

Ewa Mukoid

Instytut Mukoid. Komunikacja dla Rozwoju

ORCID: 0009-0001-8908-6271

<https://doi.org/10.59444/2023MONRedWalr20>

Sroka na polu filozofii, czyli paradoksy coachingu

Jak to jest być sroką

Sroka – w europejskiej kulturze symbol bezmyślnej złodziejki, która porywa to, co błyszczący, lecz nie rozróżnia szlachetnych klejnotów i drogiego kruszcu od cynfolii i lakierowanej blachy. Widuje się także sroki, jak paradują, przeglądając się w odbijających światło powierzchniach, stąd zapewne opinia, że łase są na wszelkie błyskotki.

W etologicznej rzeczywistości ten inteligentny ptak, należący do rodziny krukowatych, wyróżnia się nader rzadką w zwierzęcym świecie umiejętnością rozpoznawania swojego odbicia w lustrze. Tak zwany test zwierciadła przyjmowany jest w psychologii za kryterium samoświadomości. Jak wykazały badania, sroki, które „stroją” miny i pozy przed kałużą wody czy wypolerowanym metalem, nie przejawiają szczególnego zainteresowania tym, co błyszczący, lecz prowadzą obserwację siebie. Czy można tu mówić o autorefleksji?

To, że raczej nie kradnie klejnotów (jak w operze Rossiniego), nie oznacza, iż sroka nie porywa jajek, a nawet piskląt innych ptaków – wszak jest drapieżnikiem jak inne ptaki z jej rodziny. Poluje nie tylko na owady i robaki, ale także na mniejsze ptaki i ssaki, np. myszy. Kiedy zdarza się okazja, sprytnie podkrađa wiewiórkom zapasy – ziarno czy inną pozostawioną bez nadzoru żywność. Nauczyła się wygrzebywać z naszych śmietników nadające się jeszcze do spożycia resztki, nie gardzi także świeżą lub mniej świeżą padliną. Oprócz pożywienia podkrađa też przeróżne przedmioty, które mogą nadać się do budowy gniazda lub do jego przyozdobienia. Czyżby miała zmysł estetyczny lub potrzebę zaznaczenia swojej indywidualności? O inteligencji sroki i jej elastyczności w przystosowaniu się do środowiska świadczy też fakt, że potrafi posługiwać się zaimprowowanymi narzędziami – cecha jeszcze nie tak dawno przypisywana jedynie *homo sapiens*.

Ten pean na cześć sroki zakończę informacją, która ponownie podkreśla jej spryt (inteligencję). Otóż sroka bywa czasem podstępna i złośliwa. Potrafi wyprowadzać

w pole, a konkretnie na jezdnię, wprost pod koła samochodów, polujące na nią koty, bezlitośnie i z uporem drażnić psy. Trudno oprzeć się wrażeniu, że robi to z premedytacją, a więc ma zdolność planowania i przewidywania efektów swoich działań.

Cóż, sroka nie cieszy się u nas dobrą opinią, jej PR wydaje się niedoszacowany w porównaniu z innymi uznawanymi za inteligentne zwierzętami, jak psy, słonie, delfiny czy małpy człekokształtne.

Coaching w rodzinie tzw. zawodów pomocowych nie uchodzi za równorzędny partnera takich szacownych dyscyplin jak psychologia, pedagogika czy psychoterapia. Nie dostarcza podpartych naukowym autorytetem wyjaśnień jak psychologia, nie specjalizuje się w jednoznacznie określonych obszarach czy odbiorcach jak pomoc społeczna, pedagogika czy resocjalizacja, no i nie ma cenzusu oficjalnie zatwierdzonej i teoretycznie uzasadnionej usługi leczniczej jak psychoterapia. Trochę jak psotny (a może wyrodny) syn z nieprawego łoża stara się budować swój status, podbierając starszym siostronom ich najlepsze zabawki – techniki, narzędzia, teoretyczne podstawy, dowody skuteczności. Niczym przysłowiowa sroka złodziejka.

Podobnie zachowuje się względem filozofii. A nawet bardziej istotne będzie to porównanie, gdy zauważymy, że analogicznie do filozofii coaching, niczym samoświadoma i zainteresowana sobą sroka, nieustannie lustruje swoją tożsamość, przygląda się sobie i przegląda się w sobie, sprawdzając, czym jest i czy pozostaje w zgodzie ze swoimi standardami, wartościami i metodami. Podobnie jak filozofia chętnie wraca do i zaczyna od definicji tego, czym i w jaki sposób się tym czymś zajmuje. Sprawdza i uzasadnia swoje uprawnienia, odpierając zarzuty, że wchodzi na cudze zastrzeżone terytoria. Gdyż, tak jak filozofia, nie stawia sobie granic przedmiotowych i chce móc zajmować się wszystkim, co da się pomyśleć (a może jednak tylko powiedzieć). Swoją specyfikę widzi w podejściu, z którego wynikają określone standardy działania. Inaczej niż poszczególne nauki czy praktyki, zarówno coaching, jak filozofia wydają się zmuszone wciąż na nowo uzasadniać swoje prawo do istnienia, dowodzić swojej odrębności i celowości.

Oczywiście filozofia ma za sobą wielowiekową i wielowątkową historię, do której może się odwoływać i z niej czerpać. Coaching jako dyscyplina młoda (i z nieprawego łoża) stara się znaleźć sobie odpowiednich antenatów i wykreować własną genealogię *ex post*. Na przykład w filozofii antycznej. Tak więc jego zwolennicy chętnie powiadają „już Sokrates...” czy „już stoicy...”, ale raczej nie powołują się na sofistów czy etykę Nietzscheańską. A przecież metoda dialogu sokratejskiego, czy to w wersji majeutycznej, czy elenktycznej, niekoniecznie wydaje się odpowiadać kryteriom rozmowy coachingowej, która ma „podażać za klientem”, nie zaś „naprowadzać go” na cokolwiek, choćby tym czymś miała być „prawda”. Także stoicka *apatheia*, wyzbycie się pragnień i obojętność względem świata, nie wydaje się zgodna z coachingową dynamiką

zmiany jako dążenia wzwyż czy sięgania po więcej w imię realizacji marzeń i projektów. Natomiast teza Protagorasa, iż miarą wszystkich rzeczy jest człowiek, oraz Nietzschego postulat stawania się tym, kim się jest, a zarazem kreowania siebie – wydają się esencją założeń coachingu (lub jego filozofii, jeśli taka istnieje).

Skoro tak, skoro coaching zapewne nie rozpoznaje swojej filozoficznej bazy lub się co do niej myli (jak sroka, która choć w lustrze rozpoznaje siebie, nie potrafi rozpoznać jakości materiałów, z których buduje lub którymi przyozdabia swoje gniazda), przyjrzyjmy się jego praktyce w jednostkowym doświadczeniu, które potraktujemy jako exemplum. Plusy tego podejścia to:

- 1) źródłowość – relacja z pierwszej ręki w pierwszej osobie;
- 2) autentyczność, której gwarantem będzie wiarygodność autorki;
- 3) hiperrefleksyjność – spojrzenie filozofa, który jest coachem, na coacha, który jest filozofem; a zarazem coacha, który jest filozofem, na filozofa, który jest coachem;
- 4) świadoma siebie i swoich granic subiektywność case study.

Rozprawa o metodzie

René Descartes, rozczarowany niewielkim pożytkiem, jaki dały mu szkoły i studiowanie uczonych ksiąg, wyruszył w podróż szukać nauki w „wielkiej księdze świata”, a następnie w sobie samym. Ja zaś, zniechęcona akademickim ślęczeniu nad przypisami i bibliografiami, postanowiłam udać się w świat, by wśród ludzi i ich pospolitych zajęć poszukiwać sensu. Jak Kartezjusz na przełomie epok, błędząc po Europie nękaną wojnami, znalazł się na zimowej „kwaterze”, gdzie mogąc do woli zabawiać się własnymi myślami, pewnej nocy doznał oświecenia – tak ja (*toutes proportions gardées*), bląkając się po uniwersum wielkich korporacji, gdzie osoby ludzkie nazywane są kapitałem ludzkim, pewnego wieczoru na początku nowego tysiąclecia, przeglądając prasę w hotelowym lobby, natknęłam się na artykuł mówiący o nowym zjawisku nazywanym „coaching”.

To było objawienie – odnalezienie Graala, zwieńczenia łączącego *vita activa* z *vita contemplativa*: filozofii, która byłaby nauką stosowaną, praktyką czy też – jak ją nazwałam w serii moich pierwszych otwartych wykładów – filozofią do życia. Oto w miejsce konieczności erudycyjnych popisów komentarzy do komentarzy, jakie produkował, a następnie pożerał Uniwersytet, pojawiała się możliwość czegoś prawdziwego, bezpośredniego i dobrego.

Jako filozof akademicki zajmowałam się złem – metafizycznym i radykalnym – tym największym, nie tylko według mnie, wyzwaniem dla rozumu i dla uczucia. Jako coach chciałam odejść od spekulacji i praktycznie czynić dobro. Sądziłam, że mój filozoficzny background stanowi całkiem spore wyposażenie, zatem rozpoczęłam, posługując się znanymi mi metodami:

- rozumowaniem w sensie zdolności rozróżniania i abstrahowania, porządkowania, prawidłowego wnioskowania i dostrzegania paralogizmów;
- dialektyką pozwalającą przekraczać standardy logiki, nie naruszając ich, argumentować, docierać do tego, co nieoczywiste, tworzyć syntezy i analogie;
- intuicją jako receptywnym, a zarazem kreatywnym uchwytowaniem istoty tego, co przejawia się w zjawiskach lub co wymyka się pojęciom;
- biegłością językową, mową, słowem i znajomością jego funkcji informacyjnych, ekspresywnych czy performatywnych;
- wiedzą ogólną – humanistyczną z zakresu psychologii, socjologii, antropologii, etnografii czy teorii kultury, polityki, historii i teorii religii, nauk społecznych i biologicznych i in. – oraz umiejętnością jej zdobywania i poszerzania;
- zainteresowaniem i rozwijaną, na ile to tylko możliwe bez instytucjonalnego umocowania, znajomością najnowszych odkryć nauk o mózgu.

Wszakże rychło okazało się, że do repertuaru narzędzi ze skrzynki filozofa należało jeszcze dodać zgoła inną, a niezbędną w coachingu umiejętność (a może zdolność): empatię. Tę szczególną właściwość emocjonalnego rozumienia drugiego człowieka w bezpośredniej relacji. I to konkretnego człowieka, nie zaś wyobrażenia, pojęcia czy abstraktu. Empatię, która umożliwia rzeczywiste dynamiczne nieprzewidywalne bycie z i bycie dla. To było całkowite novum – metodę musiała zastąpić obecność dla i relacja z. Niektórzy mistrzowie nazywają tę postawę miłością. Wyzwanie dla filozofa, wcale nie mniejsze niż skandal zła.

Znałam rzecz jasna Lévinasa i jego epifanię twarzy, znałam także personalizm i filozofię spotkania i filozofię dialogu, nieobce mi były dzieła egzystencjalistów, w szczególności Kierkegaarda, Heideggera, Sartre'a czy Camusa oraz ich wielkich poprzedników: Augustyna, Pascala, Montaigne'a. Orientowałam się w etyce i jej trendach, ogólnie rzecz ujmując – niezłe sobie radziłam w obszarach nazywanych filozofią człowieka. To była całkiem pożyteczna wiedza dla coacha. Poruszane w niej motywy czy kwestie nieraz pojawiają się w naszej pracy. Mogłabym nawet zaryzykować stwierdzenie, że nie wyobrażam sobie coacha, który nie spotkałby się z tego rodzaju problematyką, wyrażnie bliską tematyce tzw. life-coachingu, lecz nieobcą także w coachingu biznesowym.

Sądzę jednak, że wszelkie podobieństwo czy zbieżność tematyki pozostają wtórne wobec tego, co stanowi o istocie coachingu i wyznacza zasadniczą odmienność postawy coacha. Tym czymś jest żywa, zmienna i niedająca się dyskursywnie uchwycić rzeczywistość drugiego – indywidualnego konkretnego człowieka, z którym wchodzę w interakcję i który obdarza mnie zaufaniem do tego stopnia, że zaprasza mnie do siebie, do swojego świata, czasem – do swojego najbardziej intymnego wnętrza.

To zaufanie i to zaproszenie sprawiają, że od tej chwili, kiedy wykonuję moją pracę, prowadząc coachingową rozmowę z klientem – nie wolno mi traktować tej rozmo-

wy i rzeczywistości, do której się odnosi, jak kolejnego profesjonalnego tematu czy zadania. Mój profesjonalizm jako coacha wymaga autentycznego zapomnienia o jakimkolwiek profesjonalizmie, w sensie intencjonalnego porzucenia wiedzy o procesach, prawidłowościach, modelach, teoriach i zapoznania wszelkich posiadanych metod, przyswojonych czy stosowanych technik, wyznawanych teorii lub poglądów. Całe moje teoretyczne i metodyczne zaplecze, cały mój zawodowy warsztat, jeśli o nim nie zapomnę, będzie mi przeszkadzać w empatycznej, elastycznej komunikacji z rzeczywistością mojego klienta.

Jako asesor kilkakrotnie obserwowałam, kiedy coach tak bardzo starał się być technicznie doskonałym profesjonalistą, że zapominał o kliencie i tracił z nim empatyczny kontakt. Za każdym razem kończyło się podobnie: coaching nie działał, stawał się własną karykaturą, klient czuł się zlekceważony przez coacha i przerywał sesję.

Paradoks coacha

Na tym polega paradoks coacha. Im bardziej się starasz, tym gorzej ci wychodzi. A przecież trudno nie starać się, chcąc jak najlepiej wykonywać swój zawód. Z jednej więc strony – nieustannie szlifujesz swój warsztat, poznajesz wartościowe techniki, ćwiczysz nowe skuteczne narzędzia. Z drugiej – kiedy chcesz je świadomie wykorzystywać: porażka gwarantowana. Dopiero kiedy pozwolisz sobie (lub metodycznie zmusisz się do tego) zapomnieć o tym wszystkim, czego się nauczyłeś, a twoim przewodnikiem stanie się bezinteresowne zainteresowanie rzeczywistością tej konkretnej niepowtarzalnej osoby, z którą wchodzisz w relację, staniesz się jej coachem. Twoje umiejętności będą działać same, kiedy przestaniesz się do nich odwoływać. Twoja obecność będzie najmocniejsza, kiedy zapomnisz o sobie i wejdziesz w fascynujący świat drugiego człowieka – z zadziwieniem, wdzięcznością i pokorą.

Świat coacha, podobnie jak filozofa, rozpoczyna się od zdziwienia. A właściwie od zadziwienia tym, co napotyka. Od nieprzyjmowania rzeczy „tak po prostu”, „tak jak przecież widać” czy „tak jak każdemu wiadomo”. Oczywiście można w tym zdziwieniu dostrzec przejaw hermeneutyki podejrzeń: zjawiska służą jako zasłony dymne innych zjawisk, które z jakiegoś powodu mają pozostawać ukryte. Pytania typu: O co tutaj naprawdę chodzi? Co jest istotą? Co się za tym kryje? Jak to można rozumieć? Na jakie różne sposoby da się to rozumieć? – często można usłyszeć z ust coachów. A także pytania innego rodzaju: Co możesz zrobić, aby zrozumieć? Jaki będzie najlepszy sposób, aby to zrozumieć? Co powinieneś w takim razie zrobić? Jaki najlepszy dla siebie sposób wybierzesz, aby zrozumieć? A jeśli w ogóle nie da się tego zrozumieć, co wtedy zamierzasz? Oraz: Do czego potrzebne ci to zrozumienie? Po co chcesz zrozumieć? Co uzyskasz dzięki temu, że zrozumiesz? Co jeszcze wtedy (dzięki temu) stanie się

możliwe? I wreszcie: Kim będziesz, gdy zrozumiesz? Kim będziesz, gdy nie zrozumiesz? Kim chcesz się stać? Kim czujesz, że jesteś? Kim stajesz się, szukając zrozumienia?

Kantowskie cztery pytania: Co mogę wiedzieć? Co powinienem czynić? Na co wolno mi żywić nadzieję? Kim jest człowiek? – w coachingu zmieniają się z transcendentalnych w egzystencjalne i praktyczne (w tym – etyczne). Bliżej niż do transcendentalnego idealizmu jest im do amerykańskiego transcendentalizmu: prawomocnym źródłem wiedzy i działania ma być doświadczenie indywidualnego człowieka poddane refleksyjnej świadomości. Zabieg, który coachowie nazywają przyjęciem pozycji „meta”, zachęcając rozmówcę: A teraz spójrz na to (na siebie) jakby z boku.

W przeciwieństwie do filozofa coach nie stara się samodzielnie szukać odpowiedzi na pytania, które zadaje. Nie uprawia pseudodialogu ze zmarłymi kolegami, którzy co napisali, to napisali i teraz nie mogą już bronić swoich racji czy interpretacji. Wchodzi w rzeczywistość nieprzewidywalną rozmowę z drugim żywym, nieprzewidywalnym człowiekiem. Nierzadko musi nauczyć się jego języka, dostosować do jego aparatury pojęciowej, zrozumieć jego przekonania, wartości, potrzeby czy emocje, także lęki.

W tej rozmowie coach zadaje prawdziwe pytania. Prawdziwe, czyli takie, na które odpowiedzi nie zna ani jej nie zakłada. Co więcej, jego pytania mają wypływać nie z niego samego, lecz z jego słuchania. Teoria coachingu wyróżnia trzy rodzaje słuchania ze względu na punkt uwagi słuchającego: słuchanie ze względu na ja, słuchanie ze względu na ty i słuchanie systemowe. Słuchanie systemowe uwzględnia nie tylko to, co powiedziane, przez kogo i do kogo oraz w jaki sposób powiedziane, ale także kontekst wypowiedzi, który może być węższy lub szerszy – poczynając od bezpośredniego środowiska rozmówcy, jego mini- lub makroekosfery, czasoprzestrzeni, sieci interpersonalnej czy intencjonalnej... aż po metafizykę: kosmos, nieskończoną inteligencję, przenikającą wszystko energię, ducha, najwyższe dobro. Właściwy wybór systemu determinuje powodzenie i jakość coachingu. Przy czym te najlepsze, najbardziej odkrywczyc pytania (czyli wybory) – jak twierdzą znani mi coachowie i ja sama – zawsze zachodzą intuicyjnie, wyłaniają się spoza świadomości.

Oto ciąg dalszy paradoksu, który polega na tym, że aktywna, świadoma praca coacha najczęściej blokuje znalezienie tego właściwego najlepszego systemu, z którego wytryśnie naprawdę mocne pytanie. Skuteczniejszą metodą okazuje się receptywność – nastawienie na odbiór, przyjmowanie. W coachingu nazywa się to „podążać za klientem”. Bynajmniej nie jest to postawa pasywna. „Podążanie za” jest aktywnym angażowaniem całej obecności coacha z intencją odkrycia czegoś więcej niż to, z czym klient przychodzi. O tym czymś zakłada się, że w jakiś sposób już było w kliencie, lecz dopiero coaching umożliwił jego rewelację (ujawnienie się) w relacyjnej przestrzeni rozmowy.

Co może nasuwać skojarzenia z majeutyką.

Nadal jednak będę twierdzić, że jest to pozorne podobieństwo. Wprawdzie jako coach wchodzę w dialog z drugą osobą (moim klientem) – sytuację intencjonalnie zaaranżowaną, mającą doprowadzić (klienta) do osiągnięcia satysfakcjonującego rezultatu poprzez uzyskanie nowej świadomości. Jednak nie zamierzam pełnić funkcji akuszerki prawdy. A uzyskany rezultat i warunkująca go świadomość niekoniecznie muszą spełniać kryteria prawdziwości. Ich przeznaczenie jest z gruntu praktyczne i pragmatyczne, osobiste. Moje pytania nie mają, a nawet nie powinny sięgać pewności tego, co uniwersalnie ważne, lecz tylko (aż?) umożliwiać klientowi poznanie samego siebie, dostęp do własnej wewnętrznej mądrości. Praktycznej i indywidualnej, tak jak indywidualna i nieprzewidywalna jest każdorazowa droga – intuicja systemu – która do niej prowadzi.

Metodyczny brak założeń oparty na trzech założeniach

Jako coach zadaję pytania, wychodząc z pozycji „nie wiem”, co więcej, uważam, że nie muszę wiedzieć. Komfortowo czuję się w przestrzeni niewiedzy – zwłaszcza tej, która dotyczy nieskończonego, nigdy do końca niepoznawalnego uniwersum człowieka, z którym się spotykam.

Ta niewiedza coacha to odległa krewna *docta ignorantia*. Nieco bliższą jej kuzynką jest metodyczne wątpienie Kartezjusza (i Husserłowska *epochè*). Intencjonalne zawieszenie własnych sądów i posiadanej wiedzy (oczywiście tylko na czas kontaktu z klientem) w coachingu nazywamy przyjęciem postawy ucznia (*learner*). Coach uczeń postępuje w ślad za klientem w poszukiwaniu zrozumienia, które ma doprowadzić go (klienta) do odkrycia takiej wiedzy, dzięki której wypracuje metodę realizacji swoich celów. Coach jako *learner* ma za zadanie katalizować *learning* klienta – jego „uczenie się” w najszerszym tego słowa znaczeniu, obejmującym także dowiadywanie się, uzmysławianie czy uświadamianie sobie, głębokie doświadczenie, a nawet osobistą przemianę. „Ja nie wiem, abys ty wiedział” jest zabiegiem metodycznym ze względu na drugą osobę (klienta).

Tak więc metodyczny brak założeń opiera się na mocnym założeniu. Przyjmując postawę „nie wiem”, zakładam, że mój klient w jakiś sposób już wie. To założenie o wewnętrznej mądrości każdego człowieka (w szczególności klienta, z którym pracuję) stanowi aksjomat i podwalinę coachingu.

A co z wewnętrzną mądrością samego coacha? Dlaczego nie zaprzęgnie jej do roboty, by ułatwić poszukiwania klientowi?

Tutaj pojawia się drugie założenie: Moja wiedza i mój sąd nie musi być twoją wiedzą i twoim sądem, o żadnej z nich nie wiem, czy jest lepsza czy prawdziwsza. Każda może zostać zmieniona. Każdy ma prawo do zmiany sądów i rewizji posiadanej wiedzy.

A w ślad za tym pojawia się założenie trzecie: wiedza nie jest mądrością. Mądrością (coacha) jest o tym wiedzieć. Zarówno życie, jak nasi klienci uczą nas, że wszelka pewność może okazać się iluzoryczna. Nie jest oznaką mądrością uleganie iluzji.

Czy to znaczy, że coach ma być ignorantem? – pytają ze zdumieniem moi studenci. Czy to znaczy, że wykształcenie, wiedza, a może nawet osobowość coacha nie mają znaczenia? Wręcz przeciwnie – odpowiadam – mają, i to ogromne. Takim jesteś coachem, jakim jesteś człowiekiem. Ponieważ każdy z nas pracuje całą swoją osobą, niepowtarzalną. Nie ma dwóch tak samo pracujących coachów, tak jak nie ma dwóch takich samych klientów czy takich samych sesji coachingowych. Liczy się wszystko, czym jesteś i co z sobą niesiesz: twoje wykształcenie, doświadczenie życiowe i zawodowe, wszystkie osiągnięcia, a zwłaszcza wszystkie porażki, czytane książki, oglądane filmy, ludzie, z którymi przebywasz, muzyka, której słuchasz... Wszystko, co sprawia, że jesteś kimś wyjątkowym, unikatowym.

Tym lepszym będziesz coachem, im bogatszym wewnętrznie będziesz człowiekiem. Znane są przypadki wybitnych myślicieli, utalentowanych artystów, genialnych wynalazców czy charyzmatycznych przywódców, którzy byli moralnie i duchowo małymi ludźmi. Taka rozbieżność nie może zachodzić w coachingu. Nie dlatego, że coach ma świecić przykładem czy stanowić *role model*. Także nie dlatego, by nieskazitelności czy doskonałości oczekiwali od nas klienci. Powodem jest to właśnie, że coach pracuje naprawdę całym sobą. Także tym, co ukryte dla innych i tym także, co nieuświadomiane przez niego samego. Dlatego niespójność, chwiejność, zła wola lub fałsz będą odbijać się na jakości jego coachingu i odejmować mu wiarygodności. Czy chcę przez to powiedzieć, że coach ma być chodzącą doskonałością? Bynajmniej. Coach jako człowiek jest bytem dochodzącym. Doskonałość to nie meta, do której można dotrzeć. Doskonałość jest drogą.

Sroka w polu obserwacji

Im głębiej wchodzę w coaching, tym wyraźniej dostrzegam różnice, jakie dzielą go od filozofii. Już teraz z taką lekkością nie nazywałabym go „filozofią do życia”.

Jak ta sroka poruszam się po polu filozofii. Jako coach wydłubuję z niej wszystko, co może mi się przydać, nie zastanawiając się nad czystością metody, jej ufundowaniem teoretycznym, autorytetem, który za nią stoi. Intuicyjnie buduję gniazda dla moich klientów i karmię ich tym, co wydaje się najodpowiedniejsze, lub tym, co akurat mam pod ręką. Nieważne, skąd przychodzi. Instynktownie stosuję *epochè*. Odruchowo kwestionuję, szukam ukrytych założeń. Wyłapuję sprzeczności i paralogizmy. Podaję w wątpliwość stereotypy uznawane za święte prawdy, przekonania oparte na nieuprawnionych uogólnieniach. Tropię ukryte presupozycje. Zachęcam do fenomenologicznej redukcji, a następnie do ejdetycznego opisu. Staramy się oddzielać noezy od noema-

tów, a czasem nagle dzieje się kwantowy skok i splątanie, i – jakże coachingowo! – nie daje spokoju kot Schrödingera. Często zapraszam klientów do hermeneutycznych serendypei. W poszukiwaniu zapoznanych znaczeń, mitów osobistych lub zbiorowych archetypów, podążamy, gdzie prowadzą nas metafory, bawimy się w rozsypywania symboli, wielorakie odczytywania znaków i wpisanych w nie implikatur. Nieraz analizujemy język, jego wzorce i ich relewantne naruszenia, jego oszustwa i jego złudną logikę, dochodzimy meandrami do prześwitujących w nim immanentnych mądrości.

Jako nauczyciel coachów staram się uzmysłwić im – właśnie uzmysłwić, a nie dowieść – pierwszeństwo etyki przed prawem i kultury przed ekonomią. Ukazać, że postulat „obiektywnej obserwacji” jest wewnątrznie sprzeczny. Zapoznać ze sztuczkami dialektyki, semantyki czy pragmatyki, starannie unikając technicznego żargonu. Jednak co jakiś czas wtrącam dziwaczne terminy – autoteliczność, aporia, świadomość nieszczęśliwa, niewolna wola czy Dasein – i pokrótce objaśniam, by zachęcić ich do sięgnięcia dalej. Czasem dzielę się wnioskami lub cytatami z lektur dawno zmarłych lub całkiem żywych filozofów. Często odkrywczym bywają dla nich tak podstawowe dla filozofa sprawy jak cztery rodzaje przyczyn według Arystotelesa czy platońska metafora jaskini. Nieraz sięgam do Ricouera, Wilbera, Sloterdijka. Zależy mi na tym, aby wiedzieli, że to, co widzą w lustrze, jakim są ich klienci, jest ich własnym odbiciem. Kiedy paradują jak sroki, by nie skrzeczeli. Wolałabym też, by nie wodzili na pokuszenie niewinnych psów i nie zastawiali śmiertelnych pułapek na głupio rozpedzone w pościugu koty. Ale w tym względzie, jak w wielu innych, pozostawiam im wolność wyboru.

Sroka daje do myślenia

Sroka w popularnej kulturze europejskiej nie cieszy się dobrą opinią.

Zgoła inaczej bywa postrzegana w tradycyjnych kulturach Dalekiego Wschodu, gdzie symbolizuje szczęście i pomyślność, jest uznanym motywem poezji i malarstwa. W chińskim folklorze sroki z Tanabata co rok odlatują, by na rzece Tianhe zbudować most, który połączy rozdzielonych kochanków.

Sroka na polu filozofii, czyli paradoksy coachingu

Abstrakt: Spojrzenie filozofa, który jest coachem, na coacha, który jest filozofem, to materia tego artykułu. Metodą zbliżoną do hermeneutycznej refleksji nad źródłowym doświadczeniem autorka ukazuje możliwe koneksje coachingowej praxis z poznaniem filozoficznym.

Podważa utarte stwierdzenia koligacji coachingu z dialogiem sokratejskim, natomiast podkreśla bliskość postawy coachingowej z metodycznym wątpieniem Descartes'a i fenomenologiczną *epochè* Husserla. Prekursora nieświadomej siebie „filozofii” coachingu upatruje w Protagorasie. Zwraca uwagę na Nietzschego, którego etykę uważa za spójną z założeniami coachingu na temat człowieka i jego potencjału.

Kanwę eseju stanowi popularna metafora sroki złodziejki w zderzeniu z naukowym dowodem samoświadomości tego inteligentnego ptaka, oraz jego symbolicznym znaczeniem w myśli Dalekiego Wschodu. Autorka przedstawia wybór filozoficznych inspiracji w swojej pracy coacha i nauczyciela coachingu. Akcentuje przy tym fundamentalną odmienną teoretycznego namysłu od nieprzewidywalnego konkretnego jednostkowej ludzkiej rzeczywistości.

Słowa kluczowe: filozofia, coaching, sceptycyzm metodyczny, metoda kartezjańska, fenomenologia, *epochè*

A magpie in the field of philosophy, or the paradoxes of coaching

Abstract: The view of a philosopher who is a coach on a coach who is a philosopher is the subject of this article. Using a method like hermeneutic reflection on the source experience, the author shows possible connections between coaching praxis and philosophical cognition.

The clichés of affinity between coaching and the Socratic dialogue are undermined, while the proximity of the coaching attitude to Descartes' methodical doubt and Husserl's phenomenological *epochè* is emphasized. Protagoras is seen as the precursor of the unconscious "philosophy" of coaching. Nietzsche, whose ethics are considered consistent with the assumptions of coaching about a person and their potential, is evaluated.

The canvas of the essay is a popular metaphor of a thieving magpie in a collision with the scientific proof of the self-awareness of this intelligent bird and its symbolic meaning in the thought of the Far East. The author presents a selection of philosophical inspirations in her work as a coach and a coaching teacher. At the same time, she emphasizes the fundamental difference between theoretical reflection and the unpredictable concreteness of individual human reality.

Keywords: philosophy, coaching, methodical skepticism, Cartesian method, phenomenology, *epochè*