

18+

МАРГАРИТА КУДРИНСКАЯ

МЕТАКОУЧИНГ



Исследование метафор клиента
в коучинге.
Практические инструменты
и техники

Маргарита Кудринская

**Метакоучинг. Исследование
метафор клиента
в коучинге. Практические
инструменты и техники**

«Издательские решения»

Кудринская М.

Метакоучинг. Исследование метафор клиента в коучинге.
Практические инструменты и техники / М. Кудринская —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-567040-3

Эта книга посвящена метафорам и работе с ними с помощью трех подходов: исследование метафоры клиента, создание метафоры через коучинговые инструменты и использование метафорических ассоциативных карт. Автор структурировала свои знания и практический опыт в виде доступных алгоритмов с примерами и применением их в коучинговой практике.

ISBN 978-5-00-567040-3

© Кудринская М.
© Издательские решения

Содержание

МАРГАРИТА КУДРИНСКАЯ	6
От автора	7
Предисловие	8
Притча о кувшине	9
Введение	11
Уровни погружения	12
Определение метафоры	17
Как работает метафора	18
Варианты использования метафоры в коучинге	20
Функции метафоры	21
Виды метафор для исследования в коучинге	26
Возможные трудности в работе с метафорой	30
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Метакоучинг
Исследование метафор клиента в коучинге.
Практические инструменты и техники
Маргарита Кудринская

Маргарита Кудринская *Дизайнер обложки*

Маргарита Кудринская *Иллюстратор*

© Маргарита Кудринская, 2022

© Маргарита Кудринская, дизайн обложки, 2022

© Маргарита Кудринская, иллюстрации, 2022

ISBN 978-5-0056-7040-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

МАРГАРИТА КУДРИНСКАЯ

МЕТАКОУЧИНГ

Исследование метафор клиента в коучинге.

Практические инструменты и техники

Санкт-Петербург, 2022

От автора

Приветствую вас на страницах своей книги. Меня зовут Маргарита Кудринская. Я профессиональный коуч, бизнес-тренер, ментор образовательных программ, создательница коучинговых игр и МАК-карт.

Обучаясь на курсе «Профессиональный коучинг» мне с первых занятий стало понятно, что коучинг – это не про вопросы. И это не инструменты. Это – глубокий метод исследования не только запроса клиента, но еще и человека в целом.

В процессе этого путешествия подсвечиваются, словно прожектором, зоны, которые требуют нашего внимания. А также забытые, но очень важные детали.

Я сразу заинтересовалась применением метафоры в коучинге. И первый инструмент, с которым я познакомилась, это были «вопросы-сдвиги». Простые в своей формулировке, но дающие инсайты на пути в решении запроса.

Сама того не подозревая, я часто использовала в работе исследование метафоры клиента, уходя в глубинный коучинг, что давало быстрые и продуктивные результаты, решения своих запросов, изучение и открытие себя.

И сейчас работа с метафорой стала для меня областью профессионального исследования для развития моей коучинговой практики.

Эта книга посвящена метафорам, и работе с ними с помощью трех подходов: исследование метафоры клиента, создание метафоры через коучинговые инструменты и использование метафорических ассоциативных карт. Все эти подходы отличаются друг от друга и в каждом есть свои сильные стороны. Но у всех них есть объединяющий фактор – это коучинговые вопросы.

Я структурировала свои знания и практический опыт в виде доступных алгоритмов с примерами и применением их коучинговой практике.

Желаю вам приятного чтения, новых открытий и успешной глубинной работы через метафорический подход!

Маргарита Кудринская.

www.dizmargo.com

Предисловие

Думаю, что книга о метафоре должна начинаться с именно с нее. Я большая любительница сказок и начну с одной интересной, на мой взгляд, притчи.

Притча о кувшине

Знаменитый китайский профессор из китайского университета сидел перед новой группой студентов. Прямо перед ним стоял большой стеклянный кувшин, полупрозрачный, легкого зеленоватого оттенка.

Профессор смотрел на студентов, не произнося ни слова. Затем он наклонился вправо. У его правой ноги лежала кучка камней, каждый из которых мог бы поместиться в кулак. Он взял один из камешков и очень осторожно опустил его в кувшин через узкое горлышко. Потом взял следующий и повторил эту процедуру. Он проделывал это до тех пор, пока камни не поднялись до самого горлышка и не заполнили весь кувшин.

Он повернулся к группе и сказал:

– Скажите мне, этот кувшин полон? Группа согласно зашелестела. Кувшин, без сомнения, был наполнен.

Профессор ничего не сказал и обернулся в левую сторону. Около его левой ноги была насыпана горка мелкой гальки. Он набрал полную горсть и стал аккуратно засыпать гальку через горлышко кувшина. Горсть за горстью, он сыпал гальку в кувшин, а она просыпалась сквозь щели между камнями, пока не дошла до самого верха и уже невозможно было насыпать даже малую толику.

Он повернулся к аудитории и спросил:

– Скажите мне, полон ли кувшин сейчас?

Группа пробормотала, что все выглядит так, как если бы на этот раз кувшин действительно был полон; возможно, полон, наверное.

Профессор ничего не сказал и снова повернулся к правой стороне. Около его ноги была насыпана горка крупного сухого песка. Он набрал горсть песка и начал аккуратно сыпать его через горлышко кувшина. Песок просыпался сквозь камни и гальку, а профессор горсть за горстью сыпал его в кувшин, пока песок не достиг горлышка и стало ясно, что больше насыпать невозможно.

Он повернулся к группе студентов и спросил:

– Кто-нибудь может сказать мне, полон ли сейчас кувшин?

Ответом была тишина.

Профессор снова ничего не сказал и обернулся влево. Около его левой ноги стоял графин с водой. Он взял его в руки и начал осторожно лить воду через горлышко кувшина. Вода стекала на дно, минуя камни, гальку и песок, заполняя свободное пространство, пока не поднялась до самого горлышка.

Он повернулся к группе и спросил:

– Скажите мне, полон ли сейчас кувшин?

В аудитории было тихо, даже тише, чем раньше. Это был тот тип тишины, когда все склоняют свои головы и старательно рассматривают свои ногти или оценивают чистоту своих ботинок. Или делают и то, и другое одновременно.

Профессор снова обернулся вправо. На небольшом кусочке голубой бумаги была насыпана небольшая горсточка великолепной мелкой соли. Он взял щепотку соли и бережно всыпал её через узкое горлышко кувшина, и она растворилась в воде. Щепотку за щепоткой он всыпал соль в воду, она растворялась, проникая через камни, гальку и песок, пока не стало ясно, что соль больше не может растворяться в воде, так как та перенасыщена ею.

И снова профессор повернулся к группе и спросил:

– Скажите мне, а сейчас кувшин полон?

Один очень смелый студент встал и сказал:

– Нет, профессор, он ещё не полон.

– А-а-а-а! – протянул профессор. – Но он полон.

Затем профессор предложил всем присутствующим обсудить значение этой ситуации. Что она значила? Как мы можем её интерпретировать? Почему профессор сказал это? И несколько минут спустя профессор уже выслушивал их предложения.

Интерпретаций было столько же, сколько студентов в этой аудитории.

Когда профессор выслушал каждого студента, он поздравил их всех, сказав, что удивлён таким обилием интерпретаций. Каждый из присутствующих являлся уникальным человеком, который живёт и смотрит на жизнь через призму собственного, уникального опыта, не схожего ни с чьим другим. Их интерпретации просто отражали их жизненный опыт, особый и уникальный взгляд, через который они понимают мир.

И поэтому ни одна интерпретация не была лучшей или худшей, чем остальные. И он поинтересовался, интересна ли группе его собственная интерпретация? Она, разумеется, не является правильной, не может быть лучше или хуже их предположений. Это просто его интерпретация.

Конечно, всем было очень интересно.

– Что ж, – сказал он, – моя интерпретация проста. Что бы вы ни делали в своей жизни, в каком бы то ни было контексте, будьте уверены, что сначала вы положили камни.

Возможно, что вы встречали и другие варианты историй. Мне она нравится, потому что иллюстрирует множественность интерпретаций. И это также про важность – чем в первую очередь мы наполним свою кувшин? Останется ли у нас место для всех составляющих?

Эта притча и про то, что для каждого человека уровень наполненности и уровень многообразия тоже свой. И нет неправильной интерпретации, потому что все они об одном.

И мне хочется у вас спросить, прежде чем мы пойдем дальше. Каковы ваши «камни»? Чтобы вы хотели получить от прочтения этой книги?

Возможно вам захочется уже ответить метафорой, и это будет замечательно. Можете даже записать свой ответ.

И, добро пожаловать в путешествие!

Введение

*Метафора гораздо умней, чем ее создатель, и таковыми являются многие вещи. Все имеет свои глубины.
Лихтенберг*

Думаю, что те, кто в сфере коучинга (да и не только) помнят известную метафору с фонариком.

Она о том, что работа в коучинге сродни фонарику, который словно луч света, выхватывает в окружающем мире только некоторые вещи, а остальные остаются скрытыми во тьме. Эта метафора очень убедительна и наглядна, когда речь идет о ситуациях, в которых мы изучаем какой-то незнакомый объект. Например, если представить запрос клиента в виде неизвестной, темной пещеры, где человек не видит куда идет. Но включив освещение, он видит, что здесь – стена, там – низкий потолок и красивые сталактиты, а возле того большого валуна – сундук с сокровищами. Выхватывая поочередно те или иные детали, переключая свое внимание – видение человека расширяется, и картина воспринимается целостнее.

При всей своей простоте, метафора фонарика иллюстрирует также основные свойства внимания: способность менять свой фокус, переключать внимание (становиться более широким или узким, сосредоточенным). Что и позволяет нам иначе смотреть на решаемую ситуацию.

Через метафору часто транслируется то, что мы определяем в мире, отражая ситуацию словно зеркало. Помогает выстраивать связь между человеком и поиском ответов.

Через собственные образы человек познаёт себя. Они служат транспортным средством для передвижения словно в другую реальность, где и скрываются ответы.

И эта связь помогает раскрывать внутреннюю суть, находить «подводные течения», которые скрыты.

И как мы, коучи, можем помочь увидеть это клиенту?

Метафоры придают процессу коучинга огромную силу, а их эффективное использование позволяют понять, на каком уровне мыслят клиенты, и с помощью этого найти более точные ответы на волнующие вопросы.

Отчасти это происходит потому, что клиент в поиске ответов на свой запрос через образное мышление переносит внутренний фокус с проблемы (где он находится сейчас) на другой уровень действия. Задействуются отделы мозга, отвечающие за креативность и логику посредством обработки коучинговых вопросов.

Часто, именно благодаря метафорам и пробуждение через них своего бессознательного, клиент начинает «фонтанировать» идеями после сессии, уже находясь в своей привычной обстановке. Используя метафору, человек «приоткрывает» свое подсознание, а коуч помогает осознавать образы и анализировать их.

Метафора также прекрасный инструмент и для коуча. С ее помощью он находит способы сделать сессию с клиентом комфортнее и продуктивнее.

Уровни погружения

«Метафора – это уникальный вклад правого полушария в языковую способность левого».

Леонард Шлайн

Часто получается так, что запрос, с которым человек приходит в коучинг – один, а база из которой этот запрос «вырос» – совершенно другая. И естественно, сценарии развития тоже могут быть очень разные.

Я предлагаю вам рассмотреть разные уровни погружения, которые я выделила в процессе своей работы, и как они проявляются в сессии с использованием метафоры.

1. Глубинная пирамида

Клиент приходит с конкретным, очевидным и простым, на первый взгляд, запросом. Но в процессе работы мы видим, что запрос кроется совершенно в другом.

Пример из практики:

У клиентки был запрос на управление временем, так как она одновременно вела три проекта. В коучинговой сессии выяснилось, что запрос не про «управление временем», а про то, что клиентка хочет сменить деятельность, а три проекта это способ не сталкиваться с истинным желанием. По итогам коучинговой работы человек принимает решение уволиться и заняться частной практикой.

Эта модель демонстрирует то, что первичный запрос, как правило, содержит в себе множество слоев, и исследование, постижение и трансформация клиента начинается тогда, когда происходит эта «раскопка».

В разделе «Метафора и коучинговые вопросы» вы найдете иллюстрацию глубинной пирамиды, демонстрирующая трансформационные уровни, которые могут присутствовать в коуч-сессии.

2. Петля времени

Точка входа «А» – запрос, который в своей формулировке содержит вторую глубину, например, страх или негативное убеждение, которое является блокирующим фактором для решения запроса клиента.

Но если в сессии этот страх (убеждение) было разрешено, то и запрос, с которым клиент вышел на сессию также может быть решен.

В какой-то степени это похоже на «Глубинную пирамиду». Но отличие состоит в том, что в «Пирамиде» первоначальный запрос может стать неактуальным в силу того, что он был поверхностным, а причина скрывалась в другом. То в «Петле времени» актуальность запроса для клиента остается, но в сессии находится причина «почему нет» и из-за раскрытия этого, а также найденного решения, запрос решается.

3. Двойная стрела

Если описывать этот уровень работы, то здесь у клиента есть запрос, который понятен и направлен на достижение цели. Но клиент чувствует, что есть определенное сопротивление в достижении желаемого. Это можно объяснить, как «обратные противодействия». И здесь задачей может быть определить силу и причину этих противодействий в достижении цели. А также почему они возникают.

Пример из практики:

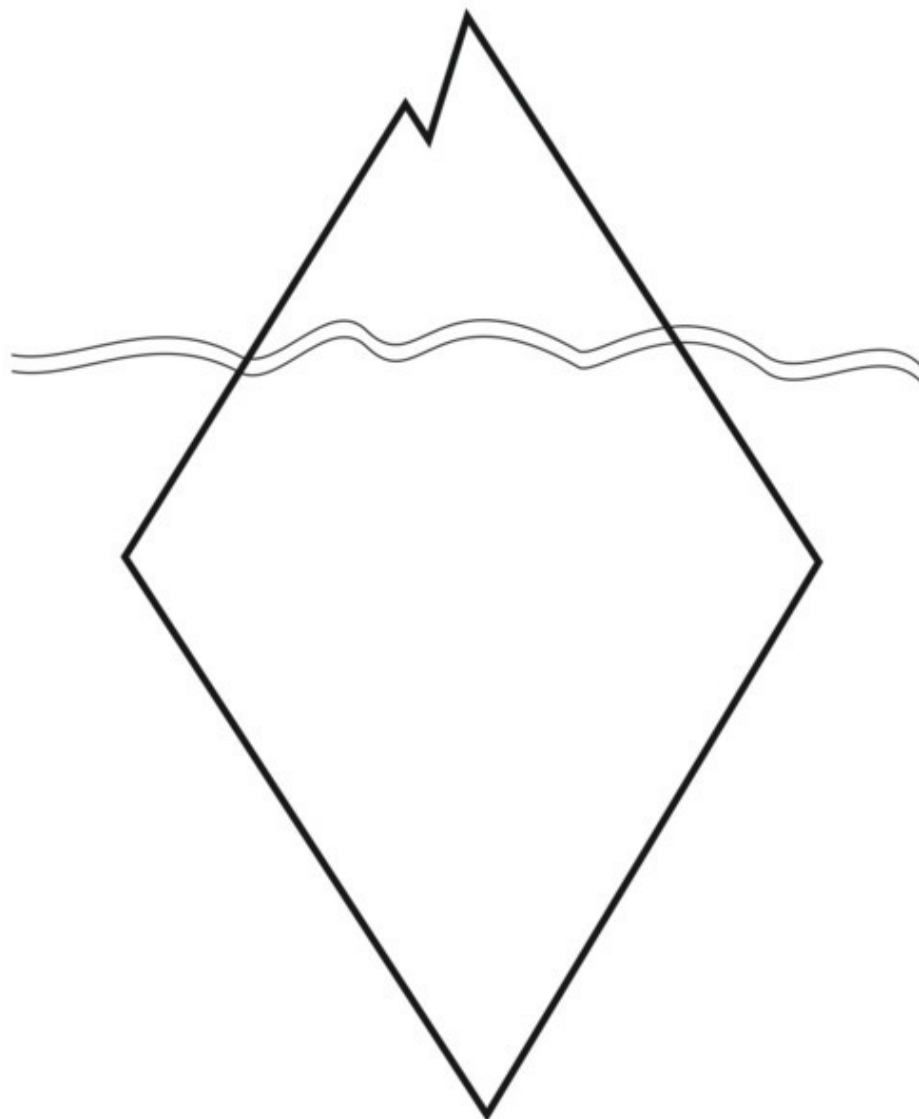
Клиент на сессию пришел с запросом: «Как мне начать продвигать свой бренд в социальных сетях?». У человека есть понимание, для чего это надо ему и что даст в будущем. Но было внутреннее сопротивление, чтобы делать это регулярно. И работа в сессии была направлена на поиск того, в чем именно содержится сопротивление.

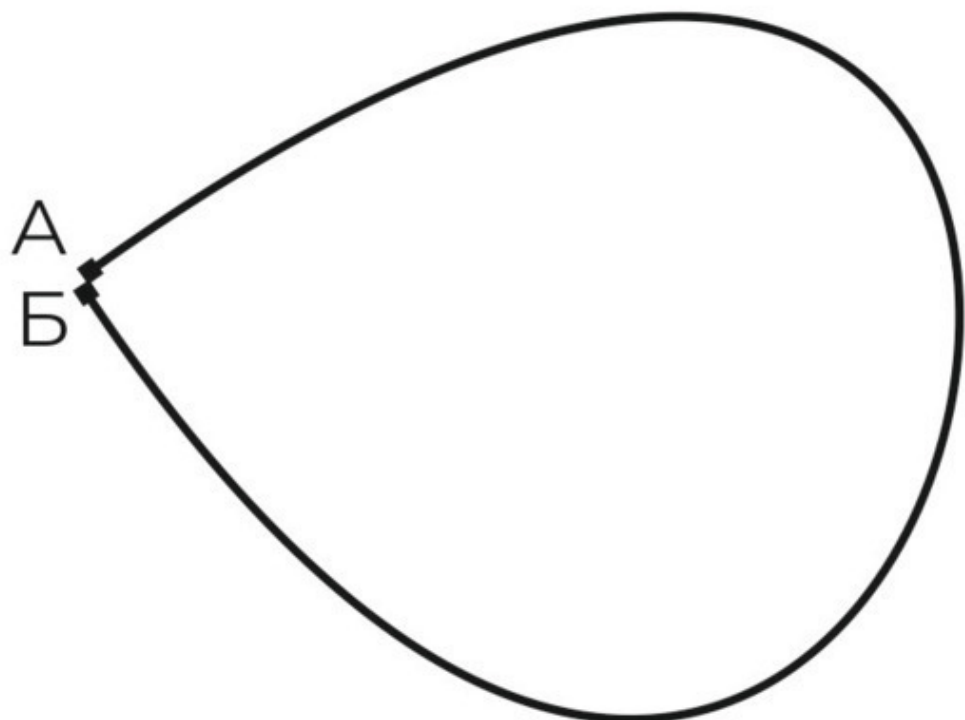
4. Звезда

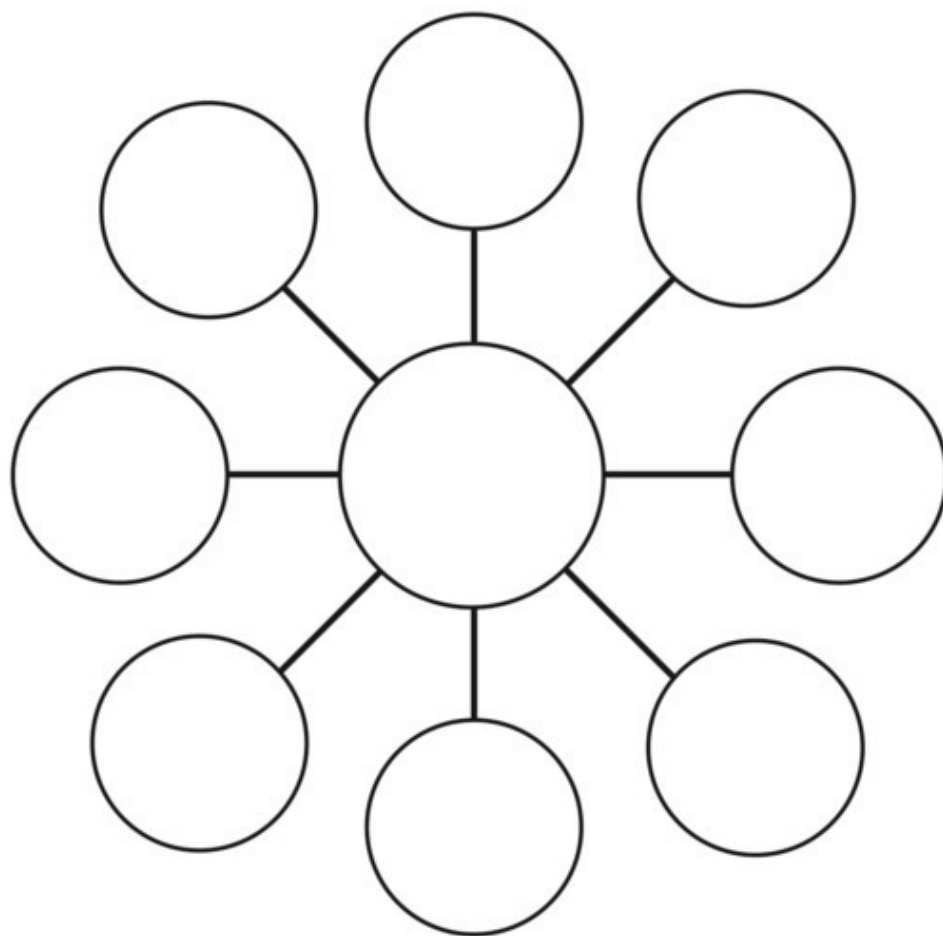
Этот уровень работы, когда запрос клиента связан с множеством вариантов выбора нужного решения.

Здесь также есть вариативность, которая основывается на том, на сколько клиент хочет погрузиться в обозначенную центральную тему, или наоборот, в ее ответвление. А может это просто поверхностное (или самостоятельное, уже после сессии) исследование вариантов, некоторые из которых могут стать вообще неактуальными для клиента.

В каждом запросе клиента база идет от внутренних ценностей и смыслов человека. Это они являются определяющим моментом в принятии решений, действиях или, наоборот, фактором бездействия.







Определение метафоры

Кажется, что во фразе «выражаться метафорически» все ясно. Проще говоря, это представить в виде образов то, что сложно описать логикой. И да, и нет.

Метафора – это «слово-сфинкс», в котором тоже есть загадка. Слово состоит из двух частей: «мета», которое имеет два значения: 1) после, над, через, за; 2) совместно, сообща. И вторая часть «фора», которая означает движение.

Таким образом получается, что метафора – это не просто механический перенос одного значения на другое, но также и совместное движение этих смыслов друг к другу, которое в своем соединении даёт уже новый образ и смысловое звучание, которое также является предметом исследования в коуч-сессиях.

Ниже вы найдете несколько определений метафор из разных источников. Но всех их объединяет то, что создавая метафору, человек обращается к своему внутреннему знанию, соединяя его через подсознание с неизвестным будущим. Кажется бы, какие-то волшебные истории, но которые чудесным образом помогают находить решения.

Метафора – это когнитивный феномен, влияющий на мышление человека и на процесс принятия решения.

Метафора – это способ постижения одной вещи в терминах другой.

Метафора – это «другой взгляд» на ситуацию.

Метафора – «философ», определяющий тип мировосприятия и миропонимания, то есть познание мира и человека в нем.

Метафора использует уже добытое знание.

Метафора позволяет соединять то, что считается несовместимым.

Без метафоры не существовало бы «невидимых миров» – внутренней жизни человека.

Метафора – это перемещение проблемы из внутреннего поля во внешнее.

Метафора – это история, которая связывает богатство того, что вы уже знаете с областями, в которых вы не знаете, что делать.

Метафора – это отличительный признак гения, ибо способность образовывать хорошую метафору есть способность распознать сходство.

Метафора – это потрясающий инструмент пробуждения творческих ресурсов. Я это называю «тренировка творческой мышцы». Если вы думаете, что ее у вас нет – хорошая новость – она есть, просто нетренированная. Символизм метафор – это универсальный, кросс-культурный язык, способствующий развитию воображения.

Еще одно из удивительных свойств— в коуч-сессии они рождаются в совместном пространстве «коуч-клиент» и каким-то невероятным образом могут отзываться у двух сторон, делая сессию мощнее и глубже. И не только для клиента. Метафорическое исследование способствует более глубокому пониманию и помогает вербализовать то, что обычно сложно проявить в мир.

Как работает метафора

Сидя под палящим солнцем, мальчик наблюдал, как молодой человек сосредоточенно откалывал куски от большой скальной глыбы.

– Почему ты делаешь это?

– Потому что внутри спрятан ангел и он хочет выйти наружу, – ответил Микеланджело.

Притча

Основа метафоры – это сравнение. В нем задействуется «предмет» (то, что сравнивается), «образ» (то, с чем сравнивается) и «признак» (на основании чего предмет сравнивается с образом).

Сравнение, которое происходит с помощью вопросов коуча, усиливает этот признак, вызывая эмоциональное воздействие на клиента, и это помогает найти внутри себя отклик. За счет этого получается иначе взглянуть на запрос в сессии (решить проблему, выработать дальнейшие шаги, получить инсайт и т.д.).

Когда клиент метафорически объясняет свою ситуацию (создает сам или использует метафорические карты) происходит попытка рассказать о неизвестном, сравнивая его с чем-то знакомым. Таки образом протягиваются нити, которые устанавливают связи между проблемой клиента и метафорой. А вопросы углубляют это осознание, так как это дает возможность обратить внимание на различные аспекты ментального опыта человека. Что и является областью метафорического исследования.

Что можно выяснить через метафору в коучинге?

Это очень глубокий инструмент, который позволяет исследовать структуру проблемы, проанализировать опыт клиента, рассмотреть эмоциональный фон, влияние среды, выявить гештальт. Клиент для себя также может открыть те элементы, которые «подсвечиваются» и выходят на первый план, а также те аспекты, которые остаются «в тени». Что также может быть темой для дальнейшей работы.

Метафора также может быть отсылкой к причинам, которые есть в картине мира клиента. Например, желание изменить свое состояние (эмоциональное, физическое, энергетическое) или отношение к чему-то или кому-то. Это может быть отсылкой к ответственности и ее принятию, работе с контролем, выработке шагов, поиске ресурсов или энергии для достижения желаемого. Метафора может являться маркером в пересечении окружающего мира и временных ресурсов клиента с тем, каких изменений он хочет в своей жизни.

И коуч через вопросы фокусирует внимание клиента на его текущие реакции к метафоре, и тому, как она может разворачиваться.

В такой работе важно учитывать кросс-культурный аспект. Например, в трактовках одного и того же образа могут быть различия у двух русскоязычных клиентов, но живущих в разных странах.

Важным элементом будет также являться уровень символизма в метафоре. Выделяют три уровня:

1. Индивидуальный (когда в символ, который озвучивает клиент, вложены личные смыслы)
2. Культурный (здесь влияние оказывает эпоха, национальность, вероисповедание клиента)
3. Уровень архетипа (общечеловеческие смыслы, заложенные поколениями и отслеживающиеся у разных народов).

Например, круг в индивидуальном уровне может означать геометрическую фигуру, на культурном уровне – Солнце, цикличность, а на архетипическом – единение, женское начало.

Поэтому в исследовании метафоры будет уместно задать вопрос на исследовании того символизма, который несет изображение.

Что еще метафоры позволяют делать коучу?

Создавать ресурсное состояние и ослаблять внутреннего критика. С помощью метафорического подхода легко выявлять ограничивающие убеждения, визуализировать те состояния, которые продвигают клиента к его цели. Это прекрасный инструмент для исследования истинных намерений, убеждений, ценностей.

Варианты использования метафоры в коучинге

1. Изменять состояние, настроение и воздействовать на уровни энергии человека или группы людей.
2. Помогать сформулировать запрос.
3. Увидеть свое поведение или позицию в новой перспективе.
4. Для изменения ограничивающего взгляда на проблему.
5. Развивать креативность, переносимую за рамки коуч-сессии.
6. Активизировать нервные центры головного мозга, пробуждать новые слои восприятия, что в свою очередь положительно влияет на анализ ситуации.
7. Резюмировать полученную информацию и опыт.
8. Помогать увидеть новые возможности и значения.
9. Делать некоторые мысли и осознания более запоминающимися, которые потом используются за рамками сессии.
10. Помогать быстро проанализировать, что действительно не хватает для решения запроса.
11. Вводить информацию, минуя уровень осознания.
12. В групповом и/или командном коучинге демонстрировать, насколько индивидуально каждый человек интерпретирует информацию и как это соответствует его собственной карте мира и опыту.
13. Использовать для установления связи между прошлым, настоящим и будущим.
14. Активизировать творческое мышление, навыки визуализации, осознание своей сенсорики.
15. Помогать перевести абстрактный запрос в конкретный.
16. Укреплять клиенту свою точки зрения, позицию, систему ценностей или верований.

Функции метафоры

Метафора – это мышление в техниках иного.
Д. Лакофф

Корнями метафора уходит к архетипическим смыслам, задействуя глубокие культурно-информационные слои на микро- и макроуровнях.

Юнг в своих исследованиях писал: «Огромное преимущество мифологических представлений в том, что они гораздо в больше чем многие другие средства психологического воздействия». И также об этом говорят Дж. Миллс и Р. Кроули как об утонченности терапевтической метафоры: «Смысл рассказанного „попадает в точку“, но каким-то удивительно отстраненным путем. Проблема хоть и высвечивается, но предстает спокойной, расплывчатой; повествование хоть и пробуждает скрытые возможности и способности, но неким обобщенным и отнюдь не напористым образом»

Давайте рассмотрим функции метафоры, которые могут проявляться в коучинговой работе.

– Экспрессивная

Метафора помогает выразить трудный для вербализации опыт, например, настроение или чувства. Использование метафорического языка упрощает этот процесс. Другими словами, это можно назвать как «понимание непроявленного».

Пример метафоры:

«Это состояние напоминает мне запах черемухи из детства. Мне там было приятно и вкусно. Вот так я хочу, чтобы было».

2. Диагностическая

Образы, озвучиваемые клиентом в метафоре, включают сознательное и бессознательное человека. Это помогает выходить на уровни глубинного исследования в коуч-сессии.

Пример метафоры:

«Это словно очень глубоко под землей скрыто. И мне, чтобы это достать, придется обратиться к каким-то силам, которых у меня сейчас нет. Или я думаю, что их нет».

3. Диссоциативная

С помощью диссоциации в метафоре, клиент наблюдает проблему с позиции «стороннего наблюдателя», словно со стороны.

Это позволяет снизить уровень оценки и внутренней включенности и эффективнее найти решение.

Пример метафоры на основ метафорической карты:

«Моя проблема – словно лабиринт. Там интересно, сокровища лежат всякие под кустами. Но такое чувство, что я там так давно хожу, и пора выбираться, но я не вижу выхода... Думаю, что мне надо просто подняться над лабиринтом и посмотреть сверху, где этот выход»

4. Проявляющая

Метафора помогает выстраивать связи между работой подсознания и поиском решения для определенной ситуации. В таком случае, именно она становится самым эффективным способом «подсветки» в поиске решения.

Метафора преобразует негативный опыт в ценный ресурс, дающий силу для будущих изменений.

5. Поясняющая

В метафоре происходит замещение абстрактных, символических понятий конкретными символами, словно «очеловечивание» их, создание телесной формы. Это помогает не только упростить восприятие проблемы, но и отслеживать внутренние реакции.

Пример метафоры:

«Такое ощущение, что эта ситуация похожа на деревянную, жесткую раму из грубых досок, скрепленных большими гвоздями. А я словно внутри этой рамы и хочу выбраться».

6. Знакомство с внутренним «Я»

Когда через метафору клиент заглядывает «внутрь себя» и с помощью этого погружения происходит своеобразное знакомство со своей сущью.

Через метафору клиент приоткрывает свой внутренний мир. И это позволяет «познакомиться» с новыми сторонами своей личности.

7. Гештальт

Ярко проявляется в работе с метафорическими картами. Клиент, обрабатывая свой запрос и выбирая карту, видит некий образ. То, что выходит на первый план и занимает центральное место – является ключевой фигурой и становится предметом исследования клиента. Об этом образе клиент больше всего склонен говорить, наполняет образ деталями, и может возвращаться к нему в своем исследовании позже. А образы, не актуальные в данный момент – уходят на второй план, становятся фоном. Этому уделяется мало внимания при описании карты и своего ощущения от работы с ней.

8. «Ага-эффект»

«Ага-эффект» часто еще называют инсайтом. Неожиданное и очень яркое осознание проблемы или понимание ситуации в целом.

Инсайт – это озарение, которое приводит клиента к решению задачи творческим, нетривиальным, порой неожиданным путем. Или внезапно найденное решение проблемы, которая давно «мучала» клиента.

Это может родиться в моменте метафоры, как мгновенный перенос из одного концептуального пространства в другое. Некоторые исследователи описывают это как захватывающий момент открытия, вызывающее такие же эмоции, как если бы мы каким-то чудом вдруг перенеслись из своей кухни на вершину горы Фудзиямы. Вся разница в том, что метафора переносит нас не из одного физического пространства в другое, а с одного уровня восприятия своей проблемы на новый. Клиент не совершает его сознательным усилием, это происходит благодаря способностям мышления. По сути, это переключение внимания на новые, неожиданные, невиданные ранее аспекты восприятия. Такое происходит с нашими мыслями постоянно, и метафора, как раз, может стать толчком для этого.

Инсайт в метафорической конструкции эффективно продвигает клиента в его понимании проблемы.

Чтобы произошло озарение, должны быть соблюдены несколько условий. А именно:

1. В начале сессии точно обозначены цели работы.
2. Комфорт для клиента. Здесь коучу важно создавать спокойную и безопасную атмосферу.
3. Давать клиенту свободу для размышлений, помогая максимально «выгрузить» информацию через коучинговые вопросы.
4. Давать клиенту время подумать и не торопить его. «Больше воздуха» в сессии.
5. Поддерживать клиента в процессе. Для более эффективной работы можно использовать модель GROW.

4



МОДЕЛЬ GROW

GOAL / ЦЕЛЬ	REALITY / РЕАЛЬНОСТЬ
Что вы хотите?	Какая сейчас ситуация, в которой вы находитесь?
Какова ваша цель?	что уже сделано?
К какому сроку вы хотите достичь своей цели?	Где вы по отношению к результату?
Как вы поймете, что достигли желаемого результата?	Какие навыки / способности у вас есть для достижения цели?
Как этот результат повлияет на другие сферы вашей жизни?	Какие факторы влияют на результат?
Что вы получите благодаря достижению цели?	Какие ресурсы есть для достижения цели?
OPTIONS / ВАРИАНТЫ	WILL / НАМЕРЕНИЕ
Какие у вас есть возможности?	Каким вы видите план?
Что вам понадобится для достижения цели?	Какой будет первый шаг?
Какие у вас есть альтернативы?	Как вы будете действовать?
Кто вам может помочь в решении задачи?	Какую ответственность вы готовы взять на себя?
Что можно сделать?	Что вы будете делать?
Что можно сделать уже сейчас?	

Карта из колоды «Метафорика»

Виды метафор для исследования в коучинге

*Все огромное здание Вселенной, преисполненное
жизни, покоится на крохотном и воздушном
тельце метафоры.
Хосе Ортега-и-Гассет*

Карта из колоды «Метафорика»

Метафора обладает удивительным свойством «преломления», которое дает возможность разглядеть новое содержание в обычных вещах, а затем перенести эти смыслы за пределы области, где это возникло. Помимо этого, в каждой метафоре есть «скрытое за явным» – скрытые смыслы, раскрывая которые, человек получает возможность черпать новое для миропонимания и решения своей проблемы.

Это словно волшебный мешочек, в котором каждый находит то сокровище, на которое готов и которое способен отыскать.

1. Общепринятая метафора

Эта метафора скорее относится к устойчивым выражениям, пословицам и поговоркам. То, что постоянно «на слуху» и может использоваться в речи как декорация. Но это не несет глубинный смысл и не имеет в себе трансформационную энергию для изменений.

Поэтому важно понимать роль этого выражения исходя из контекста. Является ли сказанная фраза клиентом «декором» речи или же она важна для дальнейшей работы?

2. «Мертвая» метафора

В некотором роде относится к общепринятой метафоре, но с существенным отличием. Если в первом случае коуч смотрит на контекст, когда она произнесена, то в случае с «мертвой» контекста никакого нет, и она просто заменяет «слова-связки».

Например, «я уловила суть».

3. Чувственная метафора

Метафора раскрывает глубокие причины, демонстрирует чувства, помогает объяснить сложную ситуацию, создать карту для поиска пути.

4. Онтологические метафоры

Это своеобразный способ восприятия действий, событий, эмоций через сравнение их с какими-то объектами из окружающего мира. Например, «рост цен загоняет меня в угол».

Для исследования вопросы могут быть направлены на раскрытие этих объектов, их свойств, качеств. И как их характеристики связаны или отражают ситуацию клиента.

5. Метафора движения

Является альтернативой пространственной метафоры. Как правило, в ней звучит направление движения. И это будет подсказками для коуча при исследовании ее.

Также сюда относятся метафоры связаны с элементами, которые помогают движению (вода, воздух, земля и т.д.)

6. Метафоры-вместилища

Это формулировки клиента, где используются состояния, погружение в какое-то пространство (себя самого, ситуацию, точку зрения и т.д.).

Например, «он у меня на крючке».

7. Структурные метафоры

Когда один смысл «спрятан» в смыслах другого. Например, «время-деньги». Здесь происходит понимание и переживание сущности одного вида в терминах другой.

8. Персонафицированные метафоры

В этой категории происходит «очеловечивание» события, словно оно живет собственной жизнью. А клиент в этом случае является сторонним наблюдателем или непосредственным участником.

9. Ориентационные метафоры

«Всё неизвестное сверху, а всё известное снизу»

Исследование метафоры, находящейся в пространстве (вверх-низ, внутри-снаружи, передняя-задняя сторона, центр-периферия и т.д.)

Важно при исследовании такой метафоры учитывать кросс-культурный аспект. Так как в каждой культуре есть разница в восприятии одних и тех же образов.

10. Метафоры-метонимия

Когда клиент в метафоре использует одну сущность для отсылки на другую, и имеющая схожие черты или свойства проблемы, которую клиент хочет решить.

Например, «гаджеты завоевали умы подростков». Для исследования такой метафоры подсказками для формулирования вопросов будут глаголы, свойства объекта, сущность, через который произошла метонимия.

11. Метафора с включенными символами

Это отдельная метафорическая группа, отличающаяся тем, что клиент использует в своем языке определенные слова-символы, которые могут быть маркерами для дополнительного исследования (например, межкультурная идентичность). Два человека, говорящих на одном языке и живущих в одной стране могут иметь разный культурный код из-за того, что один будет являться эмигрантом, а другой родился в этом месте.

Поэтому если в метафоре есть символический язык, то можно пригласить клиента исследовать (что стоит за этим, что важного это несет для него, какой есть дополнительный смысл). Также это обогатит практику коуча в работе с межкультурной средой.

Подводя итог, поделюсь собственным опытом. Наблюдая метафоры, сказанные моими клиентами в сессиях, наиболее яркими, дающими инсайты были именно созданные персонально... Я их называю «золотые метафоры».

Такие формулировки, которые рождаются не из устойчивых выражение, как например «время – словно вода», а внутри на основании своего опыта и анализа. Еще их называют «истинные метафоры». Они и лежат в основе любой творческой мысли, которые в последствии дают возможность исследования, развития аналогий и перекладывания полученного бессознательного опыта на реальную ситуацию в жизни.

32





Возможные трудности в работе с метафорой

1. Клиент не может дать образное описание своим эмоциям.

В этом случае попробуйте переформулировать свой вопрос, спросив, с чем ассоциируется у клиента его запрос? Некоторым людям слово «ассоциация» будет более понятно, чем слово «метафора».

Также вы можете попросить клиента дать описание ситуации, в которой он находится, если возникают сложности в формулировании метафоры для своего состояния.

По опыту скажу, что некоторым клиентам удается достаточно быстро сформулировать образ, если задать ему «рамку» попросив сказать первое слово, которое приходит на ум. И уже после исследовать это.

2. Клиенту сложно передать свои ощущения.

Часто сложность здесь возникает с подбором слов. Здесь может помочь метафорические карты или список эмоций.

Что может усилить в коуч-сессии метафорический подход

Список, который вы найдете ниже —широк и подразумевает не просто исследование метафоры клиента как таковой. Но также и сопутствующую работу с эмоциональными изменениями клиента, жестов, мимики, интонаций. Отслеживание этого позволяет делать сессию глубже и быстрее переходить на исследование уровня «кто» (трансформационные процессы человека), а не только оставаться на уровне «что», подразумевая действия клиента относительно его запроса.

Итак, метафорический подход позволяет глубже работать с такими аспектами, как:

1. Определение своих сильных и уникальных сторон и способностей, а также способов развития и совершенствования их.
2. Выстраивание своей персональной поддерживающей среды или поиск способов восстановления своего состояния.
3. Менять свои умонастроения и влиять на физическое и ментальное самочувствие.
4. Обнаружить свою истинную мотивационную стратегию для движения по своему пути.
5. Выяснение своих ценностей и смыслов
6. Поиск своего внутреннего центра и сильных сторон.
7. Создание плана действий и прописывание шагов, чтобы брать под контроль свою жизнь.
8. Исследование вопросов личного развития (позитивное мышление, личная и профессиональная эффективность, постановка истинных целей и фокусировка на них, повышение дохода и уверенности, снижение уровня стресса и чувства неопределенности).
9. Укрепление внутренней мудрости и осознанности.

Здесь я хочу немного задержаться. Тема осознанности очень часто «фонит» в разных курсах, книгах, тренингах и, естественно, в коучинге. И существует ее множество интерпретаций.

Обращусь к трудам Патанджали и Ошо, позаимствовав формулировку из суфийских притч и йогических сутр в поиске описания слова «осознанность».

«Осознанность – это центрирование себя.

Осознанность – это наведение порядка внутри себя.

Это отслеживание своего настроения и настроения своих мыслей. Это наблюдать и заботиться о теле, исследовать свои привычки и, повторяющиеся, мешающие нашему развитию поведение.

Осознанность – это работать с собой не только через ум, но и через тело.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.