

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcý



Narzędzia coachingowe w edukacji dzieci

dr Anna Kononiuk

Politechnika Białostocka
Wydział Inżynierii Zarządzania
20 listopada 2021 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

1

Wady komunikacji jednokierunkowej



Źródło: <https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/89770/>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

2

Co to jest coaching?



Źródło: <http://subconsciousmindmastery.com/subconscious-coaching-changing-lives/>

Coaching wspiera ludzi w odnoszeniu sukcesów oraz realizacji celów bez wskazywania tego w jaki sposób należy to zrobić (*the Forton Group*).

Coaching wspiera ludzi/przedsiębiorstwa w podejmowaniu decyzji, ustanawianiu i osiąganiu celów bądź szukaniu rozwiązań w sytuacji problemowej (*Merriam Webster Dictionary*).

International Coaching Federation (ICF) definiuje coaching jako towarzyszenie klientowi w ambitnym i kreatywnym procesie, który inspirowuje do maksymalizowania rozwoju osobistego oraz zawodowego.

Coaching a inne formy wsparcia



<http://scoaching.pl/wp-content/uploads/2015/07/coachingscp.jpg>

- mentoring
- doradztwo zawodowe
- psychoterapia
- psychiatria

Nieefektywne metody najczęściej stosowane przez dorosłych, aby skłonić dzieci do współdziałania...



1. Obwinianie i oskarżanie
2. Przezywanie
3. Straszanie
4. Rozkazy
5. Wykłady i moralizowanie
6. Ostrzeżenia
7. Postawa męczennika
8. Porównania
9. Sarkazm
10. Proactwa



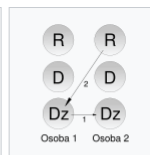
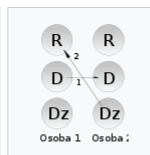
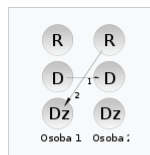
Źródło: <https://samequizy.pl>

Źródło: A. Faber, E. Mazlich, *Jak mówić, żeby dzieci nas słuchały. Jak słuchać, żeby dzieci do nas mówiły*, Media Rodzina, Poznań 2001.

Analiza transakcyjna



Analiza Transakcyjna Stany Ja



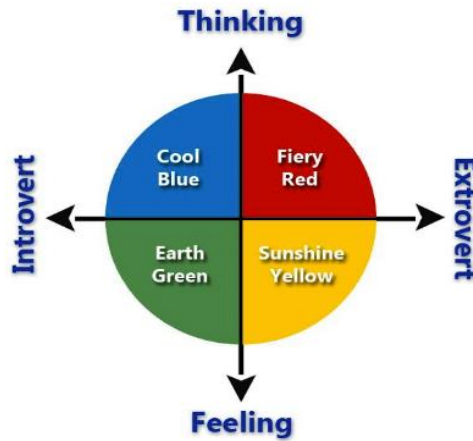
Transakcja skrzyżowana:
Osoba 1 – *Która godzina?* Osoba 2 – *Zawsze się pan tak śpieszy!*

Transakcja skrzyżowana:
Osoba 1 – *Chciałabym jutro odwiedzić przyjaciółkę.* Osoba 2 – *Nie możesz wreszcie zostać i porozmawiać ze mną?*

Transakcja skrzyżowana:
Osoba 1 – *Pobawmy się.* Osoba 2 – *Czy ty nigdy nie spoważniejsz?*

Źródło: <http://magdascibor.mamadu.pl/115119,dziecko-rodzic-dorosly-kim-jestem>

W jaki sposób postrzegamy świat? Zrozumieć siebie i dziecko.



Źródło: <http://magdascibor.mamadu.pl/115119,dziecko-rodzic-dorosly-kim-jestem>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

7

Niebieski typ osobowości



Niebieski typ osobowości skupia się na **zasadach, faktach oraz logice**. Lubli analizować wszystkie możliwe opcje przed podjęciem decyzji. Osoby „niebieskie” świetnie planują, organizują, pracują systematycznie, potrafią doprowadzić zadanie do końca. Potrafi budować w organizacji autorytet oparty na wiedzy. Dąży do specjalizacji w dziedzinie, którą się zajmuje.

Źle znosi chaos i niesłowność osób, z którymi współpracuje.

https://www.huffingtonpost.com/nathalie-thompson/how-to-stop-being-a-perfectionist_b_7205844.html



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

8

Zielony typ osobowości



Zielony typ osobowości jest empatyczny, myśli o innych, rozumie ich potrzeby. Ceni sobie demokratyczne środowisko pracy oraz otwartego szefa. Zdecydowanie nie lubi konfliktów, ważne jest dla niego porozumienie i konsensus. Ceni sobie pracę w zespole. Działa ostrożnie i długo się zastanawia. Zawsze pyta o zdanie zaufane osoby.

Lubi wiele razy dopytywać o różne aspekty. Często bierze zbyt dużo na siebie, bo nie lubi odmawiać. Unika decyzji, w których musi kwestionować swoje wartości.



[.org/article/downside-of-emp.org/article/downside-of-empathy-compassion](http://www.org/article/downside-of-emp.org/article/downside-of-empathy-compassion)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

9

Żółty typ osobowości



Dla osób o żółtej osobowości najważniejsza w życiu jest zabawa. Żółci to miłośnicy życia, potrafią czerpać z niego pełnymi garściami. Są pełni energii i animuszu. Potrafią być prawdziwie szczęśliwi. **Cechuje ich beztroska i tzw. słomiany zapal. Angażują się w wiele spraw z ogromnym entuzjazmem, ale brakuje im wytrwałości, przez co niewiele z nich doprowadzają do końca.** Są bardzo weseli, entuzjastyczni i charyzmatyczni, co skutecznie przesłania ludziom ich wady. A największą wadą żółtych jest nieodpowiedzialność.



<http://www.rdtasia.com/health/How-to-Choose-Optimism.asp>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

10

Czerwony typ osobowości



Osoby o czerwonym typie osobowości to działacze, dla których praca i wyzwania są sensem życia. **To osoby niezwykle dynamiczne, przebojowe, odważne i poszukujące wyzwań.** Są niezwykle pracowici i produktywni. Zawsze mają plan „b”, a nawet „c” i „d”, a przy tym nigdy, ale to nigdy się nie poddają. **Czerwoni uwielbiają wygrywać, równie chętnie wchodzą i prowokują rywalizację.** Ich osobowość tak bardzo rzuca się w oczy, że aż trudno uwierzyć, że sami nie zawsze są jej świadomi.



<http://aninakowalska.pl/jak-efektywnie-komunikowac-sie-z-ludmi-o-roznych-typach-osobowosci>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

11

Opuszczenie strefy komfortu



Pozwala nauczyć się czegoś nowego od innych.
Pozwala nauczyć się czegoś nowego o sobie.
Pozwala na odczuwanie radości.

Źródło:
<https://pl.pinterest.com/pin/160511174198687779/?ip=true>

Strefa komfortu jest pojęciem opisującym stan, jaki odczuwamy podczas wykonywania działań, w których czujemy się **bezpiecznie i pewnie**. Jeżeli kroki, które podejmujemy, są nam znane, często wcześniej powtarzane, a ich rezultaty są z dużą dokładnością przewidywalne, to poruszamy się właśnie w strefie komfortu

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

12

Cele coachingu: poszerzenie strefy wpływu



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

13

Dlaczego jest skuteczny?



Ideą coachingu jest wydobywanie z ludzi tkwiącego w nich potencjału. Według A. Scoular siła oddziaływania coachingu bierze się z trzech następujących faktów:

- (1) ludzie dużo chętniej realizują to, **co sami wymyślili**,
- (2) większość osób – nawet tych, które już odniosły sukces – dysponuje znacznym, wciąż **nie wykorzystanym potencjałem**, który tylko czeka na uwolnienie,
- (3) **ludzie inteligentni często nie lubią, by mówiono im co mają robić i nie słuchają tego**; Stąd, właściwe zadawanie pytań może przynieść lepsze efekty niż wydawanie instrukcji.

A. Scoular, *Coaching biznesowy*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2014, s. 17.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

14

Cyrk motyli

Co było najbardziej poruszające w tym filmie?

Co ten film mówi o Tobie, jako o nauczycielu/rodzicu/uczniu?



Źródło: <http://wiosna2310.pinger.pl/p/1>

<https://www.youtube.com/watch?v=LmokzlrSH3s>



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

15

Narzędzia coachingowe: piramida Diltsa, koło życia, model GROW



<https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/garaz-klucz-mechaniczny-mechanik-162553/>



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

16

Piramida Diltsa



Modelem w pracy coachingowej może być tzw. piramida Diltsa zbudowana na koncepcji poziomów logicznych Roberta Diltsa.

Robert Dilts w swoim modelu poziomów neurologicznych opisuje, w formie piramidy, poziomy na jakich funkcjonujemy.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

17

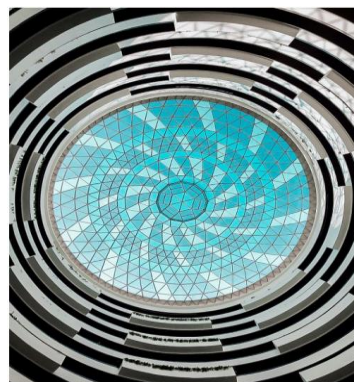
Koło życia



Koło życia – nazwa narzędzia coachingowego (testu) w postaci graficznego przedstawienia ważnych obszarów aktywności badanej osoby.

Określone w ten sposób preferencje (poziom własnej satysfakcji) pozwala coachowi lub samej osobie zorientować się w osiągniętych postępach (zmianach).

Test ten może być powtarzany wielokrotnie w z góry zaplanowanym czasie. Należy w nim ocenić swoje zadowolenie z życia w chwili obecnej w porównaniu z tym, co chcielibyśmy osiągnąć. **Środek koła reprezentuje brak zadowolenia bądź spełnienia, a obrys zewnętrzny koła przedstawia całkowite zadowolenie i spełnienie.**



<https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/wzor-architektura-wystawa-wyswietlacz-3608328/>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

18

Model GROW



Model ten jest najczęściej używanym wzorcem rozmowy coachingowej (skrót od *goal* – cel, *reality check* – ocena rzeczywistości, *options* – opcje – *will* – wola). Te cztery etapy rozmowy prowadzą klienta od wyznaczenia celu poprzez jasne określenie punktu wyjścia (**analiza rzeczywistości**) i opracowanie kilku możliwych planów działań (**opcje**) do wyznaczenia konkretnych kroków (**wola**), które zmobilizują klienta i pozwolą mu przybliżyć się do osiągnięcia celu.



Etap 1: Wyznaczanie celu



Istnieje wiele ważnych korzyści wynikających z prowadzenia coachingu w oparciu o cel wyrażony w formie jednozdaniowej deklaracji, w której klient zobowiązuje się do zrealizowania konkretnego zadania w przyszłości. Jedno z najpowszechniej używanych narzędzi do wyznaczania celu to formuła **SMART**.

Formuła SMART



Dobrze sformułowany cel powinien być:

konkretny (ang. specific) – jego zrozumienie nie powinno stanowić kłopotu, sformułowanie powinno być jednoznaczne i niepozostawiające miejsca na luźną interpretację;

mierzalny (ang. measurable) – a więc tak sformułowany, by można było liczbowo wyrazić stopień realizacji celu, lub przynajmniej umożliwić jednoznaczną „sprawdzalność” jego realizacji;

osiągalny (ang. achievable) – cel zbyt ambitny podkopuje wiarę w jego osiągnięcie i tym samym motywację do jego realizacji ;

istotny (ang. relevant) – cel powinien być ważnym krokiem naprzód, jednocześnie musi stanowić określoną wartość dla tego, kto będzie go realizował;

określony w czasie (ang. time-bound) – cel powinien mieć dokładnie określony horyzont czasowy, w jakim zamierzamy go osiągnąć.

Przykładowe pytania etapu 1



1. Co jest Twoim zdaniem dzisiaj ważne?
2. Co chciałbyś osiągnąć podczas dzisiejszej sesji?
3. W jaki sposób możemy najefektywniej wykorzystać czas?
4. W jaki sposób zaczniemy?



Źródło: <https://sites.google.com/site/educaciofiscionline/educaciofprogramacio/objectius-generals>

Etap 2: Rzeczywistość



Drugi etap modelu GROW dotyczy **oceny rzeczywistości**. Ocena rzeczywistości umożliwia określenie obiektywnego stanu wyjściowego, od którego rozpoczyna się wprowadzenie zamierzonych zmian. Należy ustalić konkretne fakty, aby klient nie opierał się tylko na swoich subiektywnych wrażeniach dotyczących rzeczywistości.



Źródło: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4450994/Reality-based-brains-expect-see.html>

Przykładowe pytania etapu 2



1. Co się teraz dzieje (co, kto, kiedy i jak często)?
2. Czego już próbowałeś? Jakie były rezultaty?
3. W skali od jednego do dziesięciu, gdzie jesteś?
4. Jakie postępy poczyniłeś do tej pory?
5. Co teraz działa dobrze?
6. Co sprawia, że nie osiągnąłeś jeszcze tego celu?
7. Jak myślisz, co cię powstrzymuje?
8. Czy znasz innych ludzi, którzy osiągnęli ten cel?
9. Czego już próbowałeś?
10. Co mogłeś zrobić lepiej?
11. Jeśli zapytałbyś ____, co by powiedzieli o Tobie?

Etap 3: Opcje



Jest to etap kreatywnego myślenia w celu opracowania kilku wariantów rozwiązań.



Źródło: <http://www.enic-inc.com/training-options>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

25

Przykładowe pytania etapu 3



- Jakie są twoje opcje?
- Jak myślisz, co musisz zrobić dalej?
- Jak sądzisz, co musisz zrobić, aby uzyskać lepszy wynik (lub zbliżyć się do celu)?
- Kto jeszcze może ci pomóc?
- Co by się stało, gdybyś nic nie zrobił?
- Co już Ci się udało?
- Co by się stało, gdybyś to zrobił?
- Co zyskałbyś / straciłbyś robiąc / mówiąc to?
- Jaka jest najlepsza/najgorsza rzecz w "tej opcji"?
- Którą opcję uważasz za gotową do wdrożenia?
- Kogo znasz, kto rozwiązał podobną sytuację?
- Co jeszcze?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

26

Etap 4: Wola



Na ten etap składają się dwa elementy: **plan działania i wola**. Innymi słowy, ten krok pozwala przełożyć preferowane rozwiązania na konkretne działania gwarantujące zaangażowanie klienta.

Przykładowe pytania etapu 4



Która opcję chcesz realizować?

Jaki krok, który przybliży Cię do realizacji celu mógłbyś wykonać w tym tygodniu?

W skali od 1 do 10, jakie jest prawdopodobieństwo, że wykonasz ten krok w założonym czasie?

Pytania kartezjańskie



1. Co się stanie jeśli osiągniesz cel?
2. Co się nie stanie, jeśli osiągniesz cel?
3. Co się stanie, jeśli nie osiągniesz celu?
4. Co się nie stanie, jeśli nie osiągniesz celu?



Źródło:
<http://zwierciadlo.pl/lifestyle/sensporadnik/sens-poleca/obudz-swoja-kreatywnosc-dagmara-gmitrzak>

Najczęstsze błędy związane z zadawaniem pytań



1. Pytania zamknięte
2. Pytania sugerujące rozwiązanie
3. Poszukiwanie „pytania idealnego”
4. Pytania zawiłe
5. Pytania interpretujące
6. Pytania retoryczne (O czym ty w ogóle myślałeś?, Naprawdę masz zamiar zniszczyć swoją karierę, Czy nie jest to próba wymigania się?, Czy nie wolałbyś raczej dogadać się w tej sprawie ze swoją żoną?)
7. Pytania naprowadzające: Jak opisałbyś to uczucie: zniechęcenie?, Czy chcesz pozostać w tej organizacji, w którą tak dużo zainwestowałeś?
8. Wygląda na to, że pierwsze rozwiązanie będzie dobre na dzisiaj, ale drugie rozwiązanie przyniesie długoterminową satysfakcję. Co wybierasz?
9. Przerwanie zbyt rzadko
10. Przerwanie
11. Pytanie dlaczego (zachęcają klienta do obrony i usprawiedliwienia swoich działań).

Podsumowanie (1)

Coaching wspiera ludzi w odnoszeniu sukcesów oraz realizacji celów bez wskazywania tego w jaki sposób w jaki sposób należy to zrobić (the Forton Group)

Pomaga zdefiniować wartości, kwestionować przekonania, uogólnienia oraz zniekształcenia rzeczywistości

Umożliwia klientowi poszerzenie strefy komfortu oraz określenie strefy wpływu

Koncentruje się na silnych stronach klienta, jest zorientowany procesowo

Nie jest psychoterapią, konsultingiem, mentoringiem. Oferuje wiele narzędzi.



<https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/architektura-biura-biznes-budynki-2887976/>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

31

Podsumowanie (2)



Wejście w rolę coacha wymaga przestawienia się:

- z podejścia ustandaryzowanego **na spersonalizowane** (dostrzeżenia w uczniu człowieka z określonymi niepowtarzalnymi zasobami, talentami, możliwościami),
- z traktowania ucznia jako naczynia do wypełnienia wiedzą **na postrzeganie go jako podmiotu**, który rozwija się swoim rytmem,
- z mówienia **na słuchanie** (i usłyszenie tego, co uczeń czuje, myśli, co sądzi o otaczającym świecie),

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

32

Podsumowanie (3)



Wejście w rolę coacha wymaga przestawienia się:

- z nauczania (rozumianego jako przekaz treści) **na tworzenie przestrzeni** do samodzielnego uczenia się (rozwijania potencjału, szukania odpowiedzi w sobie),
- z tendencji do zadawania pytań zamkniętych (z jedną odpowiedzią) **na zadawanie pytań otwartych, eksplorujących**, które skłaniają o myślenie, skonfrontowania się z samym sobą i posiadaną wiedzą
- z oceniania i osądzania **na informowanie o postępach** (na życzenie ucznia).

33

LITERATURA



34