

magyar coachszemle

a magyar coaching szakfolyóirat

coachszemle.hu

2018/1



Metszetek

SZERKESZTŐI BEVEZETŐ

3 Nagy Nóra: Ahol A és B találkoznak

HÁTTÉR

4 Kiss Olga, Terjéki Judit, Peuker Gabriella, Gátfalvi Katalin, Daragics György: Önszerveződő csapatok fejlesztése

IRÁNYOK

22 Medgyesi Krisztina: Fókuszolás-orientált coaching: szelíd és eredményes út a változáshoz

30 Dr. Erős Ilona: Hasonlóságok és ellentmondások a Gestalt terápiában és a coachingban

KUTATÁS

39 Bíró Kata, Beck Péter: Edző és coach: metszet(ben) ?

47 Kondor Anna, dr. Papp-Zipernovszky Orsolya, dr. Pörzsi Zsuzsanna: ME, MYSELF AND I ...

ESETTANULMÁNY

63 Rudniczai Margit: Testorientált módszerkosár ügyfélre szabva

INSPIRÁCIÓ

69 Bakai Zsóka: Sales vs. coaching: valódi az ellentmondás?

73 F. Korcz Judit: Mesék, ékszerek, coaching

INTERJÚ

79 Viniczai Andrea: Az ügyfél teste (interjú Tegyi Enikővel)

*„Me, myself and I
Have just one point of view
We're convinced
There's no one else like you”*

(Allan Roberts and Alvin S. Kaufman)

A történetek újraírásának lehetősége a narratív tanácsadói gyakorlatban

ME, MYSELF AND I...

Kondor Anna, dr. Papp-Zipernovszky Orsolya,
dr. Pörcki Zsuzsanna

A fenti mottó egy sokak számára ismerős dalból származik. Irving Gordon szerzeménye, szövegét Allen Roberts és Alvin S. Kaufman írta. Többek között és talán legemlékezetesebben Billie Holiday amerikai énekesnő adta elő, először 1937-ben.

Nem véletlen, hogy zenei példák szerepelnek cikkünk elején, hiszen egy olyan lehetséges irányt szeretnénk bemutatni a tanácsadói gyakorlatok közül, amely az élettörténet kreatív alakításának lehetőségére fókuszál, alapvetően arra, hogy életünk társszerzőiként komoly jelentősége van annak, hogy mindazt, amit teszünk, illetve ami megtörténik velünk milyen szálra fűzzük fel, milyen értelmezést hozunk létre, hogyan írjuk meg illetve át saját történetünket. Egyfajta kreatív invenció, a komolyan vett játékosság is része lehet ennek, Mark L. Savickas emiatt a jazzhez hasonlíttja a tanácsadói tevékenység gyakorlatát.

„Metaforikusan az élet-designt a jazzhez szoktam hasonlítani. Az ember nem tud jazzt játszani anélkül, hogy ismerné a kottát, ám a jazz muzsikusként nem kottából játszanak. Inkább a kottát kreatívan használják, és néha a hangok között játszanak. A rezponzív tanácsadók, akik ismerik az élet-design diskurzust és a karrier konstrukciós elméletet magabiztosan improvizálhatnak, hogy az egyes ügyfelek sajátos igényeit kielégíthessék. Picasso szavaival, „Tanuld meg a szabályokat, mint egy szakember, hogy azután megszeghesd őket, mint egy művész.” (Mark L. Savickas, 2015)

Tanácsadás és identitás

A tanácsadói szakma jelentőségének megnövekedése szerte a világon tapasztalható folyamat. Ennek számos oka van, többek között az is, hogy az identitás problematikussá vált mai poszt-posztmodern korunkban.

„Az út az identitás felé egy folyamatban lévő csata, eldönthetetlen küzdelem a szabadság utáni vágy és a biztonság szükséglete között, amelyet a magánytól való félelem és a cselekvésképtelenségtől való rettegés kísért.”

– írja Zygmunt Bauman Liquid Life (Cseppfolyós élet) című művében (Bauman, 2005, 45. oldal). A 2017-ben elhunyt lengyel származású, de élete javát Angliában töltő szociológus szerint az értéként felfogott és érvényesített jelenségek lehetetlenítik el az egyén és a közösség helyzetét egyaránt.

Ma minden az individuumból szól

Legyél egyedi, egyéni, mindenkitől különböző – paradox módon a belülről jövő, autentikus és kiemelkedő dolgok megkeresése, magunkévá tétele és prezentálása társadalmi nyomássá vált. Az egyedi az, ami különbözik másoktól – ennél fogva óhatatlanul is dependens, más tényezőktől függő, relatív fogalom.

Jelentős további tényező a média életünkre gyakorolt hatásának megnövekedése is. A rádión, a televízión keresztül, nagy mennyiségű információ vált gyorsan átadhatóvá. A konkrét márkaépítés a javak cserélődéséhez tartozó kommunikáció elsődleges módjává vált. Azt a társadalmat, amelyben ez megtörtént, nevezik mediatizáltnak, fogyasztóinak, fejlett kapitalista társadalomnak, és ez a berendezkedés magában hordozza a márkázás kulturális jelének ebből következő előfordulási módjait is. A márkák és a reklám, a mediatizáció 20. századi robbanásához képest a mai kort az információáramlás kétirányúsága határozza meg. Minden egyes személy lehetőséget kap arra, hogy magának márkát hozzon létre, tudatosan építse fel azt. A globalizáció, az internet, és az egyéni önmegvalósítás korában a „brand jelensége” a személyes márka. A legszűkebb értelemben vett egyén márkázásának kora a valaha létezett legszélesebb körű, legtöbb egyént magába foglaló közösségben.

Mindenesetre az identitás egyfajta bizonytalansága kétségtelenül érzékelhető, tapasztalható. Erről dr. Stark András, a nemrégiben elhunyt kiváló pszichiáter egy interjúban így nyilatkozott:

„...úgy gondolom, hogy a történelmi tudat a fiatal generációk számára már kevésbé fontos identitásképző elem. Sőt, egy kicsit félek attól, hogy a kultúrának, a művészetnek a történetisége, a 20. századi avantgárd és a modern művészetek nem annyira fontosak és érdekesek a mai huszonévesek számára. ... Látok ma egy újfajta identitás-bizonytalanságot. Nekünk szerencsénk volt, mert voltak olyan történelmi dátumok, olyan időszakok, amelyeknek a történelmi jelentősége érzékelhető, reflektálható volt. Ma kevesebb ilyen identitásképző, társadalmi jelentőségű és hatású elemet érzékelek, persze lehet, hogy ez egy torz percepció a részemről.”

(Dobos, Kovács, 2017)



Talán az sem véletlen, hogy a narratív identitás fogalma, a narratív megközelítés megjelenése a pszichológiában párhuzamos a fenti identitás bizonytalanság erősödésével. Ha felidézzük a sokat emlegetett posztmodern problematikát, miszerint a posztmodern a nagy narratívák megszűnése, felfüggesztődése, és ezek helyén töredékes, kis történetek megjelenése, jobban érthetővé válik, hogy miért lesz akkora szerepe, miért kerül középpontba a narratíva. A narratív pszichológia egyik jelentős állítása, hogy az identitás az ember által elmesélt történetekben alakul ki. A nagy narratívák immár nem (vagy csak ritka esetben) határozzák meg az egyéni identitás kialakulását, így kap annál nagyobb szerepet az, hogy ki-ki hogyan szövi élete eseményeit történetté, egészé. Meggyőződésem, hogy a tanácsadás jó esetben az ügyfél egyedülálló történetével kapcsolatos közös munkálkodás^[1]. Szakmai pályám ennek a végtelenül egyszerűnek ható gondolatnak a tényleges megértése, és következményeinek belátásán való munkálkodás. Korán felismertem, hogy a kommunikációs és közgazdasági szakértelmemet a történetekkel és ezeknek a személy életében betöltött szerepével kapcsolatos tájékozottság megszerzésével kell kiegészítenem.

Személyes háttér

Kommunikációs cég vezetőjeként 10 éve folytatok personal branding tanácsadást, általában olyan vállalatvezetők számára, akik jelentős pozíciót foglalnak el a magyar gazdasági életben. Ügyfeleim az eltelt 10 év során különböző életkorú, végzettségű szakemberek közül kerültek ki, döntő többségükben férfiak, de a legutóbbi években már – tükrözve a társadalmi változásokat is e téren - előfordulnak női vezetők is. Munkám során azt tapasztaltam, hogy akkor fordulnak hozzám ügyfelek személyes márképítésre vonatkozó kéréssel, amikor az életük valamilyen értelemben fordulóponthoz érkezik, vagy fordulópontot sejteneik bekövetkezni az előttük álló közeli jövőben. Ezen fordulópontok tükrözik egyrészt a gazdasági élet mozgásait, másrészt azonban ügyfeleim egyéni élettörténetében azonosítható eseményekhez kötődnek. A szakmai karrier olyan állomáshoz közeledik, amikor jelentős változások válnak szükségessé, vagy jelentős döntések meghozatalára van szükség, amelyek hordereje meghaladni látszik az egyén kapacitásainak mértékét. Előfordul, hogy látszólag a helyzet nem kritikus, azaz „minden rendben van”, de a konzultációk korai fázisában nyilvánvalóvá válik, hogy ez valójában csak a látszat, és alapvető strukturálási szükséglet mutatkozik. (Példaként említeném az egyik ügyfelemet, akinek rendkívüli sebességgel felívelő karrierje olyan módon alakította át életét, hogy az ehhez való alkalmazkodás, ennek feldolgozása, az ezzel kapcsolatos reflexió kidolgozása nélkül féltő volt, hogy a röppályán hasonló sebességű zuhanás következhet be. Azaz, ebben az esetben épp a siker mértéke

[1] Az E/1-ben írt személyes tanácsadói tapasztalatok az első szerzőhöz, Kondor Annához kötődnek.

és intenzitása tette szükségessé a személyes márképítési tanácsadás során végzett munka elvégzését.) Közgazdászként, pénzügyi, gazdasági és kommunikációs területen kezdtem tanácsadói tevékenységemet, de már szinte a kezdetektől egyértelművé vált, hogy a pszichológia jelentős szerepet kell, hogy kapjon az ügyfelekkel folytatott munkámban. Hosszú éveken keresztül ezt oly módon oldottuk meg, hogy cégünk állandó kapcsolatot tartott pszichológus szakértővel, akivel folyamatosan konzultáltunk, időről időre szupervízióra kértünk fel. A személyes márképítési folyamat részeként pszichológiai tesztek is alkalmaztunk, amelyek értékelését pszichológusok végezték el. Ez az együttműködés nagyon termékenynek és hasznosnak bizonyult, azonban egyre inkább éreztem, hogy sokat lendítene ügyfeleimmel folytatott kommunikációmban, ha én magam is szakértelmet szereznék ezen a területen. Néhány évvel ezelőtt, olyan kutatómunka elvégzését határoztam el, ami segíthet annak megértésében, hogy milyen folyamatok zajlanak az általam gyakorolt personal branding tanácsadásban, és választ adhat arra a kérdésre is, hogy miként lehet a személyes márképítést továbbfejleszteni, olyan tartalommal egészíteni ki, ami a lehető legalkalmasabban képes reagálni jelen korunk kihívásaira, az ügyfeleimet érintő aktuális dilemmákra. A kutatás megkezdésekor egy dolog volt számomra egyértelmű, hogy az általam folytatott tanácsadás talán leghangsúlyosabb része az, amikor ügyfeleim elmesélik történetüket, és ebből a történetből kiindulva, és ezen együttesen dolgozva maga a történet narrációja alakul oly módon, hogy elősegítse a következő életszakasz, döntések, irányok körvonalazását. Ezért is döntöttem úgy, hogy olyan pszichológiai irányzattal végzem majd kutatásomat, amely a történetet helyezi megközelítése középpontjába. Ez az irányzat pedig nem más, mint a narratív pszichológia. Eddigi szakmai tapasztalatom lehetőséget biztosít ahhoz, hogy volt ügyfeleimmel, illetve olyan ügyfelekkel, akikkel aktuálisan zajló folyamatom van, narratív interjúkat végezzek.



Jelenleg zajlik az elkészített interjúk feldolgozása, de már ezen a ponton is ígéretes az anyag a várható eredmények vonatkozásában, és alátámasztja azon feltételezésemet, hogy a narratív interjú gazdag tárháza lehet a tanácsadói folyamat továbbfejlesztését célzó kutatásoknak.

„A narratív pszichológiai elméletek ...az elbeszélést olyan reprezentációs és prezentációs formának tartják, amely anyagi, empirikus tulajdonságai, gazdagsága, struktúrája és az identitással való kapcsolata révén nemcsak, hogy komplex pszichológiai folyamatok hordozója, hanem az empirikus vizsgálat megfelelő alapja is (László, 2008).”

(idézi, Papp-Zipernovszky, 2012, 26. o.)

Narratológia, narratív pszichológia

Donald P. McAdams egy interjúban az alábbiak szerint idézi fel a narratív pszichológia korai időszakát:

„Több mint egy évszázadon keresztül, a kutatók megpróbálták összerakni, hogy milyen nyersanyagokból áll össze a személyiség, mi az, amitől Anna Anna és András András. Az egyes szám első személyből származó magyarázatot hosszú időn keresztül nem vették figyelembe - azt, hogy az emberek hogyan mesélnek az életükről, és arról hogy kik ők, és miért azok, akik. A történetek csak történetek végtére is.”

A 2006-ban megjelent „A megváltó én” című könyv szerzője, aki a Northwestern egyetem professzora azután így folytatja:

„Nos, azt találtuk, hogy ezek az elbeszélések minden percben irányítják a viselkedésüket, és nem csak az határozzák meg, hogy hogyan tekintünk a múltunkra, hanem azt is, hogy hogyan látjuk magunkat a jövőben.”

(Carey, 2007)

A narratív elmélet szerint identitásunk kialakulása szoros összefüggésben áll azzal, hogy milyen történetet mesélünk el arról, hogy mi minden történt velünk. Identitásunk kialakításában ezek szerint nem csak azzal veszünk részt, hogy bizonyos lényegi kérdésekben döntéseket hozunk, értéke-

ket választunk, nézeteket vállalunk fel sajátként, hanem azzal is, hogy életünket az általa saját magunknak és másoknak elmondott történet által alakítjuk mintegy egészszé. Döntő jelentősége lesz ezek alapján annak, hogy milyen szálra fűzzük fel az eseményeket amelyek megtörténnek velünk. A narratív pszichológia a pszichológia legújabb kori jelentős irányzatainak egyike, a narratíva szerepének, jelentőségének felismerését a filozófiának illetve a bölcsellettudományoknak köszönheti. A történet előtérbe kerülésének kezdetét Alasdair MacIntyre filozófus az Az erény nyomában (After Virtue) című 1981-ben megjelent munkájához szokás kötni. Ekkortól számítjuk a társadalomtudományok úgynevezett narratív fordulatát. Nem egyszerűen a történetek hangsúlyosabbá válásáról van itt szó, hanem azok centrális, meghatározó szerepéről, hiszen MacIntyre szerint az élet lényegében „elbeszél (illetve elbeszélhető) történetek szövedéke” az ember „történetmesélő élőlény”^[2] (MacIntyre,1999, 216. oldal), aki ezáltal saját maga krónikásává, történészévé válhat (Mink, 1981). MacIntyre azt is hangsúlyozza, hogy a puszta pszichológiai tulajdonságok nem adnak magyarázatot a személy időben megmaradó folyamatosságára (Matti Hyvärinen, 2006). Magát a narratív pszichológia kifejezést Theodor Sarbin vezette be (László, 2008). Sarbin elméletéről László János az alábbiakat írja:

„Sarbin szerint az én-elbeszélés vagy élettörténeti elbeszélés egy identitás terv kibontakoztatása, amelyben az elbeszélő (az I) felépíti én-jét (a me-t). Mindabból, ami az elbeszélésbe bekerül (vagy kimarad), következtetni lehet az elbeszélő én vágyaira, céljaira, elkötelezettségeire. A következtetés alapjait az elbeszélés belső tartalmi és az elbeszélés társas, kulturális és történeti értelmezési horizontjára vonatkozó kontextuális ismeretek adják”

(László 2008 cit.: Görgőy, 2015)

Papp-Zipernovszky (2012) az alábbiak szerint számol be a személyes történetek előtérbe kerüléséről az én-pszichológiában:

„Az én és a személyes történetek egymásra utaltságát, bensőséges viszonyát az 1980-as évektől kezdte a pszichológia felfedezni, érdeklődésének középpontjába állítani. A narratív pszichológia egyik axiómája szerint élményeink narratív szervezése az ön- és világmegértés egyik formája, valamint a kommunikáció kitüntetett módja. A reprezentáció-

[2] „Egy központi tétel kezd formát ölteni: az ember cselekedeteiben, viselkedésében, fikcióiban lényegileg történetmondó élőlény. Nem lényegéből fakadóan olyan történetek mesélője, amelyek igazságra törekzenek, hanem története folyamán válik azzá. Az ember számára azonban nem a szerzőségét illető kérdés a döntő; a „Mit tegyek?” kérdésre csak akkor tudok válaszolni, ha tudok válaszolni az azt megelőzőre is: Milyen történet vagy történetek szereplője vagyok?” Ez annyit jelent, hogy egy vagy több nekünk tulajdonított szerepben- melyekbe besoroltak bennünket – lépünk a társadalom színpadára, s azért kell megismernünk, hogy melyek ezek, hogy képesek legyünk értelmezni mások reakcióit, és azt is, hogy feltehetőleg hogyan fogják értelmezni az általunk nekik adott válaszokat. A gyermekek a gonosz mostohákról, az elvesztett gyerekekről, a jó, de félrevezetett királyokról, az ikreket szoptató farkasokról, az örökségből nem részesülő legkisebb fiúról, akinek helyt kell állnia a világban, a legidősebb fiúról, aki dőzsölő életmódjával eltékozza az örökséget, hogy aztán száműzetésbe menvén disznók között éljen stb. szülő történetek hallgatása során tanulják meg jól vagy rosszul, hogy mi a gyermek és mi a szülő, mi lehet annak a drámának a szereposztása, amelybe beleszülettek, és hogyan is működik a világ. Történetek nélkül a gyerekek cselekedeteikben és szavaikban egyaránt azonnal nyugtalanul dadogni kezdenek, elvesztvén támaszukat. Ennélfogva bármely társadalmat (beleértve a sajátunkat is) csakis a kiinduló drámai eszköztárát alkotó történeteken keresztül tudhatunk értelmezni.” (MacIntyre,1999)t

központú elméletek az elbeszélő szöveg és a humán kognitív rendszer között feltételezett strukturális izomorfiából indulnak ki (Bruner, 1986; László, 1998), amely szerint a történetek sémaszerűen vezérlik tapasztalataink kódolását, tárolását és előhívását. Vagyis a kultúrában létező, különböző szociális viszonyrendszerekbe ágyazott személy rendelkezik narratív identitással: képes önmagáról, élete eseményeiről jól szervezett történetként gondolkodni (McAdams, 1995). A jól szervezett történetek elsődleges mintáit pedig olyan kulturális produktumok hordozzák, mint az irodalom vagy a filmek, amelyek autonóm intencionális hősök interakciói köré épülnek, és időben kibomló, kauzálisan összekapcsolt események során próbálják az olvasót az emberi vágyak közt eligazítani (Mar és Oatley, 2008)."

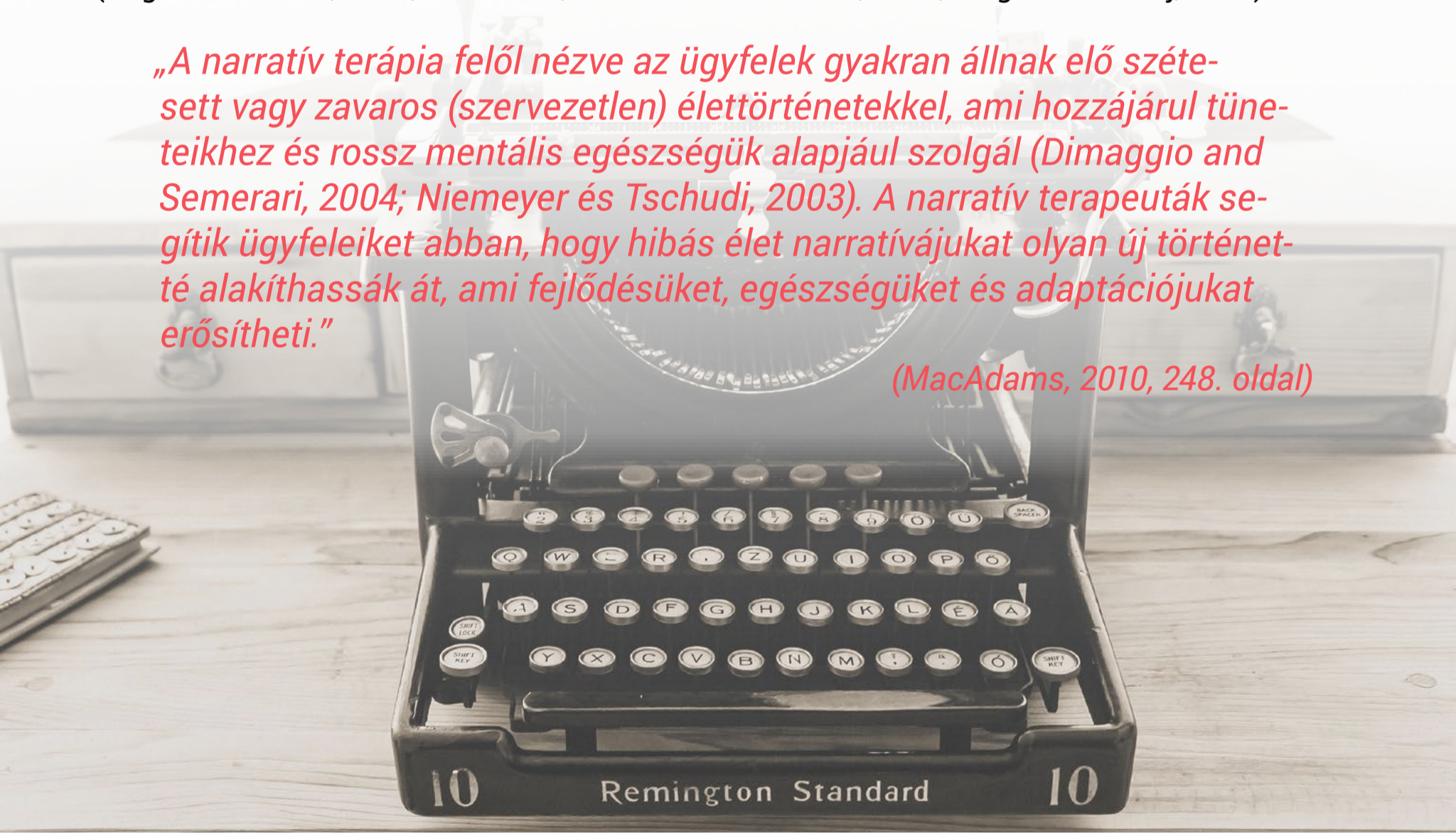
(Papp-Zipernovszky, 2012, 17. o.)

Narratív terápia és tanácsadás

A legutóbbi években egyre növekszik azon klinikai és tanácsadással foglalkozó pszichológusok száma, akik a pszichoterápiát alapvetően a történet újraalakításában és helyrehozatalában látják (Angus & McLeod, 2004; McAdams, Josselson és Lieblich, 2006; Singer és Rexhaj, 2006).

„A narratív terápia felől nézve az ügyfelek gyakran állnak elő szétesett vagy zavaros (szervezetlen) élettörténetekkel, ami hozzájárul tüneteikhez és rossz mentális egészségük alapjául szolgál (Dimaggio and Semerari, 2004; Niemeyer és Tschudj, 2003). A narratív terapeuták segítik ügyfeleiket abban, hogy hibás élet narratívájukat olyan új történetté alakíthassák át, ami fejlődésüket, egészségüket és adaptációjukat erősítheti.”

(MacAdams, 2010, 248. oldal)



Tanácsadói pályám másik – ám a fentiekkel szorosan összefüggő- eleme, meghatározó folyamata a minket körülvevő világ megváltozása, átalakulása volt az elmúlt évtizedekben. Amikor tanácsadói tevékenységemet elkezdtem, világviszonylatban előtte jártunk az úgynevezett digitális forradalomnak, Magyarországon pedig éppen az újrendeződés zajlott, amelyben ügyfeleim között különféle korú és szocializációjú munkavállalók is voltak. Abban az időszakban a karrierút még sokkal egyenesebb vonalú volt, nem volt példa nélküli az, hogy valaki egyetlen cég alkalmazásában állt egész életében. Azóta azonban drámai fordulat állt be a munkaerőpiacon, a karrier már nem egy vállalathoz, céghez kötődik, sokkal inkább a „mindenki a maga sorának kovács” érvényesül, a karrier terhe, felelőssége, nehézsége szinte kizárólagosan az egyénre hárul. Nagyfokú alkalmazkodóképesség, változásra és váltásra való nyitottság szükséges ahhoz, hogy valaki relatív stabilitással vehessen részt a munkaerőpiac versenyében. Lezajlott a digitális forradalom, és ügyfeleim számára a működési mechanizmusok és szabályok újratanulása égető szükségszerűséggé vált. Mára egészen más környezetben kell, hogy megtalálják helyüket, változtatni tudják azt, ha szükséges. (Nyilván a fiatalok belenőttek ebbe a helyzetbe, és az ő számukra nem jelentkezik komoly kihívásként mindez.) Az alábbiakban a munkaerőpiac átalakulásának egy sajátos következményét szeretném bemutatni a tanácsadó tevékenysége szempontjából. Ez a szakmai identitás folyamatos átírását követeli meg egy cseppfolyósabb gazdasági-társas környezetben – vagyis a jelenség azt a társadalmi közeget idézi, melyben a narratív identitás-elméletek kapaszkodót, értelmezési lehetőséget nyújtottak.

A munkaerőpiac megváltozásának drámai és alapvető következményei

„A munka a 21. században szorongással és bizonytalansággal tölti el az embereket. Korábban, a 20. század stabil alkalmazási helyzet és biztonságos szervezetei szilárd alapot nyújtottak ahhoz, hogy az ember felépítsen egy életet és elképzelje a jövőjét. Az efféle stabilitás és biztonság mára teret adott a flexibilis munka és a cseppfolyós szervezetek újfajta szociális rendjének, ami az embereket mérhetetlen gondnak teszi ki (Kalleberg, 2009). Ebben az új rendben az emberek hányódnak miközben igyekeznek feltérképezni jövőjüket, formálni identitásukat és fenntartani kapcsolataikat. Mindeközben a globális gazdaság új kérdéseket vet fel a munkában töltött élet vonatkozásában – az egyik legjelentősebb ezek közül az, hogy milyen módon képes az egyén egy életen át tartó munka

váltásokban egyensúlyozni anélkül, hogy elveszítené szociális identitását és érzését?

A digitális forradalmat kísérő „dejobing” vagy „munkanélküli munka” a hosszú távú munkákat rövidtávú projekteké alakítja, ezzel egyre nehezebbé válik a karrier megértése azon elméletek mentén, amelyek a stabilitást hangsúlyozzák a mobilitással szemben.

Az új munkaerőpiac arra hív, hogy a karriert ne életreszóló elkötelezettségként tekintsük egy munkaadó felé, hanem mint amelyben szolgáltatásokat és készségeket adunk el egy sor alkalmazónak, akiknek szükségük van arra, hogy egy projektjük megvalósuljon.

Miközben a karrier elkötelezettségből flexibilitásba megy át, a karrier tanácsadás formájának is meg kell változnia. Olyan karrierre vonatkozó elméleteknek és technikáknak kell kialakulniuk, amelyek jobban segíthetik az alkalmazottakat szerte a világon abban, hogy alkalmazkodni tudjanak a cseppfolyós társadalmakhoz és a rugalmas szervezetekhez. Hogy jobban tudják segíteni ügyfeleiket abban, hogy életüket megtervezzék (design) a 21. században, sok karrier tanácsadó belefogott, hogy átalakítsa praxisát”

(Savickas, 2011).



2015-ben jelent meg Life Design Manual címmel az a tanácsadói anyag, amelyben a fentiekben leírt változások tükrében a szerző, a korábbi tanácsadói irányok (vocational guidance, career education) helyett egy harmadik típusú tanácsadói gyakorlatot mutat be, amely meglátása szerint hatékonyan segítheti az ügyfeleket (Savickas, 2015) Ez a tanácsadási irányzat narratív pszichológiai alapú, és az ügyfél életéről elmondott történet alakításának lehetőségéből indul ki. Azt tapasztaltam, hogy a tanácsadói munka jelentős része az ügyfél történetével kapcsolatos munkából áll.

Az élettörténet és az identitás szoros összefüggése egyértelmű, mint ahogy az is, hogy a válságok, a krízisek illetve a jelentős (nehezen megválaszolható) kérdések felbukkanása is az ügyfél önmagáról elmondott történetében beállt elakadásokkal esik egybe.

Az ügyfél támogatása bekapcsolódás az ügyfél történetmesélésébe, illetve olyan lehetséges történetészövési alternatívák közös kutatása, amelyek továbblendíthetik a szakmai illetve személyes élet kríziséből ügyfelünket. Tanácsadói tevékenységem kezdeti szakaszában pszichológus bevonásával tevékenykedtem, mindazon esetekben, ahol ennek szükségességével kapcsolatos gyanú felmerült. Tanácsadói folyamataimban a pszichológiai szupervízió is jelen volt, azaz, mindazon esetekben, ahol a legkisebb bizonytalanságot is éreztem, pszichológus kollégámmal konzultáltam arról, hogy szükségesnek látja-e a pszichológiai segítséget. Egyre inkább azt éreztem azonban, hogy bizonyos pszichológiai képzettség valamennyi folyamatban, minden egyes tanácsadói munkámban elengedhetetlen vagy legalábbis jelentős mértékben gazdagíthatja illetve előre lendítheti a folyamatot.

A történet jelentőségének felismerése, a narratológia társulása a pszichológia diszciplinájával az elmúlt évtizedek egyik leggyümölcsözőbb társulásaként jelent meg a narratív pszichológia területén. Terápiás irányzatként megjelent a narratív terápia, amelynek megszületését Michael White és David Epston neve fémjelzi (hazai alkalmazásainak áttekintését ld. Papp-Zipernovszky, Kómár és Hegedűs, 2015). A narratív terápia az ügyfelek erőforrásaira helyezi a hangsúlyt, segíti őket abban, hogy alternatív történeteket tudjanak mesélni magukról, olyanokat, amelyeket a problémáik magyarázatára szolgáló dominánsabb történetek árnyékolnak be.

Finom kérdező technika alkalmazásával a tanácsadó együttműködik az ügyféllel abban, hogy dekonstruáljon történeteket és alaposan megvizsgálják együtt a problémákat, mintha olyan újságírók lennének, akik egy hír nyomába erednek.

A posztstrukturalista terápiás/tanácsadói gyakorlat azon a felismerésen alapul, hogy az emberek több egymással összefüggésben álló narratívával rendelkeznek, amellyel értelmet adnak annak, hogy kik is ők valójában. Ezek a történetek ugyanakkor az identitásra és a hatalomra vonatkozó kulturális diskurzus által is formálódnak. A narratív terápia célja, hogy elősegítse a páciens narratívájának újra-mesélését, újraértékelését és újra-alkotását az általa preferált élet és kapcsolati viszonyok vonatkozásában.

John Launer (2015) írja le a narratív tanácsadást meghatározó alapelveket. A narratív tanácsadás a terápiás gyakorlatból átemelheti ezeket az alapelveket, amelyek komolyanvétele hozzájárulhat az ügyfelekkel folytatott munka színvonalának garantálásához. Ezeket az alapelveket azért tartom fontosnak megemlíteni, mert ügyfeleimmel folytatott munkámban megtapasztalhattam ezek jelentőségét. Launer három ilyen elvet ír le:

1. Minden gyógyító beszélgetés közös történetmondás egy formája.

Launer itt egyrészt azt mutatja be, hogy a páciensek történetekben számolnak be problémáikról és ezek általuk vélt okairól, másrészt hangsúlyozza annak szükségességét, hogy a terapeuta maga is involválódjon, bevonódjon a történetbe. „Valakinek a történetét meghallgatni sohase volt és sohase legyen annyi, hogy „csak hallgatom”. Már a puszta cselekedettel, hogy odafigyelünk a másokra, lehetővé tesszük a történet kiteljesedését és kiterjesztését. Ha a kérdések, amelyeket felteszünk, odafordulóak és intelligensek, és érzelmileg hangoltak, a pácienseink vagy a kollégáink azt fogják magukon észrevenni, hogy olyan dolgokat mondanak el nekünk, amelyeket nem terveztek elmondani, sőt talán nem is gondoltak rá korábban.”

2. A történetek mindig változnak a párbeszéd folyamatának során.

3. Az embereknek meg kell őrizni a sajátjukként a történeteiket.

„A narratív praxis lényege, hogy valóban nagyon komolyan veszi azt az elképzelést, hogy mi magunk konstruáljuk a valóság megértését azokon a történeteken keresztül, amelyeket mesélünk. Komolyan veszi filozófiai szinten, mint egy fontos megállapítást arról, ahogyan az emberek megteremtik a saját világukat. De komolyan veszi te-

rapiás szinten is, mert elkötelezett amellett a foglalkozás mellett, amely meghallgatja mások történeteit, kérdezi őket, és lehetséges utakat ajánl új történetekhez olyan módon, hogy hozzásegítse őket ahhoz, hogy megírják a saját következő fejezetüket, hogy teremtsék újra történetüket, ahogy azt az ausztrál terapeuta Michael White leírta (White és Epston, 1990).” (Launer, 2015, 211. o.)

Narratív módszerek a tanácsadásban

A narratív tanácsadói gyakorlat az ember történetmesélő természetén alapul. Azon, hogy történetekben alakul identitásunk, történetekben dolgozzuk fel mindazt, ami történik velünk. Hangsúlyozza a történetek azon kapacitását, hogy meghatározzák milyen módon éljük meg /át a személyes és szakmai életünk eseményeit, folyamatait.

„A narratív alapú megközelítések az (ön)kifejezés tartalmi és formai jegeit helyezik a középpontba, a felhasznált szavak erejét, a sorrend fontosságát, a felépülő történet intra- és interperszonális hatásait. A probléma megfogalmazása, az önismeretbe ágyazódó belátás a szakmai identitást is alakítja. A mindennapokban felbukkanó konfliktusok történetként való elbeszélése narratív megnyilvánulás, ami a terapeuta vagy csoportvezető segítségével az élettörténetbe helyezve alapvető én-(újra)teremtő gyakorlatként is működhet. Péley (2013) megfogalmazásában ugyanis „az elbeszélés képessége összekapcsol bennünket másokkal és lehetővé teszi, hogy szelektív módon emlékezzünk vissza a múltra, miközben az elképzelt jövőbeli lehetőségeinket formáljuk”.

(Papp-Zipernovszky és munkatársai, 2015, 263. o.)

Úgy is fogalmazhatnánk, hogy történetekben éljük meg és dolgozzuk fel önmagunkat és a minket körülvevő világot, emberi kapcsolatainkat, szakmai történéseinket. Ami velünk történik az már megtörténtkor is értelmeződik, majd a későbbiekben újra vagy átértékelődhet. Bizonyos időszakokban, helyzetekben szükséges lehet új történetek, új értelmezési irányok kialakítása, és ennek terepe lehet a narratív tanácsadás folyamata. Hogyan éljük meg, hogy elveszítjük a munkánkat? Az, hogy milyen módon leszünk képesek az előttünk álló jövőt elképzelni vagy feltérképezni, nagyon nagy mértékben múlik majd azon is, hogy milyen történet következő állomását keressük. Ez a megközelítés különösen hasznos lehet akkor, amikor nincs átfogó, társadalmi szinten érvényes narratíva, amely segítheti az egyént önmaga meghatározásában és organizációjában, orientálhatja az őt körülvevő világban való tájékozódáshoz. Ugyanakkor

manapság az individuális, egyéni útkijelölés a domináns, ennek nyilvánvaló jele a személyes márka építés népszerűsége és az igény, ami az ezzel kapcsolatos tanácsadói tevékenységre mutatkozik.

A személyes márkaépítés folyamatának rendkívül gyümölcsöző továbbadói gyakorlatunkba.

Konklúzió

A digitális forradalom az elmúlt alig két évtizedben gyökeresen megváltoztatta a minket körülvevő világot. Ahogy a már említett szerző Zygmunt Bauman ezt leírja (Bauman, 2010) a world wide web, az információs sztráda, ami biztosítja számunkra, hogy felfoghatatlan mennyiségű adat, tény, tudás, információ álljon rendelkezésünkre minden pillanatban, miközben megoldást nyújt a korábbi generációk információhiányának problémájára, új problémával szembesít. Azzal, hogy miképpen tájékozódjunk abban a világban, ahol minden tudás elérhető, és hogy maradjunk talpon a ránk zúduló információk közepette. Mára teljesen átértékelődött az olyan szavak jelentése, mint tudás, szakértelem, hozzáértés, felkészültség, informáltság stb. Miközben ezek valaha fokmérői lehettek a jó szakembernek, mára olyan jelzőkké „üresedtek”, amelyekkel nem igazán hozhatjuk létre azt a distinkciót, amely egy munkavállalót a másiktól pozitív értelemben megkülönböztet. A „nagy tudású” kifejezés – ha egyáltalán adekvát még a használata – nem azt jelenti, hogy rendelkezik egy bizonyos mennyiségű, relatíve széleskörű ismerettel, hanem talán azt, hogy rendelkezésre álló ismeretekhez való hozzáférésben otthon van, és megfelelő mértékben képes szűrni a releváns információt a haszontalantól^[3].

Ebben a helyzetben nyilvánvalóan a multidiszciplinaritás a tanácsadói munkában már nem csak afféle többletként jelentkezik, hanem egyenesen alapvető szükségletként. Ügyfeleinket leggyakrabban a tájékozódásban kell segítenünk, és ami ennél is fontosabb, már nem csak egy világban hanem egy megkettőződött valóságban, mivel a virtualitás, a média világa is valóság, még ha virtuális valóság is. Nem véletlen, hogy a personal branding tanácsadás a kezdetektől fogva az ügyfelek virtuálisan közvetített identitásának megformálását is alapvetőnek tekintette, mi több sokszor épp annak lehetünk tanúi, hogy – erősen megkérdőjelezhető módon – szinte kizárólagosan erre helyezi a hangsúlyt. Nyilván érthető ez a tendencia, hiszen a kezdeti

[3] „Hogy a hosszú történetet röviden elmeséljük: ez a világ, cseppfolyós modern világunk folyamatosan meglep bennünket: ami bizonyosnak tűnik és megfelelőnek ma, lehet, hogy holnapra feleslegessé, hóbortossá válik, tévedésnek, amit meg fogunk bánni. És azt gyanítjuk, hogy ez valóban be is fog következni, így azt érezzük, hogy éppúgy, mint a világnak, amely otthonunk, nekünk lakóinak, kik alkalmasint tervezői, cselekvőinek, használói és áldozatai vagyunk, minden pillanatban ugrásra készen kell állnunk. Változásra készen, a manapság divatos kifejezéssel, rugalmasan. Tehát egyre több információra vágyunk azzal kapcsolatban, hogy mi zajlik körülöttünk és mi az, ami valószínűsíthetően meg fog történni. Szerencsére, olyasmivel rendelkezünk, amiről szüleink nem is álmodhattak: rendelkezésünkre áll az internet, az „információs sztrádák”-nak köszönhetően valós idejű összeköttetésben állunk a planéta minden szegletével és csücskével, és mindez elfér a markunkban, zsebben hordozható telefonokon és ipodokon, éjjel nappal elkísérve minket bárhová. Szerencsére? Végtére is, nem lehetünk ebben olyan biztosak. Mivel az információhiány, a bajt, amitől szüleink szenvedtek, felváltotta egy talán szörnyűbb veszedelem, ez pedig az információ-áradat, amely elnyeléssel fenyeget. Fullasztó jelenléte arra késztet, hogy úszunk vagy búvárkodjunk benne (ami más, mint a szörfözés és a sodródás, ám ez szinte lehetetlen. Hogyan különíthetjük el azokat a híreket, amelyek számítanak, az irreleváns és haszontalan szeméthalmoktól? Az értelmetlen zajból hogyan szűrjük ki értelmes üzeneteket? Ellentmondó vélekedések és javaslatok zűrzavarában úgy tűnik nem rendelkezünk olyan cséplőgéppel, amely segíthetne az igaz és az értékálló magvait a hazugságok, az illúziók és a szemét pelyvájától elválasztani.”(Bauman, 2010)

időszakban ez volt az a terület, ami a korábban szocializálódott generációk számára teljesen ismeretlen terep volt, nem mozogtak benne olyan otthonossággal, mint a ma gyakran digitális bennszülötteknek nevezett ifjúság, akiknél már szinte megállapíthatatlan, hogy koragyermekkoruk mely pontján kapcsolódnak rá a webre. Az identitás vonatkozásában ez – némiképp leegyszerűsítve – azt jelenti, hogy nem egy, hanem – legalább – két identitással dolgozunk, a „valós” és a virtuális identitással. Némiképp illuzórikusnak tűnhet azt remélnünk, hogy a kettő között szerves kapcsolódás lehet, ugyanakkor munkám során erre mindvégig nagy hangsúlyt igyekszünk fordítani.

Egy dolog azonban bizonyosnak tűnik. Ebben a nehezített helyzetben különösen fontos szerepet kap az, hogy az ügyfél, a személy önmaga történetét, saját identitását képes legyen kihámozni az azt körülvevő információ áradatban.

Nem arról van csak szó, hogy a nagy narratívák megszűnésével az identitás megkonstruálása elveszíti a fősodor adta támpontokat, hanem arról is, hogy ugyanakkor egy olyan közegben kell ezt a konstruktív munkát elvégeznie, amelyet az értelmezések túlcsoportulása jellemez, azaz, kiismerhetetlen labirintusként érezheti magát a rendelkezésre álló interpretatív metropolisban. A narratív pszichológiai megközelítés ebben a labirintusban igyekszik segítséget nyújtani, és a mitológiai analógiát tovább fejtve, Ariadné fonala az egyén élettörténete, amely – Mc Adam alapján – a szakmai élet kreatív történetének és a szeretet személyes történetének összefonódásából szövődik.

Felhasznált irodalmak:

Angus, L. E., & McLeod, J. (2004). Preface. In *The Handbook of Narrative and Psychotherapy* (pp. ix-xii). Michigan: Sage.

Bauman, Zygmunt: *Liquid Life*. Polity Press, 2005, Cambridge.

Bauman, Zygmunt: *44 Letters from the Liquid Modern World*, Polity press, 2010. Cambridge

Boga Bálint: Az idős ember és a narratív identitás. *Kultúra és közösség* 213/3 http://www.kulturaeskozosseg.hu/pdf/2013/3/2013_3_04.pdf letöltés ideje: 2018 január 5.

Carey, Benedict: *This is Your Life (and How You Tell it)*. *The New York Times*. 2007. 05. 22. <http://www.nytimes.com/2007/05/22/health/psychology/22narr.html> letöltés ideje: 2018 01. 10.

Dobos Elvira, Kovács Petra: „Látok ma egy újfajta identitásbizonytalanságot”. *Interjú Dr. Sark András pszichiáterrel*.

<http://coachszemle.hu/rovatok/interju/513-latok-ma-egy-ujfajta-identitas-bizonytalansagot-interju-dr-stark-andrassal.html> letöltés ideje: 2017 december 30

Görgőy Rita: *Élettörténet és identitás a szociális reprezentáció és a narratív pszichológia felől*. *Kultúra és Közösség*. 6. évfolyam 3. szám (2015)

László János (szerk): *Narratív pszichológia*. Kijárat Kiadó, Budapest, 2001

Hyvärinen, Matti: *Towards a Conceptual History of Narrative*. <http://www.uta.fi/yky/yhteystiedot/henkilokunta/mattikhyvarinen/index/TCH-hyvarinen.pdf>

Matti Hyvärinen, Anu Korhonen & Juri Mykkänen (eds.) 2006 *The Travelling Concept of Narrative Studies across Disciplines in the Humanities and Social Sciences* 1. Helsinki: Helsinki Collegium for Advanced Studies. 20–41. letöltés ideje: 2017 december 28.

Launer, John: *Conversations inviting change. (Változásra hívó beszélgetések: a narratív orvoslás alkalmazása a gyógyító foglalkozások támogatására. ford: Zípernovszky Kornél)* In: Csabai M. & Papp-Zípernovszky O. (szerk.), *Gyógyítók egészsége: A hivatás kihívásai és a változás lehetőségei (207-227 o.)*. Budapest: Oriold és Tsai Kiadó - A Gyógyító Nőkért Alapítvány.

MacAdams, Dan P. *The Redemptive Self, Stories Americans live*. Oxford University Press, 2006

MacAdams, Dan P.: *Personal Narratives and the Life Story*, In: *Handbook of personality. Theory and research*. Oliver P. John, Richard W. Robins, Lawrence A. Pervin szerk. Guilford Press, New York 2010. 3rd ed. p. 248.

McAdams, D. P., Josselson, R. & Lieblich, A. (2006). Introduction. In D. P. McAdams,

R. Josselson, & A. Lieblich (Eds.). *Identity and story: Creating self in narrative* (pp. 3–11). APA Books.

Alasdair MacIntyre: *After Virtue*. University of Notre Dame Press, 1984, 2nd edition. Notre Dame, Indiana. p. 216 magyarul megjelent: Alasdair MacIntyre: *Az erény nyomában*. Bp., Osiris. 1999.

Mink, L. O. 1981 *Everyman his or her own annalist*. *Chicago Journals Critical Inquiry* 7:777.

Papp-Zípernovszky O.: *A személyiségkoherencia és az esztétikai válasz összefüggései: A művészetbefogadás pszichoanalitikus és narratív pszichológiai vizsgálata*. Doktori értekezés, PTE, BTK, Pszichológia Doktori Iskola, Elméleti Pszichoanalízis Program, 2012.

Papp-Zípernovszky O., Kómár R., Hegedűs K. (2015). *Segítő történetek: Egy narratív módszer tanulságai segítő foglalkozásúak tréningjében*. In Csabai M. - Papp-Zípernovszky O. (szerk.), *Gyógyítók egészsége: A hivatás kihívásai és a változás lehetőségei (257-295. o.)*. Budapest: Oriold és Tsai Kiadó – A Gyógyító Nőkért Alapítvány.

Péley Bernadett: *Élettörténet – fejlődés és patológia. A narratív szemlélet és módszer haszna a diagnosztikában és a terápiában*. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 2013, 68. 1. 141–157.

Savickas, Mark L.: *Career Counseling. Theories of Psychotherapy*. Kindle Edition. loc. 204. American Psychological Association, United Book Press, Baltimore, 2011

Savickas, Mark L.: *Life Design Manual*. 2015. ISBN (13: 978-0-578-16546-2). <http://www.vocopher.com/LifeDesign/LifeDesign.pdf> letöltés ideje: 2018. január 4.

Singer, J. A., & Rexhaj, B. (2006). *Narrative Coherence And Psychotherapy: A Commentary*. *Journal of Constructivist Psychology*, 19, 209–217.



Kondor Anna

közgazdász, a Goodwill Communications ügyvezető partnere. Szakmai tapasztalatait elsősorban pénzügyi magánbefektetők, kockázati tőke-befektetők, bankok és biztosítótársaságok számára végzett kommunikációs tanácsadás, valamint tőzsdéi és tőzsdére igyekvő társaságok számára végzett tranzakciós és befektetői kommunikáció területén szerezte. Az utóbbi években egyre inkább a stratégiai tanácsadás és a vezetői pozicionálás (CEO branding, personal branding) területén vezet projekteket. A Goodwill Communicationst, 15 éve, 2003-ban alapította, amelyet azóta ügyvezető partnerként irányít.



Dr. Papp-Zípernovszky Orsolya

Egyetemi tanársegéd az SZTE Klinikai-, Egészség- és Személyiségpszichológia Tanszékén. 2002-ben szerzett Pszichológus diplomát az ELTE Személyiség- és Egészségpszichológia programján, 2006-ban pedig az ELTE Magyar nyelv és Irodalom szakán. 2003-tól a PTE BTK Pszichológia Doktori Iskola Elméleti Pszichoanalízis Programján doktori tanulmányok keretében foglalkozik a művészeti befogadás pszichoanalitikus és narratív elméleteivel, empirikus elemzéseivel. Személyközpontú terapeuta módszerspecifikus képzettséggel rendelkezik. Krónikus pszichiátriai problémával élőknek tart irodalomterápiás foglalkozásokat a Soteria Alapítványnál.



Dr. Pörzsi Zsuzsanna

főiskolai docens 1998-2010-ig a PTE, 2016-tól a METU oktatója. Oktatott tárgyak: esztétika, művészetelmélet, művészet és kortárs reflexiók a kulturális valóságra, műkritika, kreatív gondolkodás, művészetpszichológia. Fő kutatási terület, kortárs fenomenológia, felelősségetika, a sebezhetőség fogalmának jelentősége, filozófia és pszichoanalízis lehetséges találkozásai, a filozófiai gondolkodás gyakorlati alkalmazásai, kortárs kritikai gondolkodás. Házasság, három gyermek édesanyja.