

Plan warsztatu

Do wykorzystania na lekcji, w bibliotece, po szkole albo w domu
Media Education Lab
www.mediaeducationlab.com



Propaganda coachingowego sukcesu?

Warsztat dotyczy krytycznego namysłu nad (pseudo)coachingiem w internecie. Jeśli pozytywnie określisz sobie cel, by chcesz skorzystać z tego warsztatu; następnie zapiszesz go na kartce, a dodatkowo powiesz o nim swoim bliskim, by wzmocnić własne postanowienie; potem jeszcze przełożysz go na konkretne decyzje i zachowania, jak „przeczytam ten scenariusz i zrealizuję go w zbliżający się piątek na zajęciach”, z pewnością twoje postanowienie zwiększy swoje prawdopodobieństwo zaistnienia.

Organizacja przestrzeni: Potrzebny będzie projektor z ekranem podłączony do komputera, krzesła ustawione w półkole i sala na tyle duża, żeby można było podzielić się na grupy.

Potrzebne materiały: Podane na końcu scenariusza.

Odbiorcy: młodzież, rodzice, nauczyciele i nauczycielki, bibliotekarze i bibliotekarki, animatorzy i animatorki

Główne tematy: odpowiedzialne korzystanie z Internetu, świadomy odbiór mediów masowego przekazu, kompetencje odbiorcze, coaching a manipulacja

EFEKTY KSZTAŁCENIA (będą różnić się w zależności od osób uczestniczących i czasu)

Osoby uczestniczące:

- dowiedzą się, że coaching jako zjawisko psychologiczne może być wykorzystywany do celów komercyjnych
- nauczą się rozpoznawać cechy coachingu, terapii, mentoringu
- zastanowią się nad swoim stosunkiem do treści prezentowanych w internecie
- poznają techniki manipulacji stosowane w pseudocoachingu

NAUKA PRZEZ TWORZENIE | ĆWICZENIA

1. SŁOWNIKOWY ZAWRÓT GŁOWY (dyskusja):

Napisz na tablicy słowo *coaching* i zapytaj osoby uczestniczące o ich skojarzenia związane z tym pojęciem. Wypisz je na tablicy (np. *terapia, spotkanie, propaganda sukcesu, szarlataństwo, psychologiczne wsparcie*). Rozdaj pocięte kartki z dodatkowymi pojęciami ich definicjami oraz poproś, by osoby uczestniczące dopasowały definicje do odpowiednich słów.

- *Coaching – partnerska współpraca z klientami, przebiegająca jako kreatywny, prowokujący do myślenia proces, który inspirowanie do maksymalizacji osobistego i zawodowego potencjału klienta (ICF, International Coaching Federation).*
- *Terapia – proces, w którym przeszkolony i licencjonowany terapeuta wykorzystuje metody psychoterapeutyczne do rozwiązywania problemów związanych z czyjąś pracą lub ich symptomów (Sperry 2008, s. 36).*
- *Counseling – rodzaj doradztwa psychologicznego o charakterze organizacyjnym, który mogą wykonywać terapeuci bez wykształcenia klinicznego (pedagodzy, socjoterapeuci).*
- *Doradztwo – forma partnerskiej relacji, w której ekspert kształcony w kierunku doradztwa i świadomy dynamiki organizacyjnej pracy zajmuje się sprawami zawodowymi i osobistymi ważnymi dla danej osoby (Sperry 2008, s. 36).*

- *Trening* – pomoc w rozwoju zdolności i umiejętności istotnych w danej dziedzinie uczenia się; w czasie treningu trener przekazuje uczącemu się wiedzę i przygotowuje go do efektywniejszej pracy po zakończeniu treningu (Druckman i Bjork 1991, s. 34).
- *Mentoring* – dobrowolna, niezależna od hierarchii w pracy pomoc udzielana przez jednego człowieka drugiemu, co wpływa na postęp w pracy zawodowej, wzbogaca jego wiedzę i wpływa na sposób myślenia (Clutterbuck 2002, s. 13); może mieć charakter sponsoringowy (osoba ciesząca się autorytetem i wysoką pozycją w organizacji przejmuje opiekę zawodową nad ambitnym młodszym kolegą lub koleżanką) lub rozwojowy (oparty na eksperymentowaniu, z mniejszą rolą hierarchii i różnicy stanowisk).

Źródło: Amerykańskie Towarzystwo Poradnictwa: <http://www.counseling.org/aca-community/learn-about-counseling> oraz Bożena Wujec, Coaching Review 1/2012: <https://inspired.pl/geneza-i-definicje-coachingu/>

Nauka płynąca z ćwiczenia: wiele osób stosuje powyższe terminy wymiennie i bezrefleksyjnie, co prowadzi do niezrozumienia istoty coachingu oraz nadużyć psychologicznych i ekonomicznych, jeśli coacha traktujemy jako przedsiębiorcę, a osobę poddawaną coachingowi – jako klienta.

2. SZCZEGÓŁOWA ANALIZA ZJAWISKA (projekcja filmu i dyskusja):

Wskazówka: pracujcie wspólnie nad analizą jednego z filmów pseudocoachingowych lub wybierzcie różne filmy i pracujcie nad nimi w grupach, by poszerzyć kontekst ćwiczenia. Dobrym źródłem materiału do tego ćwiczenia są dostępne na YouTube filmiki Mateusza Grzesiaka, który cieszy się dużą rozpoznawalnością wśród młodzieży (linki do wybranych wideo podano na końcu scenariusza).

Polecenie: Wybierz jeden filmików coachingowych, obejrzyj go, przeanalizuj jego treść i formę, uwzględniając poniższe pytania:

- Kto może być odbiorcą, odbiorczynią tego filmu?
- Jakie techniki wykorzystano, by zaspokoić potrzeby potencjalnych odbiorców, np. techniki przyciągania i utrzymywania uwagi?
- Jakie style życia, wartości i punkty widzenia są przedstawione w filmie?
- Czego nie ma w tak zaprojektowanym przekazie – co zostało przemilczane?
- Czy coś przemawia za tym, żeby rzeczywiście nazywać ten film coachingowym? Jeśli tak, to co? Jeśli nie, dlaczego tak jest przedstawiany?
- Jaki jest cel tworzenia tego typu filmów?

Zastanów się, które z czterech technik manipulacji zostały wykorzystane w tym materiale:

- Uruchomienie silnych emocji
- Odpowiadanie na ludzkie potrzeby
- Upraszczenie informacji
- Atakowanie oponentów

Nauka płynąca z ćwiczenia: krytyczna analiza filmików pomaga odstąpić przekazywane za ich pomocą wartości oraz pogłębia rozumienie technik manipulacji w mediach.

3. EFEKT DOKTORA FOXA (ćwiczenie z fragmentami nagrania):

Włącz bez głosu i bez polskich napisów fragment nagrania Willa Stephena z konferencji TEDx (How to sound smart in your TEDx Talk, TEDxNewYork: <https://www.youtube.com/watch?v=8SOFDJFBj8o>).

Następnie zapytaj:

- Jak sądzicie: jakie treści prezentował mówca?
- Dlaczego tak myślicie? Co wpłynęło na waszą odpowiedź?
- Czemu służy komunikacja niewerbalna i kontakt z osobami słuchającymi?

Po zebraniu odpowiedzi osób uczestniczących włącz całość nagrania z głosem i polskimi napisami. Powtórz pytania.

Wprowadź pojęcie: **Efekt doktora Foxa** – ocenianie wypowiedzi nie przez wartość prezentowanych treści, ale przez użyte środki wyrazu i ekspresyjność. Nazwa tego zjawiska pochodzi od nazwiska

Myrona L. Foxa, aktora, który w 1976 roku trzykrotnie wygłosił wykład na temat zastosowania teorii gier w nauczaniu lekarzy. Żaden z lekarzy nie zorientował się, że jego wypowiedź pozbawiona jest sensu. Poproś o odpowiedź na pytanie: jak efekt doktora Foxa może być wykorzystywany w filmikach pseudocoachingowych?

Nauka płynąca z ćwiczenia: Krytyczna analiza filmików pomaga wskazać mechanizmy manipulacji.

4. MALINY CZY OSKARY?

Poproś osoby uczestniczące, by jednym zdaniem wraz z uzasadnieniem odpowiedziały na pytanie: Maliny czy Oskary dla filmików coachingowych?

Nauka płynąca z ćwiczenia: decyzja pomaga przefiltrować zdobytą wiedzę i umiejętności oraz sformułować własną opinię.

POKAŻ TO | MATERIAŁY DO ĆWICZEŃ

Aby w pełni zrealizować scenariusz skorzystaj z poniższych materiałów

FILMY

- Mateusz Grzesiak i kontrowersje wokół coachingu:
<https://video.wp.pl/i,mateusz-grzesiak-i-kontrowersje-wokol-coachingu-,mid,1996590,cid,5050,klip.html?ticaid=61b0a1>
- Trzy metody, dzięki którym branie feedbacku stanie się twoim nawykiem
<https://www.youtube.com/watch?v=x1sH1r8ODwQ>
- Kobiecość i męskość – Mateusz Grzesiak w Wieliczce
<https://www.youtube.com/watch?v=bKffQmDJRwI>
- Samorealizacja – Mateusz Grzesiak w Toruniu
<https://www.youtube.com/watch?v=JK5yBzXxNUg>
- Poziomy świadomości – Mateusz Grzesiak w Gdańsku
<https://www.youtube.com/watch?v=qA0vyTmWXKI>