

V následujícím textu uvádíme výsledky zkušeností Milana Bobka, jak nejlépe zaranžovat zážitkový Gestalt experiment na několika židlích v rámci koučování. Tato zjištění jsou výsledkem jeho bakalářské práce na katedře Psychologie FF UP v Olomouci na základě vzorku 360 kazuistik.

## Aranžmá Gestalt experimentu v koučování

### Nejčastější obsahy účinných experimentů

Největší dopad mají takové experimenty na několika židlích, které umožní klientovi zakusit prožitek v následujících situacích:

- Prozkoumání více variant řešení či dilematu
- Zážitek rozdílu mezi problémovou nebo nežádoucí a žádoucí situací
- Posun v čase (do žádoucí budoucnosti) a znázornění posunů na škále růstu
- Znázornění mezních situací (např. na konci života)
- Pohled očima protistrany (druhého člověka, komunikačního partnera)
- Prožitek jiné postavy nebo předmětu ze snu či imaginace
- Symbolické znázornění důležitých témat a hodnot (pomocí lidí, předmětů, posunů a pohybů) - například minulost a budoucnost, překážka a řešení nebo zdroje či nepřátelé
- Symbolické zaranžování a znázornění metafor použitých v rozhovoru v prostoru
- Konverzace i s úkoly, předměty a překážkami (sledování, jak odpovídají a co na ně platí)
- Realizace psychodramatu, sochání, tance, vydávání zvuků, exprese typických pohybů či nakreslení schémat
- Rozloučení se s něčím, provedení symbolického úkonu (odkopnutí či odložení židle reprezentující nežádoucí či zamítnutý stav, apod.)
- Rituál uzavírání tvarů a vypořádání se s něčím za pomoci „léčivé věty“ pronesené směrem k prázdné židli reprezentující nebo symbolizující protistranu či komunikačního partnera
- Provedení kotvení zdrojů
- Vykonání rozhodnutí, procítění, co s klientem dělá a prohlédnutí si v budoucnosti, kam vede
- Vidění příběhu odehraného jinými (např. koučem) zvenku
- Pohádání se či rozhovor s protistranou nebo i s imaginárními postavami (např. personifikovaným strachem či s pocitem méněcennosti) reprezentovanými klientem samotným, jiným přítomným reflektujícím, prázdnou židli, nebo koučem
- Imaginace nebo Jungova aktivní imaginace jako rozhovor s představovanými obrazy či bytostmi
- Znázornění vnitřních hlasů a zhmotnění jednotlivých složek nebo částí osobnosti, symbolické vyjádření různých postojů (např. Top dog - pán a Under dog - otrok)
- Nácvik nového typu chování a interakce
- Reflexe – poskytnutí inspirativních alternativních náhledů nebo zajímavých pozorování od přisedících nebo kouče
- Přesun do minulosti, znovuprožití traumatické situace s nějakými obměnami, zakomponování do ní jiných možností a zdrojů, přestrukturování vzpomínky
- Sehrání klíčových prvků silného příběhu (buď klientova, nebo i takového, který jej jen oslovuje) - kupříkladu z pohádky, mýtu, filmu, nebo nějaké oblíbené knihy, např. z Bible
- Paradoxní intervence podle Ericksona (přechnání opaku žádoucího stavu, zakázání zlepšení či uzdravení, apod.)

- Práce s aspektem přijetí odpovědnosti, či naopak ponechání odpovědnosti někomu jinému – co klientovi patří a co už ne
- Poklonění se, uznání, uctění situace, osoby, něčeho, co je většího či nezměnitelného
- Přizvání zdrojů
- Sjednocení protikladů
- Síla rodinných vztahů a vzorců

## Podmínky účinnosti experimentů

Experiment na několika židlich může být účinný při splnění následujících podmínek a aranžmá:

- Dojde-li k navázání vztahu kouče s klientem a vytvoření důvěry
- Získání motivace klienta a jeho zaangażovanosti na tématu a řešení (čím živější bylo téma pro klienta a čím skutečnější byl jeho problém, který potřeboval naléhavě vyřešit, tím silnější se ukázal být efekt experimentu, naopak o čím vzdálenější - třeba i časově - záležitost se jednalo, tím byl účinek nižší)
- Experiment nemá být zařazen příliš brzy – musí na něj být v rozhovoru připravena půda
- Experiment musí být pro klienta relevantní – být zaměřen přímo na řešení toho, co klient skutečně potřebuje (na zakázku)
- Experiment má sledovat klientův příběh, jeho klíčová slova a koncepty, nemůže být vzat z myšlenkového světa kouče
- Experiment by měl nabízet nějaký zajímavý, odlišný a jiný pohled, než z jakého se na situaci obvykle klient dívá (třeba i Ericksonskou paradoxní intervenci)
- Často pomůže, týká-li se příležitosti prožít si událost v nějakém období časově posunutém o něco dopředu, což je pro klienta vždy nová zkušenost, kterou dosud neměl možnost zažít
- Experiment musí být vždy zaměřen na změnu u klienta samotného a ne u protistrany
- Nejprve musí kouč klientovi řádně a důkladně vysvětlit podstatu experimentu a dohodnout se s ním, co která židle bude představovat a co má experiment přinést (a ověřit si u něj, že míří správným směrem)
- Je třeba posílit očekávání klienta (ale ne přespříliš, aby na sebe a na experiment nekladl zbytečně vysoké nároky)
- Kouč musí dávat najevo, že sám bere experiment vážně a věří mu, je třeba mluvit a řídit experiment s určitou hloubkou a autoritou
- Při navození jednotlivých situací je nutné postupovat pomalu, ptát se klienta na jeho prožívání, uvědomování (jaké to je) a rozdíly oproti jiným stavům
- Experiment musí být zaměřen na prožitek a nikoliv na racionální rozbor situace
- Kouč experiment často citlivě moderuje a někdy i direktivněji usměrňuje a řídí, aby se vyvíjel žádoucím směrem
- Schopnost kouče přeuspořádat aranžmá experimentu, když první varianty nefungují dostatečně, nebo nepřinášejí nic nového
- Klientovi je potřeba též dát možnost naaranžovat či přearanžovat si případně experiment sám, aby mu mohl něco přinést
- Aktivní vedení konverzace a poskytování zpětné vazby od kouče (popis pozorování, jak klient reaguje, jak působí)
- Práce s metaforami, zachycení klíčových a energii nesoucích slov, opakování léčivých vět – zdůraznění a opakování s prožitkem, rozvinutí příběhu
- Vedení k rituálním a symbolickým vyjádřením a úkonům uzavírajícím tvary
- Sledování toku energie – kdy a kde se něco děje (jiskření očí, emoce) a kde ne, zachycení důležitých momentů

- Rozpoznání a zesílení odehrávajících se viditelných tělesných prožitků
- Nalezne-li si klient své řešení nebo energeticky žádoucí stav, je potřeba jej upevnit pomocí kotvení zdrojů, které klientovi umožní si jej příště jednoduše znovu navodit a vyvolat, kdykoliv jej bude potřebovat
- Využití hlubších mytických, mytologických, magických, celolidských, archetypálních a náboženských motivů, kdykoliv se spontánně objeví, nebo - je-li to vhodné - když je tam vnese na základě vývoje situace sám kouč
- Vnesení inspirativních příběhů, symbolů či alternativních tvořivých postupů, které se do situace hodí, koučem (například na základě pečlivého pozorování a naslouchání klientovým předchozím vyjádřením a prožitkům)
- Prozkoumání analogií a paralel s jinými příběhy
- Experiment může využívat i ostatních případných přítomných (nebo i samotného kouče) jako představitelů požadovaných rolí nebo reflektujících
- Provedení průběžné a závěrečné reflexe, co si klient při experimentu uvědomil, co mu dal a co z něj pro něho vyplývá
- Využití autority kouče při závěrečné sugestivní interpretaci či intervenci

## Příčiny malého efektu

Experiment na několika židlích má jen malé nebo žádné efekty v těchto situacích:

- Probírané téma pro klienta nebylo dost zajímavé nebo důležité (nebyla v něm pro něj energie a motivace)
- Klient měl věc z dřívějšíka již vyřešenu nebo promyšlenu a jen kouče zkoušel, nebo chtěl zjistit, jestli se přece jen nepříjde ještě na něco jiného, ale byl v podstatě už zafixován nebo rozhodnut pro nějaké řešení
- Klient hrál z nějakého důvodu jen hru a vymyslel si umělé a nereálné téma
- Chybějící nebo nesprávná administrace a vysvětlení obsahu, průběhu a smyslu experimentu, špatně nastavený nebo nenastavený kontext
- Chybějící motivační nebo sugestivní prvek v experimentu
- Neošetřená motivace klienta se na experimentu aktivně podílet
- Vnucený experiment přes předchozí odpor klienta, který tvrdí, že na to není a že to nebude fungovat
- Forma nevyjednaná s klientem nebo nepřizpůsobená jeho naturelu
- Špatné aranžmá experimentu nemířící na podstatu toho, co chce klient řešit
- Nepřearanžování experimentu, když v první verzi nepřinesl užitek
- Přehrávání jen staré známé situace, která nenabízí nové pohledy
- Opakování rigidních konverzačních vzorců (např. v experimentu kopírujícím partnerské neshody)
- Vnášení svého zaběhlého pohledu do představování protistrany (neodpoutání se klienta od svých předsudků) - neschopnost klienta vcítit se do druhé osoby
- Zaměření se na změnu protistrany namísto na změny u klienta samotného
- Jen poradenská forma experimentu - klient přejde do role poradce, který jen sám sobě radí zvenku
- Racionální uchopení experimentu bez prožitku
- Příliš rychlé provedení experimentu, ve kterém nebyl čas uvědomit si a procítit novou situaci zážitkově
- Nedostatečné braní experimentu vážně samotným koučem

- Chybějící dotazování na průběžnou reflexi a prožívání klienta
- Klientovi nebyla dána možnost přearanžovat si experiment sám, aby mu mohl něco přinést
- Chybějící závěrečná reflexe a zhodnocení

## Sumarizace

Hlavní prvky úspěšné realizace experimentu a zároveň klíčová doporučení pro kouče, na co je potřeba se při Gestalt experimentech zvláště zaměřit, lze sumarizovat do následujících položek:

1. **Ověření angažovanosti klienta** na řešení tématu, které přinesl
2. Získání si dostatečné **autority kouče**, aby klient od spolupráce s ním očekával skutečný efekt
3. Vhodné **načasování** při zařazení **experimentu** a jeho důkladné **vysvětlení**
4. Kouč musí navrhnout **design** experimentu tak, aby byl **relevantní** pro dané téma i typ klienta a aby mu umožnil **nový náhled** z jiné perspektivy, než ze které se na věc díval dosud
5. Experimentální situace je třeba nechat klienta důkladně prožít a průběžně se ptát se na jeho **uvědomění**, případně být schopný jejich aranžmá přeuspořádat tak, aby mohly přinést větší efekt
6. Uvědomění klienta v experimentu je dobré posílit provedením **symbolických vyjádření**, která mu pomohou **uzavřít daný tvar** a posílit a **zakotvit** dosažený objev
7. **Kouč** může do experimentu také vnést své **reflexe** na základě pozorování a vlastní citlivosti na klientovo téma a jeho potřeby a vést jej při „léčivých“ vyjádřeních
8. Důležité je provedení nejenom **průběžné**, ale i **závěrečné reflexe**, co si **klient** při experimentu uvědomil, co mu dal a co z něj pro něho konkrétně vyplývá

Tyto závěry jsou výsledkem bakalářské práce Milana Bobka publikované na Katedře psychologie Univerzity Palackého v Olomouci, 2011

**Ing. Milan Bobek, MSc.** - akreditovaný kouč supervizor ČAKO, absolvent výcviků Systemické koučování, Gestalt přístup v osobním a pracovním kontextu, Systemické konstelace, lektor vzdělávání dospělých, konzultant, výkonný ředitel FBE Praha

**FBE Praha, s.r.o.** - For Business Excellence  
Baarova 13, 140 00 Praha 4

Tel.: +420 602 196 468

E-mail: [milan.bobek@fbe.cz](mailto:milan.bobek@fbe.cz)