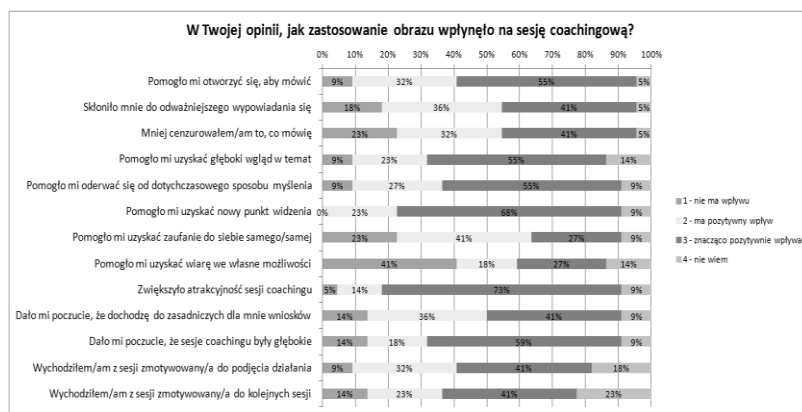


zastosowania obrazu zdaniem klientów

coachingu:

Źródło:
Badania
własne.

**Wykres
nr 4.
Wpływ**



Źródło: Badania własne.

Przede wszystkim widać wyraźnie pozytywny wpływ użycia obrazu, na jaki wskazują zarówno coachowie jak i klienci. Dotyczy to takich trudności jak oderwanie się od dotychczasowych schematów myślenia, uzyskanie głębokiego wglądu, otwarcie się, poczucie, że się dochodzi o zasadniczych wniosków. Taki jest sens i cel zastosowania obrazu w coachingu.

Przy czym coaching tym różni się od terapii, że jego celem jest przede wszystkim nakierowanie na podejmowanie działań i osiąganie postępu w działaniu, a nie samo pogłębianie wglądu poprzez zrozumienie przeszłości, jak jest to w terapii. W kontekście wcześniej opisanych wyzwań, warto więc podkreślić, że rolą coacha jest poprowadzić sesję tak, aby omówić też plan działania jak i postępy w jego realizacji. Sam wgląd to jeszcze za mało.

Oto kilka wypowiedzi coachów dotyczące wykorzystania obrazu w komunikacji z klientem:

Przede wszystkim obraz sprawia, że mniej cenzurujemy swoje wypowiedzi, co pozytywnie wpływa na dochodzenie do sedna sprawy⁴.

Poprzez metafory i analogie można połączyć i zintegrować różne części układanki, budzi kreatywność i otwiera na twórcze podejście do 'problemów', wyzwań.⁵

Dla mnie było to nowe doświadczenie, które pomogło mi spojrzeć na niektóre sprawy troszkę inaczej niż do tej pory...⁶

Cele stosowania obrazu w coachingu

⁴ Respondent 1.

⁵ Respondent 2.

⁶ Respondent 3.

Podczas jednego z warsztatów rozwojowych pewien uczestnik na samym początku zajęć zapytał, po co ma patrzeć na obrazy, skoro zna odpowiedź na pytanie. Zadał bardzo dobre pytanie. I jest co najmniej kilka odpowiedzi.

Pierwsza to, że spontaniczne odpowiedzi, które „mamy w głowie” od razu często wpisują się w obowiązujący schemat myślenia człowieka. To są odpowiedzi „gotowe”. Udzielane zazwyczaj bez dłuższego zastanowienia, bez pogłębionej refleksji na temat różnych podejść i punktów widzenia. Wprowadzenie obrazu i poszukanie odpowiedzi na bazie wnikliwej obserwacji tego, jakie skojarzenia i myśli wywołuje dana fotografia, służy temu, aby poszerzyć „pole widzenia” klienta, poszukać też nowych odpowiedzi, które nie od razu przychodzą do głowy, zwiększyć szansę czy po prostu umożliwić znalezienie zupełnie nowej perspektywy.

Druga to, że taka pogłębiona lub nowa myśl bywa często zarówno zaskakująca jak i bardzo precyzyjna, konkretna. Mogąc ją wypowiedzieć zaczynając od skojarzeń z obrazem, osoba zdobywa się na odwagę, aby wypowiedzieć myśli nawet nielogiczne. Bez cenzurowania się. Często klienci wypowiadają się w taki sposób: „jak patrzę na ten obraz, to myślę, że...”, albo „jak patrzę na ten obraz, to widzę to i to, co z kolei mi się kojarzy z/ nazywa mi na myśl, że...”. Czyli w pewnym sensie zaslaniają się obrazem, aby odważnie wypowiedzieć na głos swoje myśli. Obraz pomaga w dopuszczaniu niestandardowego myślenia i wyrażaniu go na głos w obecności innych osób.

Trzecia kwestia to, że obraz z natury nie ma jednego przypisanego sobie znaczenia. Przedstawia to, co dana osoba na nim widzi. To spojrzenie osoba buduje na bazie swojego życiowego doświadczenia. Siłą rzeczy więc mówi od siebie. Jeśli coach pracuje z zespołem pojawia się szansa na ujawnienie różnorodnych opinii i punktów widzenia oraz na ich kreatywność. I tak się w praktyce dzieje. Praca z obrazem stwarza każdemu szansę na wypowiedzenie się z indywidualnej perspektywy oraz na ujawnienie niestandardowego, nowego, lub dotychczas nieuświadomionego punktu widzenia.

„Obrazy nie są neutralne. Podczas każdego spotkanie z fotografią pojawia się jakaś forma zaangażowania, świadomie lub nie, gdyż odnosimy się do tego, co widzimy, oceniając treść przez pryzmat naszych doświadczeń i wspomnień.”

Praca z obrazem uruchamia niewerbalny sposób myślenia, który jest bardziej podstawową cechą ludzkiego umysłu. Myślenie niewerbalne zachodzi szybko, właściwie nieświadomie. Jest intuicyjne i często metaforyczne.

Metafora i jej zastosowanie

Metafora to inaczej przenośnia. Zastosowanie metafory polega na zestawieniu różnych znaczeniowo wyrazów, gdzie cechy jednego są przypisywane drugiemu, aby temu drugiemu nadać nowe znaczenie. W „Poetyce” Arystoteles sformułował następującą definicję metafory:

„Metafora jest to przeniesienie nazwy jednej rzeczy na inną: z rodzaju na gatunek, z gatunku na rodzaj, z jednego gatunku na inny, lub też przeniesienie nazwy z jakiejś rzeczy na inną na zasadzie analogii.”

Jednak metafora to nie tylko figura stylistyczna. Metafora to sposób myślenia. Wg Lakoffa⁷ metafory są w centrum komunikacji interpersonalnej i ułatwiają poznanie, zrozumienie. Taka jest ich funkcja. Na przykład: „*czas to pieniądź*”. Inną funkcją metafory, poza ułatwieniem rozumienia, jest jej potencjał twórczy. Na przykład, mówiąc „*czas to pieniądź*”, możemy dalej tworzyć nowe metafory, jak „*stanie w korku kosztuje mnie mnóstwo nerwów*”, albo „*marnujesz mój czas*”, „*to strata czasu*”, „*odłóż czas na odpoczynek*”, i tak dalej.

W literaturze przedmiotu najczęściej spotykamy się właśnie z metaforą słowną, czyli z przenośnym zastosowaniem słowa, z porównaniem, z bajką, z opowieścią, które są wykorzystane aby nie powiedzieć czegoś wprost ale poprzez zobrazowanie słowne. Tego typu metafora jest stosowana w wielu działaniach rozwojowych, w coachingu, w warsztatach wewnątrzfirmowych, w szkołach na lekcjach etyki.

Metafora jest też metodą w psychoterapii. Może nią być anegdota, analogia, gra słów, symbol, gest, ruch, abstrakcyjny obraz, fotografia. Na przykład zdjęcie nieba, zachmurzonego lub burzy może być metaforycznym wyjaśnieniem czyjegoś nastroju, emocji, jakich klient doznaje, doświadczeń, jakie ma za sobą. Taka metafora ma na celu poradzenie sobie z oporem klienta w mówieniu, i pomaga zmienić jego spojrzenie na sprawy lub wręcz jego przekonania. Za pomocą metafory można dotrzeć do wspomnień, do uczuć czy wydarzeń, które są ważne lub często pojawiają się w życiu, do zablokowanych czy wypartych uczuć, które odeszły w niepamięć. Dzięki temu możliwe staje się dotarcie do wewnętrznych zasobów klienta.

„Metafory, przez które wyrażamy się, łączą ciało i umysł, ucieleśniają odczuwanie rzeczy w naszym życiu, są ruchomymi, ucieleśnionymi wymiarami języka.”⁸

Milton Erickson⁹ pisał, że „*analogia i metafora, podobnie jak dowcipy, mogą wywierać ogromny wpływ poprzez aktywizację nieświadomych schematów skojarzeniowych i reakcji, które w sposób nagły podsumują świadomości «nowe» fakty lub reakcje behawioralne*”¹⁰. Podkreślał, że zastosowanie metafory umożliwi komunikację „niedyrektywną”, to znaczy empatyczną i nie wymuszającą na kliencie, aby ten wprost nazywał rzeczy, o których jest mu trudno mówić.

Dzięki zastosowaniu metafory pozwalamy klientowi powiedzieć coś inaczej niż wprost, bez „nazywania rzeczy po imieniu”, co często bywa trudne. Stwarzamy mu okazję, że wypowiedział swoje myśli w sposób dla niego bezpieczny.

Podobnie szanse stwarza metafora wizualna, czyli obraz.

⁷ George Lakoff i Mark Johnson, *Metafory w naszym życiu*, 1980.

⁸ Miranda Tufnell, Chris Crickmay, *A widening field*, 2004, Dance Books Ltd.

⁹ Milton Erickson, amerykański psychiatra, specjalista od hipnoterapii. Stosował język bogaty w dwuznaczności, zmiany znaczeń i metafory, aby wprowadzić pacjenta w trans i wydobyć z jego podświadomości naturalne skojarzenia.

Fotografie są reprezentacjami ludzkich myśli, idei. Fotografując, coś przekazujemy. To sposób, aby pokazać myśli, które trudno ubrać w słowa, lub przekazać i wzbudzić emocje, które trudno opisać.

„Praca z obrazem pozwalała mi dotknąć kwestii, które w początkowej fazie procesu były dla mnie bardzo trudne do zwerbalizowania, zobaczyć je, ponazywać i podjąć decyzję, co mogę zrobić. Użycie Points of You™¹¹ pozwalało mi spojrzeć z różnych płaszczyzn na dany temat, jak też odkryć powiązania między tematami, które na pierwszy rzut oka były niewidoczne. Było to dla mnie bardzo głębokie, emocjonalne i poruszające doświadczenie, bez cienia zagrożenia czy inwazyjności.” – wypowiedź jednej z osób, które wzięły udział w badaniu ankietowym.

Poniżej opisuję przypadek mojego klienta dobrze ilustruje kwestię nieinwazyjności, delikatności i empatii w coachingu, która sprzyja otwarciu się na pogłębione myślenie i słowne opisywanie wniosków, po to aby na ich podstawie zaplanować i podjąć działania.

Przypadek 1 – Andrzej

Andrzej - mężczyzna w wieku ok. 30 lat. Na sesję coachingu przyszedł, aby zająć się tematem trudnej relacji w związku. Na początku pierwszego spotkania Andrzej powiedział, że bardzo trudno jest mu mówić na ten temat. Zaproponowałam mu 5-minutową pauzę polegającą na posłuchaniu muzyki z zamkniętymi oczami. Pozwoliła mu ona nieco uspokoić się, wyciszyć. Potem Andrzej powiedział, że nie wie dokładnie, jak sformułować swój temat i że tak naprawdę, że nie ma odwagi o nim mówić. Zaproponowałam mu pracę bez mówienia, ale z wykorzystaniem obrazów.

Wykorzystałam grę coachingową Points of You™. Pracowaliśmy w taki sposób, że ja zadawałam Andrzejowi pytania naprowadzające go na głębsze przemyślenie tego, co dzieje się w jego związku, co on w tej relacji odczuwa i jakie są jego potrzeby w tej relacji.

Moje „prowadzenie” Andrzeja, wprowadzanie nowych pytań odbywało się dzięki uważnej obserwacji jest zachowań, gestów, ciała czyli sfery kinestetycznej i emocjonalnej, która odzwierciedlona była w jego ciele i zachowaniu. Za każdym razem, kiedy widziałam, że o czymś myśli, dawałam mu tylko swoją uważność. Z kolei widząc, że dochodził do jakichś wniosków, prosiłam go, aby je zapisał na kartce cienkim ołówkiem. Jednocześnie, rozkładając kolejne fotografie na dużej kartce papieru, Andrzej dopisywał obok nich różne znaki lub słowa. Były to np. duży znak zapytania, słowa „odzyskać”, „czekać”. Niektóre z obrazów Andrzej zakreślał pod koniec sesji grubą kolorową kreską. Druga sesja również zaczęła się

¹¹ **Points of You™** jest uznanym podejściem i metodą w coachingu, opartą o techniki fototerapeutyczne (an.: Phototherapy), polegającą na wykorzystywaniu fotografii w procesie coachingowym, w celu zaktywizowania pamięci wizualnej, intuicji i pamięci wynikającej z doświadczenia życiowego, oraz poszerzania w ten sposób obecnego spojrzenia na zagadnienie omawiane podczas sesji coachingowej i wychodzenia poza codzienny schemat myślenia.

bez mówienia. Jednak po jakimś czasie, Andrzej zwrócił się do mnie słowami: „chciałbym powiedzieć o swoim problemie”. Od tego momentu pracowaliśmy już werbalnie i z wykorzystaniem obrazów.

Podczas trzeciego spotkania Andrzej powiedział mi coś takiego: „Nie czuję czucia i nie wiem, co zrobić z przeszłością w przyszłości”. Chciał odciąć przeszłość i zbudować swoją przyszłość bez niej. Zaproponowałam mu, aby narysował wielką skrzynię. Zrobił to z dużą starannością i uważnością. Potem poprosiłam, aby napisał słowo SIŁA i zapisał w skrzyni to, co jest jego mocną stroną i co wyniósł ze swoich życiowych doświadczeń w przeszłości. To doświadczenie było dla niego przełomowe. Powiedział mi, że po raz pierwszy PRZYJRZAŁ swojej przeszłości i pomyślał o niej w kategoriach „skarbu”, a mówiąc wprost doświadczeń budujących jego charakter a nie tylko bólu, i czegoś, o czym chce zapomnieć. Jak powiedział: „Udało się zintegrować we MNIE całość życia. Poczuc siłę z doświadczeń z przeszłości”.

Oto jego wypowiedź po jakimś czasie:

Wiele obrazów pomogło mi jaśniej zrozumieć mnie samego, jaki byłem, jakie były moje minione lata, jak jest i jaką mam możliwość, żeby było inaczej, w wielu sytuacjach nawet lepiej.

Sposoby wykorzystania obrazu w coachingu

Wykorzystanie obrazu w coachingu polega na tym, że uzyskiwanie wglądu w omawiany problem odbywa się poprzez wnikliwą obserwację obrazu i jednoczesne odnoszenie różnych przychodzących myśli i skojarzeń z tym obrazem do omawianego problemu. Proces zachodzić może tak, że na przykład:

- Osoba **wybiera lub losuje obraz, obserwuje i analizuje swoją reakcję na to, co widzi, „łowi” myśli i skojarzenia**, i dopiero potem opowiada słowem, jak obraz i myśli nim wywołane odnoszą się do zagadnienia klienta.
- Osoba **wybiera fotografię własną lub rodzinną, na podstawie której „odkrywa” swoje własne emocje, doświadczenia czy relacje** zapisane na fotografii. Tak naprawdę przygląda się sobie z nowej, obecnej perspektywy przypomina sobie swoje doświadczenia i na ich podstawie formułuje ważne dla siebie odpowiedzi czy postanowienia.
- Osoba **komponuje wypowiedź wizualną do swoich myśli** wykorzystując swoje zdjęcia, jakieś obce fotografie, gotowe karty fotograficzne, wycinane z czasopism obrazy, a także dorysowuje czy dodaje słowa.

Można powiedzieć, że podczas sesji coachingu z zastosowaniem obrazu w jednym momencie spotykają się pytanie, obraz i słowo, a przez obserwację obrazu klient uzyskuje szansę na pogłębienie swojej refleksji na dany temat.

Patrząc na obraz możemy zadawać następujące pytania w trzech warstwach postrzegania i myślenia:

1. **Pytania o warstwę faktów:** Co widzisz na obrazie, na zdjęciu? Co ono przedstawia, kogo? Jaka to sytuacja? Jakie kolory widzisz, jakie kształty, formy.

2. **Pytania o warstwę emocji:** Jakie emocje budzi w Tobie ten obraz, to zdjęcie? Co czujesz kiedy na nie patrzysz? Jakie wspomnienia ono przywołuje w Tobie?
3. **Pytania o warstwę znaczenia i działania:** Jak ten obraz, to zdjęcie ma się do Twojej sytuacji, do Twojego tematu? Jak ono „opisuje” Twoją sytuację. Co mówi na Twój temat? I co w związku z tym, możesz zrobić?

Pytania z pierwszej warstwy mają na celu wyostrenie uważności i uruchomienie spostrzegania więcej niż w pierwszym momencie, na pierwszy rzut oka.

Pytania z drugiej warstwy mają na celu połączenie się z emocjami, odniesienie tego, co widzę, do tego co czuję. Następuje włączenie sfery emocjonalnej klienta do omawiania tematu.

Pytania z trzeciej warstwy mają na celu uzyskanie nowego czy poszerzonego spojrzenia na omawiany temat. Obraz staje się metaforą dla sytuacji lub problemu klienta. Obraz uruchamia wyobraźnię i skojarzenia. Stanowi zachętę do poszukania nowych znaczeń. Jednocześnie ponieważ jest to „tylko” obraz, pojawia się szansa na to, aby pod pretekstem opowiadania o obrazie powiedzieć coś więcej. Mówiąc na przykład:

„Jak patrzę na ten obraz, to jeszcze mi przychodzi na myśl, że …..”.

„Ja nie mam odpowiedzi na to pytanie, ale jak patrzę na obraz, to widzę na nim i wtedy myślę, że ...”.

W ten sposób obraz może posłużyć klientowi do tego, aby „zasłonić się” nim i odważyć powiedzieć coś, co jest trudne do wyrażenia, lub wcześniej klient nie pozwalał sobie na powiedzenie tego.

W 2013 roku prowadziłam serię warsztatów poświęconych zmianie stylu zarządzania na partycypacyjny w pewnej firmie produkcyjnej. Uczestnikami części spotkań byli pracownicy z bezpośredniej produkcji ze szczebla wykonawczego. Z uwagi na silną hierarchię, autorytarny styl zarządzania, koncepcję motywowania poprzez kary i nagrody oraz podejście karzące za błędy istniały liczne bariery w komunikacji interpersonalnej. Uczestnicy nie mieli do siebie zaufania, bali się podejmować decyzje, czuli się niegodnie traktowani. Mając świadomość wyzwania od razu na pierwszym warsztacie wprowadziłam karty z obrazami, mówiąc że będzie to rodzaj gry.

Gra polegała na tym, że ja zadawałam pytania a uczestnicy losowali do niego karty (każdy po jednej) i mówili, jaką odpowiedź na pytanie przynosiła ich karta. Były to pytania w stylu „co musiałoby się zmienić, abyśmy mieli więcej poczucia pewności i zaufania do siebie”, „co mogłoby pozytywnie wpłynąć na to, abyśmy się czuli docenieni?”, itd. Pracownicy bardzo swobodnie wypowiadali się, a ich wypowiedzi zapisywaliśmy obok wylosowanych kart na papierze. W efekcie powstały „plakaty zmiany”. Które później pokazaliśmy Zarządowi firmy jako zapis naszej pracy i oczekiwań, co do zmiany stylu zarządzania. Kiedy zapytałam uczestników warsztatów czy zezwalają na pokazanie tych plakatów „górze”, nie tylko nie zgłaszali wątpliwości co wręcz tego chcieli.

Sądzę, że możliwość „zasłonięcia się” wylosowanym obrazem zachęciła osoby do wypowiedzania się.

Jest w tym pewna **dwoistość**. Z jednej strony obraz **otwiera na nowe myśli** i znaczenia, otwiera ludziom oczy w sposób **odważny** i nierzadko zaskakujący. Pociąga za sobą zmianę w myśleniu i działaniu. Wytrąca ze strefy komfortu, jakim jest przyjęty i uzasadniony schemat myślenia. Z drugiej strony **daje bezpieczeństwo**, bo fotografią można się zasłonić mówiąc, że „to nie ja, to ta fotografia ma takie znaczenie”.

Wpływ obraz na atrakcyjność coachingu

Kolejnym walorem, który wnosi obraz, jest walor **atrakcyjność i kreatywność**. **W przeprowadzonym przeze mnie badaniu ankietowym, 85% Klientów i 90% Coachów stwierdziło, że zastosowanie obrazu ma pozytywny lub znacząco pozytywny wpływ na atrakcyjność sesji**. Cytując jednego z uczestników badania:

Wizualizacja wspomaga proces inspirowania i uczenia się.

Obrazy pozwalają na głębszy wgląd i zdecydowanie urozmaicają sesję.

To istotny aspekt z uwagi na motywację do udziału w szkoleniach czy sesjach coachingu. Motywacja jest podstawą uczenia się. Zaangażowanie się w doświadczanie pozwala osobie przeżyć coś autentycznego podczas sesji a takie przeżycie jest niezbędne, aby uwierzyła ona w możliwość zmiany i poczuła się za nią odpowiedzialna. Doświadczanie na głębszym poziomie, emocjonalnie angażujące człowieka wywołuje pozytywne emocje i wprowadza dynamikę do procesu uczenia się.

Oto odpowiedź pewnej wieloletniej trenerki, Doroty Jaślan specjalizującej się w tematach komunikacji, współpracy, zarządzania emocjami:

- Doroto, w jakich tematach szkoleń/warsztatów stosujesz obraz?
- *Do tej pory stosowałam przy tematach: zarządzanie emocjami, techniki kreatywnego myślenia, zarządzanie czasem, budowanie współpracy w zespole.*
- Co daje obraz?
- *Urozmaica zajęcia*
- *Wprowadza większą dynamikę w grupie*
- *Zaczynają wywoływać pozytywne emocje*
- *Pomaga wyjść poza utarty sposób myślenia*
- *Wprowadza atmosferę zabawy*
- Jaką widzisz różnicę w uczestnictwie ludzi, w zajęciach między sesjami kiedy obrazu nie stosujesz a kiedy stosujesz?
- *Nie mam jeszcze zbyt dużej próby aby się w tej kwestii wypowiadać. Przy tak małej próbie (około 14 grup gdzie wykorzystałam Points of You™ lub karty Benewicza) mogłam zauważyć:*
- *Zawsze bardzo pozytywny odbiór wprowadzenia kart do ćwiczeń*
- *Wprowadzenie aury tajemniczości co korzystnie wpływało na nastrój grupy*

- *Łatwiejsze poruszanie trudnych tematów*
- *Większa otwartość uczestników przy wypowiedzaniu się.*

Obraz jako sposób na odkrywanie nowych punktów widzenia

Dzięki zastosowaniu obrazu osoba otwiera się na nowe, często nieoczekiwane i zaskakujące myśli. Obraz odblokowuje zapomniane już lub zablokowane uczucia, pragnienia, przemyślenia. Komunikując się bowiem wyłącznie w sferze werbalnej, świadomie kontrolujemy to, co mówimy, blokując to, czego powiedzieć nie wypada, nie można, nie należy, itp. Za język, za komunikację werbalną odpowiada analityczna funkcja mózgu. Często z góry wiemy, co powiedzieć. Działamy w przyjęty sposób, odpowiednio do przyjętego schematu myślenia.

Tymczasem obraz działa na tę funkcję mózgu, która jest emocjonalna, intuicyjna, niekoniecznie logiczna ale za to empatyczna, relacyjna. W efekcie wprowadzając obraz kontaktujemy się z naszymi emocjami, intuicją, tym jak coś naprawdę odczuwamy. Odczytujemy jego treść przez pryzmat indywidualnych doświadczeń życiowych, doznań, emocji. Nadajemy obrazowi unikalny sens. Nie dzieje się tak ze słowami, których znaczenie jest dużo dalej i wyraźniej określone. Bo temu służy język - ujednoczeniu znaczeń i rozumienia.

To w kontakcie z obrazem częściej pytamy o to, co „autor miał na myśli?”. Natomiast rzadziej reagujemy pytając, jak ja to rozumiem.

Dzięki swojej „nieokreśloności” obrazy pozwalają wyjść poza dotychczasowy schemat myślenia, otworzyć myślenie, poszerzyć pas, po którym myśli przepływają, dać im upust. To tak jakbyśmy poszerzyli dotychczasową drogę jednopasmową, którą płyną myśli uruchamiane ze słów, dodając drugie pasmo, którym teraz płyną myśli z obrazów. Jak dwie łodzie obok siebie, które może czasem zawadzą jedna o drugą, racje i emocje zderzają się, aż w końcu zaczynają płynąć razem we właściwej od siebie odległości, słuchając się z obu stron, i słuchając siebie samych. A to co dociera do osoby, jest dla niej spójne i zrozumiałe. **Pracując z obrazem człowiek uczy się słuchać, widzieć, czuć i integrować myślenie, a też myśleć odważniej.**

Obraz porusza obszary w podświadomości, które otwierają zupełnie zaskakującą perspektywę już znanych nam sytuacji i odczuć. Pracując z obrazem obdzieramy siebie w warstw „co wypada mówić”, a „co nie wypada”. Pozwalają zajrzeć w głąb siebie i poruszyć emocje. Wzmacniają motywację do zmian i akceptacji „perspektywy siebie”. – wypowiedź jednej z osób, które wzięły udział w badaniu ankietowym.

Szanse, jakie daje zastosowanie obrazu w coachingu

- Połączenie ze zmysłami (praca na poziomie odczuwania)
- Połączenie z emocjami
- Zwiększenie zdolności do inspirowania i przekonywania

- Odnalezienie sposobu na wyrażenie się
- Lepsze zrozumienie innego punktu widzenia
- Pogłębienie rozumienia
- Poszukiwanie nowych znaczeń, nowych punktów widzenia, nowego spojrzenia na temat
- Wyjaśnianie skomplikowanych lub abstrakcyjnych koncepcji
- Tworzenie poczucia bliskości
- Uwalnianie emocji
- Motywowanie do podjęcia działania

Obrazy same w sobie nie mają jednego właściwego znaczenia, a znaczenie nadaje obrazom oglądający. Przez pryzmat swojego doświadczenia oglądający 'interpretuje' obraz, a jego interpretacja jest unikalna dla niego w danym momencie i w odniesieniu do omawianego tematu. Taka praca z obrazem nie musi być od razu łatwa. Jak pisze Judy Weiser¹²: „Rzeczywisty sens każdej fotografii leży nie tyle w jego elementach wizualnych jak w tym, co te szczegóły wywołują w umyśle (i sercu) każdej osoby które ją ogląda - zarówno osoby, która zrobiła to zdjęcie i jak tej, która pojawia się na nim. Patrząc na jakies ujęcie, ludzie spontanicznie tworzą znaczenia, i myślą, że one pochodzą z samego zdjęcia, ale to tylko może i nie musi wcale być sens, które fotograf pierwotnie miał do przekazania. Tak więc, znaczenie (i emocjonalny przekaz) jest zależne od tego, kto patrzy na zdjęcie ponieważ sposób postrzegania i unikalne doświadczenia życiowe automatycznie nadają kadr i definiują to, co ludzie widzą jako prawdziwe. W związku z tym, reakcje ludzi na zdjęcia mogą dużo ujawniać o nich samych jeśli tylko zadamy o to właściwe pytanie.”

Praca z obrazami to **uczenie się widzenia**. Chodzi o to, aby zobaczyć. Nie tylko patrzeć. W dzieciństwie, lub w szkole nie uczymy się analizowania tego, co widzimy. Nie uczymy się odczytywać tego, jakie emocje budzi w nas to, co widzimy. Nie uczymy się obserwowania tego, co się z nami dzieje, kiedy widzimy jakiś obraz. Poprzestajemy często na etapie ocenianiu obrazów. Na przykład: „to straszne zdjęcie, nie mogę na to patrzeć”. Albo „to piękne zdjęcie.”

Uczyć się czytania obrazów można wszędzie. Na przykład na wystawach, kiedy to snujemy się od obrazu do obrazu, od fotografii do fotografii. Za każdym razem szukając tytułu, jak deski ratunku. Jeśli obraz jest „bez tytułu”, idziemy dalej. Tymczasem jest to wspaniała okazja, aby zastanowić się, co rozgrywa się na naszej wewnętrznej scenie. Każdy obraz budzi jakieś emocje z jakiegoś powodu. Tak jak uczymy się wypowiadać, czy analizować tekst, tak można nauczyć się analizowania fotografii.

¹² The actual meaning of any photograph lies less in its visual facts and more in what these details evoke inside the mind (and heart) of each viewer -- including the person who took it or who appears in it. While looking <http://www.phototherapy-centre.com/photopages/HomePage 2.htm> at a snapshot, people actually spontaneously *create* the meaning that they think is coming from that photo itself, and this may or may not be the meaning that the photographer originally intended to convey. Thus, its meaning (and emotional “message”) is dependent upon who is doing the looking, because people's perceptions and unique life experiences automatically frame *and define* what they see as being real. Therefore, people's reactions to photographs they feel are special can actually reveal a lot about *themselves*, if only the right kinds of questions are asked. Judy Weiser, Phototherapy Techniques.

„Praca z obrazami jest dla moich klientów czymś nowym, nietypowym i najpierw trochę nieśmiałym. Z czasem nabierają wprawę w pracy ze zdjęciami i w kolejnych sesjach często chcą na nich ponownie pracować. Niektórzy z nich mają sporą trudność w nauczeniu się patrzenia na obrazy i mówieniu o tym co widzą, co ten obraz w nich wywołuje i do czego inspiruje. Z czasem obserwuję nabieranie przez nich śmiałości i płynności.” – wypowiedź jednej z osób, które wzięły udział w badaniu ankietowym.

Praca coachingowa z obrazem polega na zastanowieniu się, jakie emocje budzi zdjęcie, jak odnosi się do naszych doświadczeń lub pragnień w życiu, albo do zachowań czy norm obowiązujących w grupie, w firmie czy w społeczeństwie. I co dzięki takiej refleksji przychodzi nam na myśl, odnośnie tego, co możemy dalej zrobić, jakie mamy pragnienia, jakie można podjąć działania.

Refleksja nad tym, co przywołuje nam na myśl jakiś obraz, pozwala dotrzeć do naszych potrzeb czy opinii, które w codziennej rzeczywistości są spychane na plan dalszy, racjonalizowane. Pracując jako coach prowadzę klienta przez obraz zadając mu pytania. Często reakcją klienta jest to, że im dłużej patrzy na obraz i odpowiada na zadawane pytania, tym więcej widzi, tym bardziej pogłębia swoją refleksję.

Refleksja taka jest niezbędna, jeśli klient chce oderwać się od sytuacji obecnej i coś zmienić w swoim życiu na lepsze. Polega ona na:

- uświadomieniu sobie potrzeb rozwojowych, życiowych, zawodowych,
- pogłębieniu wglądu w to, co ma miejsce, czyli w obecną sytuację w życiu prywatnym lub zawodowym,
- uzyskaniu nowego spojrzenia na obecną sytuację,
- podjęcie postanowienia co do kolejnych kroków, czyli co osoba zrobi, czy zacznie robić, aby poprawić swoją sytuację.

Pisząc niniejszy artykuł opieram się na swoich **doświadczeniach w coachingu i warsztatach rozwojowych** z:

- Osobami indywidualnymi, które pragnęły poprawić jakość swojego życia poprzez poprawę relacji z osobami im bliskimi w życiu prywatnym, zwiększenie wiary w siebie i w swoje możliwości (poprawę relacji samym sobą), podjęcie świadomych decyzji co do dalszego rozwoju w życiu prywatnym,
- Osobami indywidualnymi na stanowiskach kierowniczych, które pragnęły i potrzebowały poprawić swoją skuteczność menedżerską i jakość swojego przywództwa, rozumianą jako autentyczność osobistą,
- Zespołami w przedsiębiorstwach, które pracowały nad poprawą komunikacji interpersonalnej w zespole lub w organizacji oraz zbudowaniu relacji opartych o większe niż dotychczas zaufanie między ludźmi, w tym między pracownikami szeregowymi a ich kierownikami.

W oparciu o to doświadczenie przeprowadziłam badanie ankietowe, którego wyniki poniżej podsumowuję

W pierwszym momencie wyniki mogą wydawać się zaskakująco pozytywne. Trzeba pamiętać, że w badaniu uczestniczyły osoby, które już pracowały z obrazem podczas sesji. Coachowie, którzy dokonali takiego wyboru. Klienci, którzy nie odrzucili tej metody. Zatem osoby, które miały pozytywne doświadczenie w tym sposobie pracy. Nie znaczy to jednak, że nie pojawiły się głosy sceptycyzmu. Takim opiniom również poświęciłam miejsce w tym artykule. Komentarze, którymi opatrzyłam wyniki badania, są efektem zarówno mojej analizy jak i pogłębionej dyskusji na temat wyników z grupą coachów w gronie międzynarodowym.

Wyzwania w coachingu – podsumowanie wyników badania

Czy mówienie na trudne tematy stanowi wyzwanie? Uzyskałam zróżnicowane odpowiedzi. Większość odpowiedzi nie jest zdecydowanych i są to odpowiedzi „raczej tak” i „raczej nie”. Przy czym prawie 90% klientów jak i coachów nie udzieliło zdecydowanej odpowiedzi, że „nie”. Zdecydowanej odpowiedzi, że mówienie na trudne tematy „nie” stanowi wyzwanie, udzieliło 13% respondentów (12% coach i 14% klientów).

Czy uzyskanie głębokiego wglądu stanowi wyzwanie? Prawie połowa coachów i połowa klientów twierdzi, że „tak”. Warto spojrzeć na liczbę osób, które odpowiedziały jednoznacznie, że uzyskanie głębokiego wglądu nie stanowi wyzwania: 13% klientów i 30% coachów. Ta różnica może wynikać z wielu przyczyn, chociażby z subiektywnej miary przykładanej przez osoby. Inaczej widzi sprawy indywidualny klient, a inaczej widzi to coach, który pracuje z wieloma osobami. Nie mniej jednak można powiedzieć, że uzyskanie głębokiego wglądu zdecydowanie stanowi wyzwanie dla klientów.

Czy oderwanie się od dotychczasowych schematów myślenia stanowi wyzwanie? 70% coachów i 50% klientów twierdzi, że „tak”. Ale jednocześnie tylko 28% klientów i coachów udziela zdecydowanej odpowiedzi, że „nie”. Jednak znacząca liczba osób uważa, że zmiana sposobu myślenia nie przychodzi łatwo.

Czy przełożenie wniosków na plan działania stanowi wyzwanie? 52% coachów twierdzi, że „tak/raczej tak”. Ale to zdanie podziela tylko 36% klientów.

Jednocześnie jednak jeśli spojrzymy na pytanie, **czy uzyskanie poczucia, że osiąga się konkretne rezultaty stanowi wyzwanie?**, to tylko 30% coachów twierdzi, że „tak/raczej tak” podczas gdy wśród klientów 50% osób tak uważa.

Czy wzmocnienie poczucia własnej wartości stanowi wyzwanie? 36% klientów i 48% ich coachów twierdzi, że „tak/raczej tak”. 40% klientów jednoznacznie odpowiedziało, że „nie” podczas gdy taką odpowiedź zaznaczyło 12% coachów.

Wpływ obrazu na sesje coachingu	
Opinia klientów	Opinia coachów
Pomogło mi otworzyć się, aby mówić: 87% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 55% że znacząco pozytywny wpływ.	Pomaga klientom otworzyć się, aby mówić: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 82% że znacząco pozytywny wpływ.
Skłoniło mnie do odważniejszego wypowiedzania się: 77% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 41% że znacząco pozytywny wpływ.	Skłania klientom do odważniejszego wypowiedzania się: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 53% że znacząco pozytywny wpływ.
Mniej cenzurowałem/am to, co mówię: 73% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 41% że znacząco pozytywny wpływ.	Klienci mniej cenzurują to, co się mówią: 94% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 41% że znacząco pozytywny wpływ.
Pomogło mi uzyskać głęboki wgląd w temat: 78% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 55% że znacząco pozytywny wpływ.	Pomaga klientom uzyskać głęboki wgląd w temat: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 47% że znacząco pozytywny wpływ.
Pomogło mi oderwać się od dotychczasowego sposobu myślenia: 82% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 55% że znacząco pozytywny wpływ.	Pomaga klientom oderwać się od dotychczasowego sposobu myślenia: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 47% że znacząco pozytywny wpływ.
Pomogło mi uzyskać nowy punkt widzenia: 91% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 68% że znacząco pozytywny wpływ. Zero odpowiedzi na „nie miało wpływu”.	Pomaga klientom uzyskać nowy punkt widzenia: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 47% że znacząco pozytywny wpływ. Zero odpowiedzi na „nie miało wpływu”.
Pomogło mi uzyskać zaufanie do siebie samego/samej: 68% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 27% że znacząco pozytywny wpływ.	Pomaga klientom uzyskać zaufanie do siebie samego/samej: 77% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 18% że znacząco pozytywny wpływ.
Zwiększyło atrakcyjność sesji coachingu: 67% klientów twierdzi, że	Zwiększa atrakcyjność sesji coachingu: 88% coachów twierdzi, że

Wpływ obrazu na sesje coachingu	
Opinia klientów	Opinia coachów
obraz miał pozytywny wpływ, z czego 73% że znacząco pozytywny wpływ.	obraz miał pozytywny wpływ, z czego 53% że znacząco pozytywny wpływ.
Dało mi poczucie, że dochodzę do zasadniczych dla mnie wniosków: 77% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 41% że znacząco pozytywny wpływ.	Daje klientom poczucie, że dochodzą do zasadniczych dla nich wniosków: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 53% że znacząco pozytywny wpływ.
Dało mi poczucie, że sesje coachingu były głębokie: 77% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 59% że znacząco pozytywny wpływ.	Daje klientom poczucie, że sesje coachingu są głębokie: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 47% że znacząco pozytywny wpływ.
Wychodziłem/am z sesji zmotywowany/a do podjęcia działania: 73% klientów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 41% że znacząco pozytywny wpływ.	Klienci wychodzili z sesji zmotywowani do podjęcia działania: 100% coachów twierdzi, że obraz miał pozytywny wpływ, z czego 24% że znacząco pozytywny wpływ

Źródło: Badania własne.

Przeprowadzone badania pogłębiłam wywiadem z coachami. Oto ich zapis:

Większość coachów stosuje obraz często, część zawsze, część czasami. Zapytałam: „Na jakiej podstawie decydujesz, że zastosujesz obraz w coachingu? Oto odpowiedzi:

- *Kiedy klient „utknął”, i nie może zejść głębiej.*
- *Kiedy ja nie wiem, w którą stronę dalej iść.*
- *Podczas warsztatów – zawsze w połączeniu z innymi technikami, np. z mandalą.*
- *Kiedy klient nie może zejść głębiej.*
- *Podczas warsztatów – zawsze jako część procesu. W pracy indywidualnej – Na pierwszym sesji robię przedstawienie się z własną fotografią, aby zapoznać klienta i zainteresować taką metodą pracy. Potem proponuję jako metoda pracy i tylko jak klient odrzuca, nie pracuję z obrazem.*
- *Aby pomóc klientowi poszerzyć jego pole widzenia.*
- *Jako „rozgrzewka”.*

Większość osób robi zdjęcie notatek z coachingu z obrazami. Zapytałam dlaczego robią te zdjęcia. Oto odpowiedzi:

- *Aby pomóc klientowi zapamiętać.*
- *Aby zapamiętać.*
- *Jako domów pracy klienta – coś co stworzył. Jako deklaracja zapisana. Aby nie stracić tego, co wyraziły obrazy dla klienta.*

Wyniki pokazały, że jest różnica w tym jak coachowie i klienci odczuwają, czy klienci osiągają wyniki w coachingu. Zapytałam, jak coachowie upewniają się co do planu działania, który klient formułuje. Oto odpowiedzi:

- Na kolejnej sesji pytam: „*Czy udało się iść zgodnie z ostatnimi ustaleniami ? Jeśli nie, to dlaczego? Jakież trudności napotkałeś...*”
- Na koniec sesji pytam:
 - *Jaki będzie jeden krok, jedno działania, które podejmiesz po tej sesji od razu?*
 - *Jakie przekonania na Twój temat mogą Cię powstrzymać? Co możesz z nimi zrobić? Sformułuj hasło obronne dla siebie.*
 - *Czy Twój plan jest realistyczny? Dzięki czemu to wiesz?*
 - *W jaki sposób obrazy, z którymi pracowaliśmy dziś, mogą ci pomóc w utrzymaniu chęci do zrealizowania planu działania wypracowanego na kolejny tydzień?*
 - *Wyobraź sobie, że minął tydzień i zrealizowałeś swój plan. Co się dla ciebie zmieniło? Co sobie byś powiedział?*

Powyższy temat okazał się jednym z zasadniczych. Zapytałam coachów jaki będzie ich kolejny krok w doskonaleniu własnego warsztatu pracy z obrazem w odniesieniu do wyników badania. Oto odpowiedzi:

- *Pogłębić moją podróż i relacje z tą metodą*
- *Umacniam się, aby tak pracować*
- *Więcej wykorzystam szanse, jakie stwarza ta metoda*
- *Przygotuję się aby być bardziej profesjonalna*
- *Będę kontynuować tę praktykę i pogłębiać swój profesjonalizm w stosowaniu obrazu*
- *Więcej wykorzystam szanse, jakie stwarza obraz, będę eksplorować możliwości*
- *Wrócę do osób, z którymi pracowałam tylko raz i zachęcę do dalszej współpracy.*¹³

W rozmowach z coachami, którzy dopiero zaczynają wykorzystywać obraz w coachingu, pojawia się często ambiwalencja co do stosowania obrazu. Z jednej strony są zachwyceni tym, jak bardzo obraz im pomaga w pracy, i mają wewnętrzne przekonanie, że to dobra i skuteczna metoda. Z drugiej strony odczuwają bariery wynikające z obaw o zarzuty, że to niepoważna metoda. Kiedy pokazywałam wyniki ankietowe wiele osób było zaskoczonych, widząc tak pozytywne reakcje znajdujące odzwierciedlenie w ankietach. Mówiły, że to im dało impuls, aby mniej cenzurować się i z większym przekonaniem proponować fotografie podczas sesji.

5 wyzwań w rozwoju, gdzie obraz zdecydowanie pomaga

¹³ W oparciu o badania własne.

(1) Większa otwartość, zaufanie w relacjach i komunikacji

Wyobraźmy sobie, że pytamy zespoły w firmie, „co jest ważne dla Was w pracy?”. Na bazie mojego doświadczenia pracy z zespołami mogę powiedzieć większość osób udziela podobnych odpowiedzi. Są to często odpowiedzi zgodne z tym, jakie komunikaty zespół otrzymuje na co dzień. Na przykład:

- *Ważne są wyniki.*
- *Musimy zrobić plan.*
- *Musimy wykonywać swoją pracę rzetelnie.*
- *Terminowość i brak błędów.*
- *Ważna jest współpraca.*

Aby przełamać ten schemat czy wręcz mechanizm odpowiedzi wprowadzam obraz. Zadając pytanie proszę uczestników o wylosowanie obrazu i udzielenie tej odpowiedzi, która przychodzi do głowy w pierwszej kolejności, kiedy patrzą na wylosowany obraz a następnie o pogłębienie swojej wypowiedzi na podstawie wnikliwej analizy obrazu i skojarzeń z nim. Obowiązuje zasada, że każdy się wypowiada. To co wtedy obserwuję to:

- Osoby automatycznie wypowiadają się osobiście i mówią jako „ja”.
- Co powadzi do uzyskania różnorodnych odpowiedzi, pojawia się bogactwo punktów widzenia.
- Ujawnia się różnorodność w ramach zespołu, odnośnie potrzeb jej członków, postrzegania codziennej pracy i emocji jej towarzyszących. Każda odpowiedź jest inna, osobista i przez to bardziej autentyczna.
- Taka rozmowa trwa dłużej, bardziej angażuje osoby, które często potem mówią, że poczuły się ze sobą bardziej związane, bliższe sobie.

Poniżej zamieszczam dla przykładu kilka autentycznych wypowiedzi z jednego z warsztatów, które prowadziłam w grupie dyrektorów. Warsztat dotyczył zarządzania i realizacji celów.

- *Szukam wytrwałości – aby w poradzić sobie z wyzwaniem.*
- *Pauza – chcę znajdować czas, aby zatrzymać się, rozsejrzeć czy wszystko działa i czy zachowany jest dobry kierunek.*
- *Muszę zmienić swoje przyzwyczajenia i zaufać pracownikom, mniej ingerować w ich pracę.*
- *Kiedy patrzę na ten obrazek, to widzę dwie osoby bardzo zaangażowane w rozmowę. Dla mnie ważne jest, aby mieć ze sobą bezpośredni kontakt, móc coś omówić, móc się skonsultować.*

A także kilka autentycznych wypowiedzi z serii warsztatów, które przeprowadziłam w grupie pracowników bezpośredniej produkcji.

- *Nie odpuszczać, kiedy się nie udaje i próbować. Bo powrót do starego sposobu funkcjonowania nie jest dobry.*
- *Potrzebujemy pauzy. Jeśli zmienimy swój sposób funkcjonowania, ludzie odpoczną, będzie więcej czasu na spokojną pracę.*

- *My i oni to dwa światy. Jesteśmy gorszą kategorią. Ludzie muszą się poczuć dowartościowani. Szefowie muszą zrównoważyć presję dobrymi informacjami, muszą wносить radość, nie być ciągle niezadowolonymi szefami.*

Powyższe wypowiedzi z pozoru mogą się wydawać oczywiste. Ale tak naprawdę są bardzo są odważne i szczerze.

Oto jedno z podsumowań uczestników warsztatu, kiedy właśnie pracowaliśmy z obrazami: „Silne doświadczenie i poczucie, że zmiana jest możliwa, że zmiana dzieje się we mnie i w zespole, poczucie prawdziwego zainspirowania się, bycia razem i otwarcia między nami?”. Jest to wypowiedź osoby z grupy, która po raz pierwszy przez cały dzień pracowała z wykorzystaniem obrazu a nie tylko słów, dyskusji i tablicy.

(2) Mówienie o trudnych sprawach i uważność

Sytuacja 2

Barbara jest kobietą w średnim wieku. Na sesje coachingu przyszła, aby odpowiedzieć sobie na ogólne pytanie „co mam zrobić w życiu, w którym mam tyle kłopotów”. Kłopoty te dotyczyły jej zdrowia, relacji w rodzinie, a także kwestii finansowych. Na pierwszym spotkaniu, jeszcze zanim zaczęłyśmy sesje coachingu, Barbara bardzo dużo i szybko mówiła. W chaotyczny sposób podawała rozmaite informacje dotyczące jej życia. Często powracała do tego samego stwierdzenia, że nie wie, co się w jej życiu dzieje i co ma zrobić. Nie udawało się jej jednak określić problemu, jakim chciałaby się zająć. W rozmowie z nią brakowało oddechu, pauzy, namyslenia się, uważności. Zaproponowałam jej pracę z obrazami, mając nadzieję, że pozwoli to jej zatrzymać się na chwilę w mówieniu i namyśleć.

Efektom pierwszej sesji było stworzenie listy kilku tematów, którymi Barbara miała się zająć po kolei. Podczas drugiej sesji, kiedy omawialiśmy jedną ze spraw, którymi Barbara się zajmowała w ostatnich dniach, wylosowała ona kartę przedstawiającą starą, zniszczoną, zabrudzoną lalkę zestawioną ze słowem „strach”. Był to moment przełomowy dla niej. Wylosowany obraz był mocny, nieestetyczny, i w pierwszym geście Barbara chciała go odrzucić.

Poprosiłam ją, aby chwilę przytrzymała kartę z tym obrazem, wzięła głęboki oddech i powiedziała mi, co ją tak bardzo w tym obrazie przeraziło, odrzuciło. Co na tym obrazie było dla niej trudne.

To był moment, kiedy Barbara zatrzymała się. Usiadła głębiej na krześle, oparła się o oparcie i zaczęła uważnie przyglądać się fotografii. Była wyraźnie poruszona. Po chwili spojrziała na mnie i powiedziała: „*To jestem ja. To ja jestem tą lalką.*”

Zacząła opowiadać o swoim życiu. Obraz wywołał w niej silne wspomnienia z dzieciństwa, kiedy czuła się zaniedbana przez rodziców, była jak ubrana, gorzej od innych dzieci. Wspominała, jak na szkolnych zdjęciach, stała zawsze z tyłu, bo

z uwagi na jej ubranie tak ustawiali ją fotografowie. Mówiła też, że całe swoje życie ciężko pracowała i wkładała wiele energii w to, aby się sprawdzić, aby udowodnić, że potrafi. Wspominała brak wsparcia i dodawania otuchy w rodzinie, kiedy zdawała egzaminy uczelni wyższą, bo „nie nadaje się”. Na koniec powiedziała mi, że właśnie zdała sobie sprawę z tego, że ona wciąż udowadnia sobie i innym o tym, że się nadaje.

I mimo że odniosła wiele sukcesów w życiu, stworzyła własną firmę, ma i wychowuje dziecko, zbudowała dom, to jednak wcale nie cieszy się tymi osiągnięciami. Powiedziała, że nie myśli o swoich sukcesach w takich kategoriach, że coś osiągnęła.

Po kilku sesjach coachingu Barbara podjęła konkretne działania. Między innymi zajęła się swoim wyglądem, kondycja fizyczną i dietą. Uporządkowała szereg kwestii dotyczących jej życia. Na koniec naszej współpracy, powiedziała, że nabrała nowego spojrzenia na szereg spraw. Oto co napisała: „*To jest początek wszystkiego. Jestem zachwycona obrazami. W życiu, w pracy nieświadomie bazujemy na różnych wzorcach, które zawężają nasz horyzont. Bardzo trudno jest się odkleić od starych przyzwyczajeń. Stąd wynikają problemy w pracy, w życiu, w motywacji, w osiąganiu celów, w komunikacji. Points of You™ pozwala na wprowadzenie zmiany. Obrazy, na których pracuje się, pozwalają zobaczyć wszystko w innej perspektywie, zupełnie inaczej. W podsumowaniu mogę napisać, że pomagają w rozwoju. W doskonaleniu w życiu, w komunikacji, w pracy, w pracy. [...]*”¹⁴.

(3) Praca ze zmianą

Sytuacja 3

To była sesja warsztatowa poświęcona zmianie. Celem było ustalenie jaką zmianę w życiu czy kierunku w swoim rozwoju każdy z uczestników ma zrealizować w nowym roku. W życiu wszystkich osób, które brały udział, zachodziła jakaś znacząca życiowa zmiana - zawodowa lub osobista. Np. zmiana pracy lub wręcz wykonywanego zawodu, zmiana miejsca zamieszkania, zmiana partnera. Czasem więcej niż jedna zmiana miała miejsce w życiu wybranych osób. Takich momentom w życiu towarzyszy zazwyczaj natłok myśli i silne emocje. Jest potrzeba uporządkowania sobie wszystkiego w głowie, wyklarowanie planu działania.

Zaproponowałam pracę z wyobraźnią, obrazem, relaksacją. Zajęcia zaczęły się od wyciszenia z muzyką. Potem uczestnicy wybrali po jednym zdjęciu z przygotowanych przeze mnie specjalnie w tym celu czarno-białych fotografii abstrakcyjnych wielkości 13x18. Zadaniem uczestników było wyobrażenie sobie, że znajdują się tam w tym zdjęciu, które jest jakimś miejscem i wgląd w to jak się tam czują i co się dzieje. Była to sesja dyrektywna, podczas której ja kierowałam uważność osób na ich różne zmysły i odczucia, wypowiadając kolejne zdania, uporządkowane wg pewnej koncepcji „wchodzenia” w jakąś krainę. Były to np. takie zdania jak: „czy jesteś tam sam, czy z kimś, z kim?”, albo „czy jest tam ciepło, czy zimno?”,... itd. Takie wprowadzenie trwało ok. 15 minut i podsumowane

¹⁴ Z wypowiedzi uczestniczki sesji coachingowej.

było zapisanie słów skojarzeń i ułożeniem z nich tekstu oraz fizyczne poruszenie się z nim, także odczytanie go sobie na głos.

Potem pracowaliśmy z grą Punctum, w której dobiera się obrazy słowa i pytania. Uczestnicy wybierali obraz, który wizualizował ich zmianę, dobierali do niego słowo-tytuł, a następnie pytanie, na które sobie chcieli odpowiedzieć aby zaplanować kolejne działania. Dalej pracowaliśmy już nad odpowiedziami na to pytanie, oraz nad ułożeniem planu działania na dany rok.

To przykład pracy podczas której z wyobraźni, z obrazu, i z ciała przechodzi się do postanowienia konkretnego planu działania, rozpisanego na cały rok, miesiąc po miesiącu.

Można by zapytać po co tak pracować, skoro można od razu napisać plan.

Siłą takiej pracy jest to, że powstaje plan nie „z głowy” ale z całego człowieka, z jego całego kompleksowego doświadczenia życiowego. Jest on emocjonalny, bardzo indywidualny, spójny z całym człowiekiem. To głęboka praca, która pozwala poczuć swoje pragnienia, marzenia, deklaracje i związać się z nimi emocjonalnie. A to przekłada się na energię do działania i determinację w realizowaniu. Wiem od osób, które brały udział w zajęciach, że to głębokie przeżycie pracy nad swoją zmianą dało im silne poczucie ugruntowania, chęci zmiany w sobie i energię, aby odpierać zarówno racjonalne powątpiewania własne jak i innych osób z otoczenia, np. rodziców.

(4) Kreatywność, współpraca i zaangażowanie

„Fotografie dostarczają nam malowniczej metody komunikacji. Czasem myśli, uczucia albo doświadczenia wizualne są trudne do wyrażenia językowo, i wtedy możemy użyć fotografii, aby wydatnić, wzmocnić lub zastąpić opis werbalny”¹⁵.

Podczas szkolenia specjalistycznego dla coachów poświęconego wykorzystaniu obrazu w coachingu zapraszam uczestników do stworzenia metaforycznego obrazu Ludzkości. Tworzy go cała grupa z fotografii i innych przedmiotów. Zadanie to zajmuje zazwyczaj koło 20 -30 minut, aż grupa stwierdza, że skończyła dzieło. Jest to bardzo dobre zadanie na pracę kreatywną. Każdy jest w niej aktywny i coś współtworzy, dodając od siebie jakiś element nowej całości. To, co powstaje, jest z natury samej efektem tworzenia. I stanowi jakąś unikalną układankę. W miarę postępu pracy, uczestnicy dodają coraz to nowe elementy, aby coś dopowiedzieć. Przychodzą im do głowy spontaniczne pomysły, które się dokładają do całości. Pokazuje osobom, jak inne jest doświadczenie pracy w schemacie a pracy poza schematem. Wnioski, które słyszę to:

- *Tworzenie jest angażujące, pochłania.*

¹⁵ Linda Berman, *Beyond the smile*, 1993, Routledge, s. 9.

- *Efekt jest unikalny, ma się możliwość bycia kreatywnym, eksperymentowania a nie oceniania pomysłów, zanim się ich nie sprawdzi.*
- *Przychodzą różnorodne pomysły i ma się swobodę w proponowaniu ich.*
- *Nie ma rywalizacji, każdy ma równe możliwości wyrażania się i współtworzenia.*

„Poprzez metaforę i analogię można połączyć i zintegrować różne części układanki, obraz budzi kreatywność i otwiera na twórcze podejście do 'problemów', wyzwań.” – wypowiedź jednej z osób, które wzięły udział w badaniu ankietowym.

(5) Przywracanie pamięci

Sila zdjęcia polega na tym, że umożliwia spokojne przyjrzenie się chwilom, które upływ czasu zazwyczaj szybko zastępuje innymi”

Susanne Sontag¹⁶

Zarówno Claire Craig jak i Linda Berman piszą o zastosowaniu fotografii w leczeniu problemów z pamięcią. Obie autorki piszą o wykorzystaniu fotografii do „odzyskania” wspomnień i umiejscowienia ich we właściwym kontekście jak i o przywracaniu umiejętności zapamiętywania.

Fotografia, obraz z przeszłości pozwala przypomnieć sobie zapomniane wydarzenia. W latach 2008 – 2013 prowadziłam projekt genealogiczny dotyczące losów mojej rodziny. Fotografie były jednym z najważniejszych sposobów na przywracanie pamięci. Przeprowadziłam wtedy wywiady z wieloma osobami. Większość z nich były to osoby w wieku około pięćdziesięciu lat. Często odpowiedzią tych osób, jaką słyszałam, było „nie pamiętam” albo „nie wiem”. Dopiero gdy pokazywałam jakieś zdjęcie nagle przypominały się ludziom jakieś wspomnienia. Mogły to być zdjęcia ludzi, np. ich krewnych czy przyjaciół albo zdjęcia jakichś miejsc. Nie miało znaczenia, kiedy były one zrobione. Nawet współcześnie wykonane zdjęcia miejsc, które pamiętali z przeszłości, uruchamiały opowieść, przywoływały wspomnienia.

Zdjęcia z przeszłości, fotografie natury, inne realne fotografie są przez ludzi odczytywane przez pryzmat ich indywidualnych doświadczeń życiowych i pomagają dotrzeć do zapomnianych zdarzeń czy emocji, do wypartych emocji, do trudnych tematów. Możemy na przykład nie rozumieć, dlaczego coś robimy, albo w jaki sposób w życiu działamy. I nawet jeśli jest to dla nas niekomfortowe, nie zmieniamy nawyku, czy sposobu myślenia. Fotografia z przeszłości może przynieść nie jedną odpowiedź. W sytuacji 2 opisałam przykład klientki, która tak właśnie znalazła odpowiedź na dręczącą ją ciągłą potrzebę bycia doskonałą, przepracowywania się i udowadniania sobie, że jest warta uznania. **Dotarcie do tego, co zapomniane** to jedno z zastosowań obrazu w coachingu.

¹⁶ Susanne Sontag, *O fotografii*,

Fotografie, tak jak kroniki, pamiętniki, malowidła, rzeźby czy pomniki są zapisami tego, co ma być zapamiętanie, a nie zapomniane, mimo upływu czasu.

Wykorzystanie obrazu w coachingu nakierowanym na akceptację siebie

„Home is acceptance” (“Sugar Man”). Akceptacja to poczucie, które można by określić metaforą „czuć jak w domu”. Tam gdzie człowiek poczuje się akceptowany, tam będzie jego przystań, oparcie. Akceptacja siebie kształtuje się „wizualnie” już od wczesnego dzieciństwa, poprzez odzwierciedlanie uczuć, emocji i oceny, jakie dzieci odczytują w spojrzeniach, gestach, tonie głosu czy wreszcie w słowach ich rodziców.

„Odzwierciedlone oczami innych, dzieci mogą dowiedzieć się czegoś o sobie i o swojej tożsamości. Stąd pokazywanie i afirmowanie ich fotografii jest dla nich dodatkowo nagradzające w poszukiwaniu własnej tożsamości i akceptacji; dowartościowuje to dzieci i „sankcjonuje” ich indywidualność, potwierdzając zarówno ich oddzielność od świata jak i powiązanie z innymi”¹⁷.

Bez poczucia akceptacji człowiekowi trudno jest być szczęśliwym. To, co człowiek o sobie myśli i jak się ze sobą czuje, wpływa na jego postawy, działania, inicjatywę, odwagę, a finalnie na poczucie bycia szczęśliwym w życiu. Ponieważ ten temat bardzo często pojawia się przy okazji w coachingu, myślę, że warto wspomnieć o roli jaką fotografia własna może pełnić w budowaniu poczuci własnej wartości, w poprawie własnego wizerunku.

Rozmawiałam na ten temat z artystą fotografem Marcinem Mazurowskim, z którym miałam przyjemność współpracować jak i rozmawiać o wpływie fotografa i fotografowania na osoby, które mu pozowały.

Poniższy fragment jest wynikiem tej rozmowy, dotyczącej sytuacji, które Marcin Mazurowski określa jako „intymne” czyli takie, kiedy między fotografującym a fotografowanym nawiązuje się współpraca polegająca za zaufaniu i empatii. Kiedy celem fotografii jest uchwycenie AUTENTYCZNOŚCI. Kiedy osoba sfotografowana na planie może być sobą, i po opadnięciu pierwszych emocji, faktycznie zaczyna być sobą. Wtedy niejednokrotnie osoby portretowane „rozkwitają” na planie. Nie ma wtedy znaczenia czy jest to portret osoby ubrane czy akt. „Nawet jak ta osoba jest nago, to jakby była ubrana”. Powstaje fotografia autentyczna, która jest pamiętnikiem siebie samego. Będąc portretowanymi osoby doświadczają szczególnie silnego bycia ze sobą. Jakby poznają się na nowo. A widząc swoje zdjęcia często nabierają nowego spojrzenia na swój temat. Fotografia potrafi zmieniać ludzi, kobiety – mówi Marcin. Po jakimś czasie potem dziękują, mówią, że czują się lepiej ze sobą. Nie wszystkie ale wiele. Choć pierwsze reakcje są różne. Bardzo różne.

Fotografia jest jedną z technik stosowanych w fototerapii (*phototherapy*). Może to być zarówno wykonywanie fotografii sobie samemu jak i przez kogoś innego. Judy Weiser¹⁸, jedna z pionerek fototerapii, wyróżnia 5 technik fototerapii:

¹⁷ Linda Berman, *Beyond the smile*, 1993,

¹⁸ Judy Weiser, *Phototherapy techniques*, 1999.

1. Zdjęcie, które ja robię (np. pejzaż).
2. Zdjęcie, który Ty robisz mi.
3. Auto-portret (zdjęcie, które ja robię sobie w sposób, jaki sam wybieram).
4. Zdjęcia (album) rodziny.
5. Foto-projekcje (nadawanie znaczenia jakimś fotografiom).

W fototerapii uważa się, że każda fotografia to też własny portret, album osoby, która ją wykonała. Zdjęcia, które w życiu robiliśmy, są śladami (jak odciski stóp) naszego umysłu. Pokazują, kto i co najbardziej było w życiu ważne. Pokazują, gdzie byliśmy ale też czasem gdzie być może będziemy, nawet jeśli tego jeszcze nie wiemy. I często to, co kryje się pod zdjęciem, te wszystkie informacje, są dużo ważniejsze niż szczegóły, które widzimy na powierzchni. To co widzimy na zdjęciu może być wspaniałe. Ale siła fototerapii leży w tym, co emocjonalnie jest w zdjęciu schowane. Zdjęcia to otwarcie drzwi do historii, wspomnień.

W kontekście jakiegoś tematu czy pytania coachingowego, własna fotografia pozwala spojrzeć na siebie na nowo. W ostatnich paru latach pojawiło się w tej dziedzinie wiele ciekawych projektów fotograficznych, artystycznych i arteterapeutycznych, które można obejrzeć w Internecie. Jak np.

- **One drop**, poświęcony przelamywaniu stereotypów na tle rasowym¹⁹.
- **Reconciliation**, poświęcony ponownemu spojrzeniu na siebie przez ofiary i oprawców ludobójstwa w Rwandzie²⁰.
- **A Beautiful Body Project**, poświęcony kobiecemu ciału²¹.
- **Women Using Art for Body Acceptance**, będący blogiem kobiet które poprzez rysunek i fotografie siebie pracują nad akceptacją swojego ciała²².

Chciałabym tu przytoczyć fragment pewnego wpisu z projektu **Women Using Art for Body Acceptance**, zatytułowanego „Photographing my “different” body” (w tłumaczeniu własnym):

Moja chęć uczestniczenia w fotografii nago opiera się dużo bardziej na głębokiej potrzebie, aby otworzyć się od środka, niż na przyjemności płynącej z pozowania nago. Czuję, i nadal czuję bardzo silną potrzebę spojrzenia na samą siebie łagodnym okiem, a szczególnie na bolesne strony mojego życia. [...] Fotografia nago definitywnie wpłynęła na ten proces akceptacji... odkryłam, że również rysowanie (samej siebie) jest niesamowitą praktyką, która zmieniła moje życie! Też stało się lepszym oknem, przez które widzę moje ciało i przez które widzę cały świat i moje życie²³.

Wątpliwości i obiekcje

Obserwuję, że wprowadzenie obrazu do działań rozwojowych oznacza sporą zmianę ale też rozwinięcie swojego warsztatu zawodowego w przypadku coachów

¹⁹ http://www.huffingtonpost.com/2014/02/13/one-drop-rule-black-identity-photos-yaba-blay_n_4775100.html?ncid=edlinkusaolp00000009

²⁰ http://www.nytimes.com/interactive/2014/04/06/magazine/06-pieter-hugo-rwanda-portraits.html?nytap=true&_r=2&utm_content=buffer8f452&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer

²¹ <http://www.abeautifulbodyproject.com/>

²² <http://wuaafa.wordpress.com/>

²³ <http://wuaafa.wordpress.com/2014/07/28/photographing-my-different-body/>

czy trenerów pracujących dotychczas głównie w sferze językowej. W większości spotykam się z bardzo entuzjastycznymi reakcjami na tę metodę. I wiele osób pyta, jak to jest, że obraz tak silnie przemawia i tak głęboko pozwala pomyśleć. Niektórzy z kolei przyznają, że czują opór przed stosowaniem obrazu, obawiając się, że zostaną odebrani niepoważnie. Niektórzy pytali mnie o podstawy naukowe. Warto więc przypomnieć kilka podstawowych informacji.

Pamięć (zdolność do przechowywania informacji) należy do elementarnych procesów poznawczych i składa się m.in. z pamięci długotrwałej. Informacje są w pamięci zapisywane, przechowywane i z niej wydobywane poprzez przypominanie lub rozpoznawanie. Pamięć długotrwała dotyczy informacji zapamiętanych trwale, skonsolidowanych. Przypominanie to aktywny proces „przeszukiwania” umysłu. Polega na rozpoznawaniu informacji płynącej ze zmysłów jako już znanej.

Wiele informacji zapisuje się w pamięci w połączeniu z obrazami lub pod postacią obrazów (pamięć wizualna). To samo dzieje się z emocjami, przeżyciami, doznaniem, których doświadczamy w konkretnym czasie, miejscu, przestrzeni. I które zapamiętujemy jako obrazy czy sekwencje obrazów.

Przełomowe badania²⁴ w zakresie pamięci wizualnej przeprowadzono w ostatnich latach w USA. Chcąc zbadać fenomen pamięci wizualnej, amerykańscy psychologowie Weiwei Zhang i Steven Luck przeprowadzili eksperyment z kolorowymi kwadratami, które wyświetlali w różnych sekwencjach a osoby miały je zapamiętywać. Równocześnie inna badaczka, Talia Konkle przeprowadziła eksperyment, podczas którego badacze pokazywali uczestnikom strumień kilku tysięcy zdjęć z różnych scen, takich jak na przykład fale oceanu, pola golfowe czy lunaparki. Okazało się, że w niektórych przypadkach ludzie są w stanie zapamiętać ogromną liczbę zdjęć bardzo szczegółowo, a w innych przypadkach nie pamiętają sekwencji nawet kilku obrazów (takich jak kwadraty w różnych kolorach) po upływie kilku sekund. Naukowcy stwierdzili, że czynnikiem krytycznym w zapamiętywaniu długoterminowym jest to czy treść oglądanego obrazu łączy się z wcześniej istniejącą wiedzą na ich temat. W eksperymencie Zhang & Luck ludzie próbowali pamiętać znaczenia niepowiązanych kolorów. W drugim eksperymencie ludzie widzieli obrazy rozpoznawalnych scen, które znali ze swojego życia. Ta wcześniejsza wiedza zmienia sposób, w jaki te zdjęcia są przetwarzane w umyśle. Ludzie zapamiętywali po kilka tysięcy obrazów w dobrej sekwencji²⁵.

Powyższe eksperymenty mogą tłumaczyć skuteczność zastosowania obrazu w procesach rozwojowych. Obraz to informacja rozpoznawana zmysłami i pozwalająca wydobyć coś z pamięci.

Rozumienie tego, jak to się dzieje, że obraz działa, jest ważne, aby mieć pewność co do korzystania z obrazów w pracy rozwojowej.

²⁴ [Http://www.scientificamerican.com/article/why-memory-so-good-bad/](http://www.scientificamerican.com/article/why-memory-so-good-bad/)

²⁵ Why is memory so good and so bad? Explaining the memory paradox, julian de freitas, 2012, <http://www.scientificamerican.com/article/why-memory-so-good-bad/>

Drugim ważnym elementem pozwalającym ugruntować się w tej metodzie jest rozwinięcie w sobie umiejętności uważnego patrzenia, dostrzegania elementów oraz otwartości na pojawiające się skojarzenia, myśli, odczucia w odniesieniu do elementów, treści, znaczeń obrazu. Jak z każdą nową umiejętnością wymaga ona praktyki i eksperymentowania. Wiek osób nie ma tu znaczenia. Z obrazem można pracować i z dziećmi i z dorosłymi, i z młodymi i z osobami starszymi.

Oto trzy bardziej sceptyczne wypowiedzi osób biorących udział w badaniu.

„Różnie ludzie reagują; ci, którzy nie są „wrażliwi” na obraz sceptycznie podchodzą do pracy z obrazem w trakcie sesji; twierdzą, że nic im to nie robi.”

„Próbowałem Points of You™ z moimi uczniami i to nie działa zbyt dobrze. Kiedy użyłem go z klientami widziałem bardzo dobre wyniki.”

„To zależy od etapu i ludzi, z którymi prowadzi się coaching. Nie każdemu odpowiada obraz. Zalecane później niż na 1-szej sesji. Niesamowite dla dzieci.”

Myślę, że sukces w stosowaniu obrazów, fotografii zależy od wielu elementów. Przede wszystkim od tego, jak coach wprowadzi to narzędzie, w jakim momencie to zrobi. Praca z obrazem nie musi od razu być łatwa, bo szkoła nie uczy analizy obrazu tak jak uczy analizy tekstu, czy formułowania tekstu.

Pracę z obrazem można wprowadzać stopniowo. Jeśli spodziewam się oporu klienta, chociażby widząc, że osoba jest stosunkowo zamknięta czy wyraźnie kontroluje się w relacji, moje zaproszenie do tego rodzaju doświadczenia może wyglądać następująco:

- Klient przynosi własną fotografię, jedną – trzy, aby jakoś się przedstawić, coś o sobie opowiedzieć.
- Jeśli pracujemy nad tematem dużych zmian w życiu, mogą to być fotografie, które klient wybiera przed sesją, aby opowiedzieć o dotychczasowych swoich dużych zmianach w życiu.
- To może być zaproszenie, aby wybrać jeden z moich obrazów, taki który przyciąga i opowiedzieć, co przyciąga i poszukać czy może ma to jakiś związek z tematem klienta.
- To może być zwizualizowanie zmiany czy planu działania na koniec sesji prowadzonej konwencjonalnie.

Podsumowanie: wyzwania i szanse w komunikacji interpersonalnej – obraz w coachingu

Komunikowanie następuje ciągle, kształtuje relacje między ludźmi, oznacza bycie w relacji. Nawet cisza, lub nie odzywanie się niosą jakieś komunikaty. Mówienie, spojrzenia, gesty, postawa ciała, ruch wyrażają ludzkie myśli, intencje, emocje, odczucia.

Komunikowanie się umożliwia współpracę, współdziałanie, uzyskanie porozumienia czy akceptacji. Jednocześnie komunikowanie się napotyka przeróżne bariery. Chociażby wynikające z różnic występujących w myśleniu osób, z otwartości na odmienne zdanie, ze statusu, czyli jeśli osoby nie są na równym poziomie, np. społecznym czy w organizacji, co może wynikać z hierarchii. Czy z braku odwagi, aby śmiało się wypowiadać, dzielić swoim punktem widzenia, mówić o swoich potrzebach.

Wprowadzenie obrazów (fotografii) do komunikacji ułatwia przelamywanie tych barier. Obraz dzięki swojej nieokreśloności, pojemności znaczeniowej, metaforycznemu charakterowi, byciu nie wprost dopuszcza do głosu każdą osobę, każdą myśl, nawet tę nielogiczną, czy trudną. Stwarza szanse na uzyskanie nowych punktów widzenia, na stworzenie nowego rozumienia, na połączenie odmiennych perspektyw. Wzbogaca i pogłębia coaching.

Wykorzystanie zdjęcia (bez względu na to, czy klient je losuje czy wybiera z namysłem), i całkowite skoncentrowanie na nim uwagi oraz odniesienie „tego czegoś” ze zdjęcia (lub słowa lub historyjki) do problemu klienta tworzy nowe połączenie (nową myśl). [...] Jako coach, prowadzę wtedy klienta za pomocą pytań, aby zbadał dogłębnie to nowe połączenie szukając rozwiązania problemu. [...] I klient uzyskuje nowy sposób myślenia w tej kwestii. John Kennworthy, Celsim

Dodatek – próba badawcza, bibliografia

Treść niniejszego artykułu opiera się o doświadczenia z coachingu indywidualnego i zespołów oraz o badanie ankietowe przeprowadzone w okresie kwiecień – maj 2014r. pogłębione wywiadem grupowym w maju 2014 r.

W badaniu ankietowym wzięło udział 17 coachów i 22 klientów coachingu, w sumie z takich krajów jak Polska, USA, Francja, Singapur, Brazylia, Indie, Izrael, Japonia, Kanada, Rosja, Turcja, Wielka Brytania.

Wypowiedzi zebrane w badaniu ankietowym:

Ze specjalnymi podziękowaniami dla **Judith Sitruk, Laure Lawson, i Artura Michalskiego**, którzy zaprosili swoich klientów do udziału w badaniu☺

- Przede wszystkim obraz sprawia, że mniej cenzurujemy swoje wypowiedzi, co pozytywnie wpływa na dochodzenie do sedna sprawy.
- Obraz porusza obszary w podświadomości, które otwierają zupełnie zaskakującą perspektywę już znanych nam sytuacji i odczuć. Pracując z obrazem obdzieramy siebie z warstw „co wypada mówić”, a „co nie wypada”. Pozwalają zajrzeć w głąb siebie i poruszyć emocje. Wzmacniają motywację do zmian i akceptacji „perspektywy siebie”.
- Praca z obrazami jest dla moich klientów czymś nowym, nietypowym i najpierw trochę nieśmiałym. Z czasem nabierają wprawy w pracy ze zdjęciami i w kolejnych sesjach często chcą na nich ponownie pracować. Niektórzy z nich mają sporą trudność w nauczeniu się patrzenia na obrazy i mówieniu o tym co widzą, co ten

obraz w nich wywołuje i do czego inspiruje. Z czasem obserwuję nabieranie przez nich śmiałości i płynności.

- Projekcje na bazie obrazów to świetna metoda, aby obudzić myśli lub uczucia prowadzące do działań. Projekcje, jeśli nie budzą strachu, są sugestywnym narzędziem, które daje początek nowym myślom. Trener powinien być w pełni obecny, śledzić historię, która się rozwija i wychwytywać najważniejsze momenty. Przetwarzanie informacji, które „przychodzą” do Klienta, może stanowić świetny punkt wyjścia do tego, aby coś przełamać. Jakiś czas temu zaczęłam używać własną kolekcję obrazów (przypadkowych) podczas wywiadów behawioralnych. Głównie po to, aby ocenić wkład jaki kandydaci wnosili jako liderzy, członkowie zespołu, czy samodzielni specjaliści. Również aby sprawdzić ich dostosowanie do kultury korporacji oraz aby uzyskać potwierdzenie dla wyników raportów psychometrycznych.
- Nie wyobrażam sobie sesji coachingu bez obrazów!
- Moi klienci często mówią, jak zdjęcie, które wybrali, mówi szokująco dokładnie to, czego właśnie potrzebują w danym momencie. Sesje z obrazami są bardziej zabawne, kreatywne, zrelaksowane, a tym samym dają dostęp do wglądu z prawej półkuli mózgu niż te bez obrazu. Wiem, że gdy klient „utknął”, jest to właściwe narzędzie do wykorzystania. Points of You™ ostrożnie wpuszcza ludzi na terytorium, na którym nie zdawali sobie sprawy, że „walczą”. To, co ludzie zyskują, to wgląd i przejrzystość, czyli krok do następnego etapu (co najmniej).
- Używanie obrazu podczas sesji to absolutnie pozytywna zmiana dla klientów. Pytania i rozmowy często prowadzą do nieporozumień, podczas gdy zdjęcia nie zniekształcają. Podążam w kierunku bycia ekspertem w dziedzinie mózgu, aby badać, jak obrazy wpływają na mózg. I wkrótce wyrażę moją pierwszą opinię na ten temat.
- Obraz wydaje się rozjaśniać więcej w głowach klientów, umożliwiając im poszerzenie pola widzenia i bardziej autentyczną rozmowę.
- Wykorzystuję obrazy od wielu lat w mojej praktyce coachingowej. Słowa „magiczne”, „głębokie”, „niesamowite”, „cudowne” często pojawiają się w feedbackach. Uśmiechy i radość, płacz i wzruszenie są bardzo obecne podczas sesji. Ale one przychodzą i szybko odchodzą. Pomagają klientowi szybko uzyskać głębokie spojrzenie i wrócić do rzeczywistości z nowymi spostrzeżeniami i sprawnie podjąć działania!
- Wykorzystanie obrazu w sesjach coachingowych indywidualnych lub grupowych przynosi wielką poprawę w tym, jak ludziom udaje się połączyć się z ich problemami, ze sobą i z innymi. Zauważyłem, że bodźce wizualne działają jak katalizator dla rozwoju osobistego dzięki sile jaka tkwi w patrzeniu na temat z różnych perspektyw, pomijając logikę i racjonalne myślenie. Jest zaskakująco ciekawe widzieć reakcje ludzi, wyraz ich ciała czy twarzy, kiedy przyglądają się zdjęciom. Odpowiedzi na pytania i cały proces zabawy sprawiają, że konfrontowanie się z trudnymi problemami staje się czymś bardziej naturalnym, bardziej autentycznym i umożliwiającym ludziom pójść głębiej, a także znaleźć motywację do działania i zmiany.
- Wypełniając ankietę chcę zaznaczyć, że moim zasadniczym fokusem jest połączenie z ciałem i obraz wykorzystuję pomocniczo. Jest on często czymś prostszym dla osób, które mają słabszy kontakt ze sobą na poziomie emocjonalnym i absolutnie wierzą w potęgę rozumu. Uważam, że dla coachów werbalnych praca z obrazem może być przełomowa!!
- Różnie ludzie reagują; ci, którzy nie są „wrażliwi” na obraz sceptycznie podchodzą do pracy z obrazem w trakcie sesji; twierdzą, że nic im to nie robi.
- To zależy od etapu i ludzi, z którymi prowadzi się coaching. Nie każdemu odpowiada obraz. Zalecane później niż na 1-szej sesji. Niesamowite dla dzieci.

- Obrazy pozwalają na głębszy wgląd i zdecydowanie urozmaicają sesję.
- Wizualizacja wspomaga proces inspirowania i uczenia się.
- Uważam, że obraz ma niezwykle wspierający wpływ na przebieg sesji coachingowej. Pozwala otworzyć się i spojrzeć na kwestie z odmiennej perspektywy. Wzbogaca jej przebieg i urozmaica ją.
- Sesje coachingu z wykorzystaniem obrazu pozwoliły mi uzyskać głęboki wgląd w temat, który był poruszony. Oderwać się od dotychczasowego sposobu myślenia, uzyskać nowy punkt widzenia. Miałam poczucie, że osiągam konkretne rezultaty, robię krok do przodu w poznaniu zagadnień, których dotyczyła sesja. Obrazy skłoniły mnie także mówienia na trudne tematy. To są najważniejsze zagadnienia.
- Poprzez metaforę i analogię można połączyć i zintegrować różne części układanki, budzi kreatywność i otwiera na twórcze podejście do 'problemów', wyzwań.
- Obraz pozwolił mi na dotarcie do głębszych pokładów świadomości, czułam wręcz, że wylawia to, co podświadome. Praca z wykorzystaniem obrazu dała mi głęboki wgląd w siebie i odkryła dotychczas nieodkryte motywy, potrzeby, obawy i ich źródła.
- Dla mnie było to nowe doświadczenie, które pomogło mi spojrzeć na niektóre sprawy troszkę inaczej niż do tej pory...
- Zdjęcia Points of You™™ na warsztatach Off Words pomagają skierować myśli na nieoczekiwane tory i odkryć nowe powiązania lub znaczenia.
- Wyjście poza schematy, możliwość wglądu głęboko w siebie, we własne przeżycia i stany. Praca z obrazem pozwalała mi dotknąć kwestii, które w początkowej fazie procesu były dla mnie bardzo trudne do zwerbalizowania, zobaczyć je, ponazywać i podjąć decyzję, co mogę zrobić. Użycie Points of You™™ pozwalało mi spojrzeć z różnych płaszczyzn na dany temat, jak też odkryć powiązania między tematami, które na pierwszy rzut oka były niewidoczne. Było to dla mnie bardzo głębokie, emocjonalne i poruszające doświadczenie, bez cienia zagrożenia czy inwazyjności.
- Obraz szybciej otwiera, zabiera na głębsze pokłady, daje zahaczenie, przyspiesza efekty coachingu. Niesamowite jest to w Points of You™™, że każda karta dla każdego będzie odpowiednia, bo każdy nosi w sobie co innego i co innego widzi w tej samej karcie, dlatego nie ma obrazów nietrafionych :) Obraz można zabrać - by przypominał, motywował, pozostał do dalszej analizy...to mocny element w narzędziach rozwoju osobistego i biznesowego.
- Wiele obrazów pomogło mi jaśniej zrozumieć mnie samego, jaki byłem, jakie były moje minione lata, jak jest i jaką mam możliwość, żeby było inaczej, w wielu sytuacjach nawet lepiej.
- Sesje coachingowe z wykorzystaniem obrazu dają naprawdę wspaniałe rezultaty. Jednoczesne oddziaływanie myśli i słów w połączeniu z obrazem pomaga rozwiązać wiele kwestii towarzyszących osobie, korzystającej z coachingu. Przedstawianie zagadnień za pomocą obrazu sprawia, że każdy człowiek uruchamia swoją kreatywność i wychodzi z sesji zmotywowany do działania.

Bibliografia:

- [1] Linda Berman, *Beyond The Smile*, 1993, Routledge
- [2] Judy Weiser, *Phototherapy Techniques*, 1999, Judy Weiser and PhotoTherapy Centre, Publishers
- [3] Roland Barthes, *Światło Obrazu*, 1996, Wydawnictwo KR
- [4] *Filozofia portretu*, pod red. Andrzeja Nowickiego, 1992, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej
- [5] Susanne Sontag, *O Fotografii*, 2009, Wyd. Karakter
- [6] Howells & Negreiros. *Visual Culture*, 2012, Polity Press
- [7] Kolekcja George Eastman House, *Historia fotografii*, 2010, Taschen
- [8] Miranda Tufnell, Chris Crickmay, *A widening field*, 2004, Dance Books Ltd.
- [9] <http://www.points-of-you.com/>
- [10] Scientific American , *Why Is Memory So Good and So Bad?*, 29.05.2012

Niniejszy artykuł został opublikowany w monografii „Szanse i wyzwania komunikacji społecznej”, pod red. Katarzyny Bocheńskiej-Włostowskiej, Warszawa 2015.