

Źródła inspiracji....

Możesz zastanawiać się, jak pomóc klientom w przejściu od "mniej chcianego" w stronę "bardziej chcianego" na podstawie każdego potrzebnego źródła inspiracji, podczas gdy w praktyce stosujesz zasadę użytecznej celowości w ramach modelu sytuacyjnego SFBT. Ten krótki dokument w jakiś sposób ma to przedstawić ☺

Zacznijmy trochę wcześniej! Mam na myśli to, że od czasu kiedy SFBT zaczęło rozwijać w Milwaukee (BFTC), Brugii (Instytut Korzybski), a później "na całym świecie", bardzo oczywistą i cenną strategią było zwrócenie uwagi na wykorzystanie doświadczeń klienta. Nazwano to - techniką wyjątków, a była ona zakorzeniona w działalności Milтона Ericsona. Tendencja do pozostania skoncentrowanym na wykorzystywaniu doświadczeń klienta została wzmocniona przez wiele innych założeń SF, takich jak: praca w percepcji klienta, klient jest ekspertem, klient ma wszystko, czego potrzebuje do uzyskania pożądanej zmiany, Twoją rolą jest wyłącznie słuchanie i zadawanie pytań, podążanie za postawą niewiedzy! W praktyce terapeuta miał duże „uprawnienie” do zadawania pytań takich jak np:

Kiedy było lepiej? Jak to było? Czym się różniło? Wytwarzanie

Co wiesz o innych w podobnych sytuacjach i jak możemy z nich skorzystać?

Dobrze się to sprawdzało, zwłaszcza w przypadkach, gdy doświadczenia klienta z nim samym lub wiedza klienta o innych w podobnych sytuacjach okazywały się wystarczające do uzyskania pożądanej zmiany. Nie zawsze jednak tak było. Był to mój praktyczny dylemat w pracy z klientami, że odwoływanie się do ich "wyjątków", czyli doświadczeń, nie zawsze było wystarczająco użyteczne. Próbowałem znaleźć sposoby lepszego reagowania na potrzeby klienta w takich sytuacjach. Przez lata rozwijałem technikę "sytuacji danych", która z natury zawiera technikę wyjątków zaczerpniętą z SFBT, ale jest poszerzana o inne strategie poszukiwania pomysłów na znalezienie dla klienta użytecznych pomysłów, jak przejść od "mniej chcianego" do "bardziej chcianego". W przypadku poszukiwania definicji możemy zdefiniować „sytuację danych” jako informacje oparte na przeszłości lub teraźniejszości, które potencjalnie mogą być przydatne dla klienta w kontekście obecnej i preferowanej.

Teoretycznie każda rozmowa o wyjątkach ma spełniać co najmniej jeden lub dwa cele. Pierwsza z nich jest "inspirująca", druga "operacyjna". Inspiracyjny cel oznacza, że mówiąc o wyjątkach skupiamy naszą uwagę głównie na budowaniu obrazów "lepszego" funkcjonowania klientów. Interesuje nas przede wszystkim opis tego, jak to było, co było inne, co się działo. Cel operacyjny koncentruje się bezpośrednio na aspektach know-how. Chcemy więc znaleźć możliwe powiązania, wspierające współistnienie, pozytywne wpływy, użyteczne strategie, które pozwolą nam osiągnąć preferowaną sytuację.

Istnieje kilka rodzajów „sytuacji danych” i tylko niektóre z nich odnoszą się do doświadczenia klienta. Nawiązywanie do doświadczeń klienta wydaje się być oczywistym i naturalnie pierwszym źródłem poszukiwań w typowych sytuacjach korzystania z SFBT. Poniżej możecie zobaczyć strukturę techniki „sytuacji danych” opisanej w poszczególnych krokach.

Pierwszy krok – odnoszący się do osobistych doświadczeń klienta - w ramach tradycji SFBT będący oczywistym źródłem poszukiwania pożytecznych doświadczeń.

Jakie jest Pana doświadczenie w tym zakresie? kiedy tak było? Jak to było? Co było przydatne?

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Drugi krok - odnoszący się do wiedzy klienta o innych osobach - dotyczy doświadczenia i wiedzy klienta opartej na obserwowaniu innych lub wziętej/otrzymanej od innych.

Co wiesz o tym, czego doświadczają inni ludzie? Jak to było? Co było dla nich przydatne? Jak można z niego skorzystać?

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Trzeci krok - zachęcenie klienta do zapoznania się z doświadczeniami innych osób - korzystając z tego źródła wyjątków oferujemy klientowi możliwość spotkania się z ludźmi, którzy osobiście mają podobne sytuacje, trudności, cele, preferowane sytuacje, takie jak nasz klient i są gotowi rozmawiać ze sobą i wymieniać się osobistą wiedzą jak z innymi. Inną opcją jest czytanie, oglądanie, słuchanie za pośrednictwem bardzo różnych mediów o innych doświadczeniach.

Chcesz poznać ludzi z takim doświadczeniem? Dowiedz się więcej o ich doświadczeniach! Spotkaj się z nimi osobiście lub przeczytaj o tym! Jak to było? Co było dla nich przydatne? Idź, dowiedz się, wróć, podziel się ze mną! Jak można z niego skorzystać?

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Czwarty krok - odnoszący się do wiedzy terapeuty o doświadczeniach innych osób - w niektórych przypadkach dla obu stron - klienta i terapeuty może być jasne, że wiedza i doświadczenie zebrane przez terapeutę w ciągu wielu lat jego/jej praktyki może stać się użytecznym źródłem pomysłów, jak radzić sobie z życiem lub jak osiągnąć preferowaną sytuację. Ważnym problemem jest uzyskanie autoryzacji klientów, aby mówić o terapii "know how" zebranym od poprzednich klientów w podobnych sytuacjach.

Chcesz posłuchać mojej wiedzy o innych ludziach i ich doświadczeniach z tym związanych? Jeśli tak, mogę się z wami podzielić! Więc to było tak..... Jak można/my to wykorzystać?

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Piąty krok - odnoszący się do ogólnej wiedzy terapeuty - czasami z wielu powodów niektóre z wyżej wymienionych źródeł wyjątków nie są wystarczająco przydatne dla naszych klientów. Prawdopodobnie jednak my jako profesjonaliści posiadamy jakąś wiedzę teoretyczną, która przynajmniej w ciemności z minimalną nadzieją, która może być pomocna dla klienta, o ile klient jest zainteresowany rozważaniem takich danych.

Czy chciałbyś posłuchać kilku "książek", które mam na ten temat? jeśli tak, mogę się z wami podzielić! Więc to jest tak.... Jak można/my to wykorzystać?

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Szósty krok- odwołujący się do idei współtworzenia prototypów - w zasadzie koncepcja wyjątków jest zakorzeniona w przeszłości, opiera się na przeszłych doświadczeniach. Wyjątki od tej zasady zwykle skupiają się na najbliższej przyszłości, podobnie jak koncepcja niewielkich zmian w technice skalowania. Prototypowy wyjątek oznacza, że klient i terapeuta starają się

starać stworzyć nową strategię, która zawiera możliwość bycia użytecznym dla klienta zgodnie z jedną z zasad sf "zrób coś innego".

Tak więc to, co możemy teraz zrobić, to współtworzyć prototyp! Interesuje Cię to? jeśli tak, to spróbujmy zrobić burzę mózgów i rozwinąć prototyp! A potem to się sprawdzisz!

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Siódmy krok - odnosząc się do mistycznych źródeł inspiracji opartych na przekonaniach klientów - niektórzy z naszych klientów wnoszą zasób relacji z Bogiem, osobą mistyczną. Nasza osobista wiara, ponieważ terapeuta nie jest tutaj tak ważny, o wiele ważniejsza jest wiara w klienta. W większości przypadków wierzenie w istnienie Boga przyjmuje zdolność Boga do dzielenia się z łaską Bożą, a jednym z nich jest natchnienie Boga. Lekarze medyczni, przynajmniej niektórzy w Polsce, zachęcają klientów znajdujących się w bardzo trudnej sytuacji do stosowania tej strategii, mówiąc: "Zrobiliśmy wszystko co w naszej mocy, teraz możecie się modlić i czekać". Kierując się takim kierunkiem, możemy włączyć go do sytuacji klienta i zachęcić go do "zwrócenia się" do jego Boga o pewnego rodzaju radę, inspirację....

Jak wcześniej zostałeś zainspirowany przez Boga? Jaki był sposób komunikacji? O co to było? Módlcie się o inspirację do osobistego Boga! Zachowaj swój umysł otwarty na Boże rady! Pamiętaj, że komunikator może pojawić się w zupełnie innym kontekście! Wróć z uwagami!

[jeśli to wystarczy - zatrzymaj się w tym miejscu –
jeśli nie wystarczy, przejdź do kolejnych kroków]

Ósmy krok - odniesienie do strategii radzenia sobie z sytuacją, której nie można zmienić

Co zrobić, jeśli jedyne co możemy to wyłącznie lepiej sobie z tym poradzić? Skupmy się na radzeniu sobie z tym tak długo, jak długo nie będziemy w stanie dowiedzieć się czegoś bardziej pożytecznego....

Moje doświadczenia z praktycznym wykorzystaniem koncepcji sytuacji danych okazały się bardzo przydatne i dobrze dostosowane do potrzeb i oczekiwań klienta. Koncepcja tak szerokiego rozumienia poszukiwania źródeł inspiracji opiera się ona na idei zaczerpniętej z wiedzy o gatunku ludzkiego. To, co jest typowe dla gatunku ludzkiego, czyli dla nas ludzi, to zbieranie i wymiana informacji. Właśnie ta idea zawarta w tych słowach „zbieranie i wymiana informacji” dała mi bodziec to przekroczenia tradycyjnego rozumienia techniki wyjątków w TSR, na rzecz bardziej elastycznego i szerokiego spektrum poszukiwania użytecznych informacji. Ponieważ zdolność gromadzenia i dzielenia się informacjami wywarła ogromny wpływ na rozwój człowieka, postanowiłem wykorzystać tę tradycję szerzej w mojej praktyce.

Jeśli ktokolwiek z Was, czytelników znalazł tu coś przydatnego, gratuluję zdolności znajdowania ☺