

Coaching psykologi

www.coachingpsykologi.org

<http://dx.doi.org/10.5278/ojs.cp.v3i1.657>



Formanden har ordet

Af Jens Boris Larsen

Vi har sikkert alle været ude for, at nogen har spurgt os, om vi er enige i, at coaching er et modelune, et forbigående fænomen, som vi dyrker for en stund, inden vi går videre til det næste modelune.

Det er ikke sådan, at jeg ikke mener, at markedet for coaching ikke kan ændre sig. Menneskers præferencer for, hvad de efterspørger, kan naturligvis ændre sig for coaching, som det gælder for alt andet. Disse ændrede præferencer kan give sig udtryk i, at nogle ikke længere efterspørger coaching, at der stilles andre krav til den coaching, som de vil betale for, eller at man endda ønsker at bruge coaching i endnu højere grad end tidligere, fordi man har fundet en form, som man synes, man virkelig kan bruge til noget.

I sig selv kan dette ikke afgøre, om coaching er et modelune, omend det forhold at coaching stadigvæk efterspørges af private og offentlige virksomheder og af enkeltpersoner i højere grad kunne indikere, at det ikke var tilfældet.

En del af problemet med at komme tættere på sagens kerne kan skyldes, at det er en udfordring at indkredse helt præcist, hvad coaching er, eller at de, der mener, at coaching er et modelune, begår den basale logiske fejl at sætte lighedstegn mellem den form for coaching, som de kender til, med hvad coaching egentlig er – eller også kan være. Man kan

også tale om coaching på en måde, så det virker oversolgt og ”hypet”, selvom der i denne ”hype” kan gemme sig en substans, der faktisk har varig værdi. Når ”hype” bliver figuren, der skubber substansen i baggrunden, så kan man komme til at tro, at ”hype” omkring coaching er coachingen selv og begå en fejl, der minder om den, hvor man ikke opdager, at den coaching man kender til – og hvordan man taler om den – i virkeligheden kun er udtryk for en mindre del af det samlede coachingfelt.

Løsningen på disse problemer består bl.a. i at skære alt det overflødige væk og, hvad der kendetegner coaching i sin almene form. Hvis coaching ikke skulle være et modelune, må dens almene form have aspekter, som har værdi, også når tidens modetendenser skifter. Dette synes faktisk at være tilfældet.

Jeg vil således mene, at det er muligt at argumentere overbevisende for, at coaching er intimt forbundet til (refleksion over og udvikling af) menneskelig handling. Det er dette, som alle coachingformer har til fælles. Der, hvor de adskiller sig fra hinanden, og nogle gange i væsentlig grad, så man nærmest ikke kan fatte, at der skulle være tale om coaching, der kan komme ind under denne almene form, er deres forståelse af, hvad det vil sige, hvad formålet med coaching er, hvor og hvordan og på

hvad man lægger vægten, og hvordan det gøres i praksis – om man tænker lineært eller cirkulært, simpelt eller komplekst, i enkeltpersoner, i relationer eller i kontekster osv.

At denne form i en vis forstand er tidløs hænger sammen med de egenskaber, som kendetegner menneskelig handling til alle tider og steder – fx *at* mennesker handler, at mennesker, når de handler, handler på baggrund af deres præferencer, og at disse handlinger har til hensigt at gå fra en mindre ønsket tilstand til en mere ønsket tilstand. Et yderligere aspekt, der så at sige er indbygget i betingelserne for menneskelig handling er, at fremtiden er uvis med potentielt set mange muligheder, der kan sættes i spil. Coaching er enkelt sagt en måde at skabe et refleksionsrum, som gør det muligt at etablere et mere kvalificeret handlegrundlag. Det er når løsningen på, hvordan et problem skal håndteres, og hvordan der skal handles, ikke ligger lige for, at coaching kan komme ind i billedet. Da mennesker altid vil kunne stå i sådanne situationer, uanset tid og sted, vil coaching altid principielt set kunne være relevant. Det er dette forhold, der gør, at coaching i virkeligheden ikke er et modelune.

Det afgørende er, om coaching også i fremtiden kan anvendes til at udvikle menneskers handleevne på en måde, som de finder relevant, vedkommende og tidssvarende. Så længe vi formår dette, vil vi sandfærdigt kunne sige, at coaching er kommet for at blive.

Kontakt



Jens Boris Larsen, SEBC,
Dansk Psykolog Forening,
Stockholmsgade 27
2100 København Ø
formand@sebc.dk