Девяткин Александр Сергеевич

Статья посвящена вопросам применения соционики в работе коуча. В статье рассмотрено место соционики в технологии коучинга, основанной на модели GROW , показаны отличия соционического коучинга от несоционического.

Ключевые слова: соционика, коучинг, целеполагание, тип информационного метаболизма, соционическая диагностика, соционическое интервью, сильные функции, слабые функции, SMART, SWOT-анализ, модель GROW.

У большинства из нас хотя бы раз бывало чувство, что мы ставим перед собой какие-то задачи и, пытаясь их решить, крутимся как белки в колесе, работаем, трудимся, а результаты или не появляются, или утекают как вода сквозь пальцы. В общем, работаем-работаем, а цели не достигаются…

При этом совершенно не важно, какие это цели, они бывают разные, у каждого свои, от покупки каких-то необходимых бытовых вещей до глобальных, например, создать всемирную корпорацию по подготовке проекта колонизации Луны.

Как же все-таки достигать целей? Желательно, еще при жизни и без сверхъестественных усилий?

В данной статье будут рассмотрены некоторые методы целеполагания, а также то, как можно использовать соционику для помощи (себе или кому-либо другому) в этом нелёгком деле.

Существует много технологий достижения целей, и в последнее время актуальной и популярной стала такая технология как коучинг. Что же такое коучинг?

Понятие коучинг произошло от английского *to coach* – наставлять, воодушевлять, готовить к соревнованиям, тренировать для специальных целей, подготавливать к решению определенных задач.

Это один из методов консультирования, который возник около 20 лет назад. Он был разработан психологом и бизнес-консультантом Томасом Леонардом, а также его коллегой Джоном Уитмором.

Основная цель коучинга – помощь в принятии и реализации человеком осознанных и ответственных решений по жизненно важным вопросам.

Базовая модель коучинга – модель GROW, предусматривает четыре этапа: постановку цели – Goal, прояснение реальности – Reality, выбор вариантов – Options и подведение итога – Wrap- up.

- G – расстановка целевых ориентиров;
- R – определение имеющихся ресурсов и ограничений;
- O – составление списка возможных вариантов действий;
- W – планирование действий, необходимых для достижения того, что требуется для наилучшего результата.

Итак, коучинг – это профессиональная помощь человеку в определении и достижении его личных целей. Соционика – это также профессиональная помощь человеку в познании себя, определении своих сильных и слабых сторон, благоприятных областей развития и деятельности. Рассмотрим внимательнее этапы коучинг сессии, чтобы понять: где эти две технологии могут дополнить друг друга для решения поставленной нами задачи?

Что необходимо для достижения цели?

Сначала нужно правильно ее поставить. Это не всегда очевидно, хотя здесь действует тот же самый закон: «правильно сформулированный вопрос – половина ответа». Итак, как же правильно ставить цели?

Существует методика работы с целями, называемая SMART. Это критерии хорошо сформулированной цели, пришедшие к нам из Project Management'а. Аббревиатура раскрывается следующим образом:

- S – specific. То есть, цель должна быть конкретно сформулированной. Например, не просто «улучшить свою жизнь», а, скажем, «поднять уровень своего дохода».
- M – measurable. Цель должна быть измеримой. Как мы поймем, что достигли цели? Формулировка должна не просто содержать фразу «поднять уровень своего дохода», а указывать, «до N тысяч рублей/долларов в месяц».
- A – achievable. Цель должна быть достижимой.
- R – related, realistic или relevant. Существует несколько трактовок буквы « R», но смысл сводится к следующему: цель должна быть связанной Вашей жизнью или с другими Вашими целями. Она должна быть реалистичной и мотивирующей к достижению.

И, наконец,

- T – timed. Определенной во времени.

Хорошо, цель поставили и «от SMARTили» – половину результата уже, можно сказать, получили. Какой должен быть следующий этап?

Необходимо разобраться, а что мы имеем на текущий момент? Какими ресурсами мы обладаем? Что нам мешает? То есть, необходимо прояснить реальность. Для этого можно использовать технологию SWOT-анализа.

SWOT расшифровывается следующим образом:

- S – strengths. Наши сильные стороны.
- W – weaknesses. Слабые стороны.
- O – opportunities. Возможности, предоставляемые внешней средой.
- T – threats. Внешние угрозы.

Технология заключается в последовательном осмыслении клиентом соответствующих сторон текущей ситуации и выписывании их в таблицу вида (см. Рис. 1):

S	trengths

W	eaknesses

O	pportunities

T	hreats

Рис. 1 .

На основании этой таблицы формируется следующая, в которой прописываются уже взаимосвязи (Рис. 2)

O

T

S

Как я могу применить свои сильные стороны для того, чтобы максимально использо-вать возмож

Как я могу использовать свои сильные стороны для того, чтобы противостоять внешним угрозам

W

Как мои слабые стороны мешают мне использовать возможности, предоставляемые внешней сре

Где я должен быть особенно осторожен: мои слабые стороны подвергаются внешним угрозам

Необходимо найти помощь и поддержку.

Рис. 2.

Отлично, с реальностью разобрались. Теперь, наконец-то, переходим к поиску вариантов действия. И ни в коем случае не ранее того. Очень часто бывает в *бытовой жизни* что человек пытается перебирать варианты решений – и в результате приходит к тому, что ничего не получается. Или хуже того, клиент начинает играть с консультантом в игру «Да, но…». Просит дать ему совет, а потом говорит: «Да, конечно, вы правы, но для меня это невозможно, по причине…» В коучинге существует четкая технология, по которой сначала четко формируется цель и всесторонне исследуется реальность, и только потом следует переходить к перебору вариантов решений.

Причем здесь, как и на любом другом этапе, работать должен клиент! А коуч лишь помогает ему их искать, задает различные вопросы – как открытые, так и фокусирующие. На занятиях по коучингу нам привели высказывание одного из клиентов, которое мне очень понравилось: «Коуч – это стенка, об которую я думаю». Вот, фактически, основная роль коуча – помогать думать клиенту. Свои мысли коуч, конечно, может предложить, но лишь после того, как клиент хорошенько сам поработает и найдет несколько своих вариантов. В качестве методик здесь могут выступать различные ассоциативные методики, мозговой штурм, метафорические игры, психодрама, технология «6 шляп» и др. Не будем на них останавливаться и перейдем к заключительному этапу – этапу подведению итога.

На этом этапе самое главное для коуча – знание, умение и желание дать поддержку клиенту. Клиент озвучивает свой план действий, а коуч выказывает свою уверенность в успехе предприятия. И никакой критики, даже если самому коучу этот путь представляется неоптимальным или даже нереалистичным!

Итак, мы только что рассмотрели одну из базовых моделей коучинга, разработанную Джоном Уитмором – модель GROW. Сейчас посмотрим, как можно использовать соционику в коучинге.

Прежде всего, необходимо заметить следующее: некоторые коучи, применяющие в своей работе соционику, используют различного рода тесты. По поводу надежности определения ТИМ при помощи тестов уже неоднократно говорилось, я лишь еще раз озвучу концепцию нашего института. Мы считаем, что существующие на сегодняшний день тесты не валидны, и для надежного определения ТИМ необходимо непосредственное взаимодействие диагноста и клиента, как это бывает, например, при соционическом интервью. Соответственно, встает вопрос о месте соционического интервью в процессе коучинга.

Здесь возможно несколько вариантов, например, проведение скрытой диагностики, идущей с фоном во время проведения коучинг-сессии, но я выступаю за проведение интервью непосредственно после установления первоначального контакта.

Если диагностическое интервью следует в начале коучинг-сессии, то это позволяет использовать соционические знания в ходе всех остальных этапов. Рассмотрим конкретнее эти этапы с точки зрения применения соционики.

На этапе постановки целей, соционика может быть использована для помощи в формулировке цели.

Например, такая цель как «сменить профессию, потому что тут надоело, чувствую, что это не моё» и т.п. может обрести с точки зрения соционики смысл «найти работу, подходящую мне по моему соционическому типу» или «найти в моей текущей профессии специализацию, более соответствующую моему соционическому клубу». *Конкретный пример: К.Г. Юнг работал с человеческой психикой, был врачом-психиатром, что в соционике необходимо было бы отнести к клубу «социалов». При этом по своему типу информационного метаболизма он относился к клубу «исследователей». Соответственно, в рамках профессии врача он нашел свою специализацию – аналитическая психология, в которой и достиг успеха.*

С учетом предварительно проведенной соционической диагностики и посвящения клиента в её результаты, цели могут быть и напрямую соционическими, скажем, «проработать методики поддержки себя по ТНС» или «стимулировать себя к работе по референтной функции».

Также можно учитывать группы «Целеполагания», или «Соционические темпераменты» для помощи в сортировке и ранжировании целей, в случае если их несколько, а также для помощи в поиске наиболее точной формулировки, подходящей клиенту.

На этапе прояснения реальности соционик, зная ТИМ клиента и выстроив его сильные и слабые стороны по модели А, может обращать внимание на те случаи, когда клиент использовал свои сильные качества, а также на те, когда он использовал слабые, и к каким результатам это приводило.

Соответственно, показать клиенту, что добиваться успеха ему было легче, используя свои сильные функции и стороны.

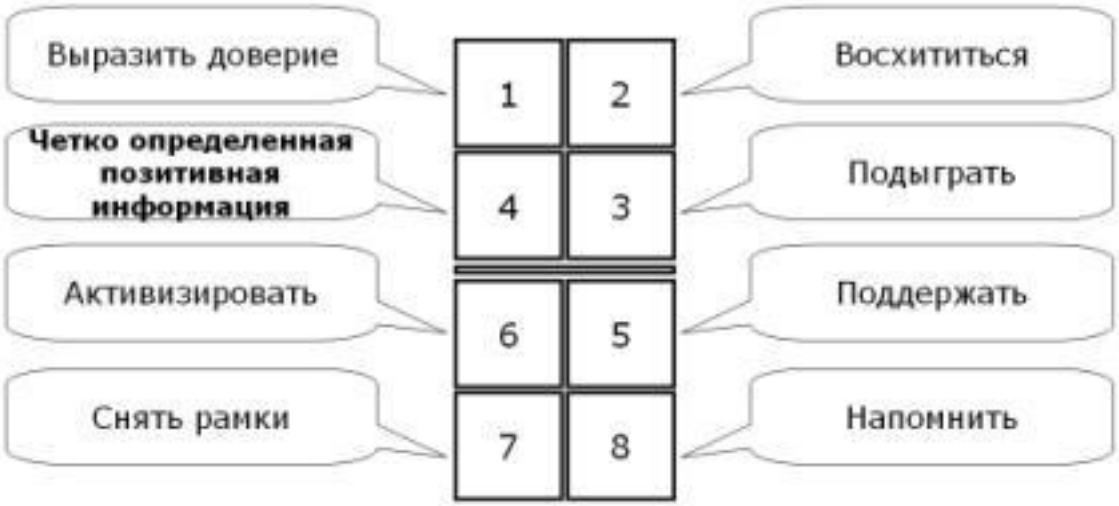
Также можно показать, каким способом на него воздействуют другие люди, что является для него поддержкой. Соционику может и саму потребоваться оказать поддержку клиенту. Например, не очень уверенный в себе человек натыкается на информацию по своей болевой и в этот момент теряет уверенность и по тем сторонам своей жизни, в которых мог бы быть вполне успешным. Но если соционик знает ТИМ клиента, то он понимает, что послужило основой этой неуверенности, и может дать поддержку по суггестивной, выразить доверие к его базовой и восхищение творческой и, таким образом, восстановить уверенность клиента в собственных силах.

Рис. 3.

Пример: на одной из коучинг-сессий клиент (сенсорно-этический экстраверт) часто выражал неуверенность в себе по аспекту 0 *(структурной логики). Коуч, зная ТИМ клиента, эти разговоры быстро сворачивал, переключая его внимание. Также клиент высказывал неуверенность в своей способности быть лидером. Но каждый раз, когда в ходе беседы всплывали ситуации успешного применения им своих лидерских качеств, коуч-соционик говорил: «Обратите внимание!», «А Вы не хотите это записать?», то есть фокусировал внимание клиента на успешном применении его сильных сторон. В результате, когда клиент прочел все свои записи, он увидел, как часто и успешно он уже проявлял себя в роли лидера и прописал себе даже больше разнообразных вариантов решения, чем планировал раньше. Хотя поначалу задача казалась совершенно неразрешимой.*

При выборе возможных вариантов действия коуч может напомнить про сильные и слабые стороны ТИМ клиента, подбросить идейку, основанную на использовании сильных функций клиента. Или наоборот, где подстелить соломки по слабым... Какой стиль общения более свойственен клиенту и как можно использовать его, например, в переговорах. В соционике есть масса инструментов, которыми можно воспользоваться – горизонтальные и вертикальные блоки модели А, «диагональные императивы», признаки Рейнина и многие другие. Например, уровни коммуникации по Гуленко можно использовать в зависимости от того, какую задачу нужно решить человеку: социальную, физическую (например, денег заработать), душевную (общение с близкими, например) или интеллектуальную (бывает страх творчества, страх принятия решений, ответственности за них и др.).

[redacted]ах.



[redacted]й,
[redacted]я.