



KUTATÁS

KUTATÁS

Füzér Gábor: Coach profil

Egy kutatás eredményei

Ki a coach? Ki nem a coach? Ezen szakma mind a mai napig küzd az-
zal, hogy elkülönítse magát a tanácsadótól, a pszichológustól, a trénerrel és a baráttól. Mindegy, hogy egy egyetemi óra keretében, vagy egy coaching képzésen mutatjuk be, a tisztánlátás végett szinte mindig ki kell törölni az emberek fejéből a téves képzeteket és sztereotípiákat. Meg kell mutatni, hogy ki vagy mi nem coach, eközben azonban gyakran elsikkad a kérdés, hogy akkor ki is ez az ember. Vajon lehet őt jellemezni nem-ek nélkül?

A kutatás

Kutatásunkban, amely a Hogan-teszteken alapult, a hangsúlyt arra a kérdésre helyeztük, hogy van-e valami közös a coachok többségében, létezik-e egy coach profil, vagy továbbra is csak az indirekt megközelítés marad.

A profil megközelítése során közel 100 aktív és dolgozó coachot kértünk meg 2012 során,

hogy töltsse ki a Hogan-teszteket, ezek közül is az alapszemélyiséget mérő Hogan Personality Inventory-t, és az értékeket mérő Motives, Values, Preferences Inventory-t. Bár a két teszt együttes kitöltése közel 40 percet vett igénybe, és közel 400 kérdés megválaszolását jelentette, úgy gondoltuk, hogy hiba volna az emberi személyiség csak egyetlen dimenzióját vizsgálni, kiváltképp ha a mérőeszközök eleve lehetővé teszik, hogy komplexen értelmezzük a kialakuló képet. A pontos kérdésünk tehát arra vonatkozott, hogy általában mi az, amit a coachok el akarnak érni és meg akarnak valósítani, és milyen eszközeik vannak ehhez a hétköznapi életben. Végül teszt-választásunkat a Hogan kapcsán rendelkezésre álló magyar norma indokolta, amely a fenti fogalmak pontos bemérését tette lehetővé, nem csupán relatív alapokon.

Az értékekből levezethető célokkal kezdve a Motives, Values, Preferences Inventory (MVPI) tíz skálán biztosított eredményeket, amelyeket a megfelelő statisztikai eljárásokkal teszteltünk, hogy kiemeljük a véletlenszerűtől vagy átlagostól eltérő elemeket. A vizsgálatok alapján összesen három témakör esetében találtunk szignifikáns eltérést, amelyek bár véleményünk szerint nem feltétlenül meglepőek, de jól igazolják azt az



elgondolást, hogy létezik egy olyan tulajdonság-halmaz, amiben a coachok különböznek másoktól, és ezzel egyidőben hasonlítanak egymáshoz.

Önzetlenség

Az első motivátor vagy érték, amely kiemelkedett, a magas önzetlenség volt, amely az átlagnál sokkal gyakrabban jelent meg a coachok között, mint a teljes társadalomban. Ennek jelentése, hogy a coachok számára a cél a segítség és a jobbítás. A tipikus coachot tehát valóban az emberek fejlesztése hajtja, abban hisz, hogy a világ jobbá és kellemesebbé tehető. Az emberek bár felelősek döntéseikért és életükért, ezt a felelősséget enyhíteni lehet és kell azáltal, hogy biztosítják a lehetőséget, hogy másokhoz forduljanak, akik fejlesztik, kísérik őket. Éppen ezért egy coach számára a siker az ügyfél (coachee) elégedettsége jelenti, az a pillanat, amikor a közös munka során az ügyfél közelebb jut a saját céljaihoz, és képes megoldani korábbi problémáját. Ahogy az egyikük megfogalmazta: számára a siker az, ha a coacheeja a címlapra kerül, mert sikeres!

Hagyomány

Mindezek után a második legjellemzőbb eltérés a hagyomány kapcsán mutatkozott, ahol szintén egy magasabb érték adódott, és noha ez első hallásra nem volt olyan egyértelmű, mint az önzetlenség, a skála behatóbb tanulmányozása után két nagyon fontos következtetés adódott. Az első, hogy a coachok többségének kiemelt érték az etikus

magatartás és a szociálisan megfelelő viselkedés. Lehet tehát, hogy furcsa játékokat és feladatokat adnak a coachee részére, hogy időnként meghökkentik ügyfelüket, és a hatás kedvéért kizökkentik a téves önismerettel rendelkező vezetőt, mégis nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy mindezt rendezett keretek között, becsületesen és hitelesen tegyék, tiszteletben tartva a személyt és annak érzéseit, akivel dolgoznak. Eközben a második következtetés nem más, mint a struktúra, amelyet tehát a coachok többsége fontosnak és követendőnek tart a coaching folyamat során. Ez lehet valamilyen modell is, a lényege azonban az, hogy a történéseket mederben tartja, definiálja a célt, és ezen az úton halad.

Esztétika

Végül a harmadik jellemző az esztétika volt, amely szintén magas értékkel zárt, és ezáltal elmondható, hogy a coachok között gyakrabban találhatunk olyanokat, akik a döntéseiket érzések, intuíciók és tapasztalatok alapján hozzák. Ez annyiban lehet magától értetődő, hogy a coaching folyamatot sokszor nem lehet adatokkal vagy tényekkel alátámasztani, így a megérzéseknek kell szerephez jutniuk a döntés támogatásában. Bizonyára nem véletlen tehát, hogy a legtöbb coaching eszköz épp a tudatosság ellentétére fókuszál (pl.: vizualizáció, rajzolás, asszociáció), és érzéseket tükröz vissza. Az esztétika ugyanakkor nem csak ezt jelenti, lényegét abban a közismert mondásban is felismerhetjük, amely szerint „ahogy én



coachok, nem coachol úgy senki". Ez tehát az egyediségre, az önkifejezésre is utal, ami azt jelzi, hogy a coach által megvalósított folyamat minden esetben egy önkifejezés is, egy védjegy, amiből nincsen másik. Valószínűleg ezért is olyan nehéz definiálni ezt a szakmát, és ezért olyan gyakori a hasonlatok használata, mint például: serpa vagy edző.

Ezek tehát azok az értékek, amelyek a coachok többségében általánosan megjelennek, ami ugyanakkor nem jelenti azt, hogy a nem említett elemek egyáltalán ne lennének jelen. Ezek az értékek azonban csak éppen annyira gyakran jelennek meg a coachok között, mint a társadalomban magában, így a gyakoriság eltérésének híján nem vonhatunk le róluk további konklúziókat.

Személyközi érzékenység

A célok ismeretében a következő kérdés tehát az, hogy a coachok milyen tipikus eszközökkel érik el az önzetlenség, a hagyomány és az esztétika teljesülését? Erre a Hogan Personality Inventory (HPI) adja meg a választ, amelynek hét fő skálájából itt is három kapcsán látszott szignifikáns eltérés. Az első a személyközi érzékenység, amely az önzetlenség szolgálatában áll, és vélhetően napi szinten segít ennek teljesítésében azáltal, hogy egy kedves, tapintatos és barátságos működésmóddal ruházza fel a coachot, amiben nagy szerep jut a toleranciának, a türelemnek és az odafigyelésnek. Mindezek tehát meghatározzák a stílust, amelyet egy szóval

humán-orientációnak is nevezhetnénk, lényege pedig, hogy a coach mindig az embert látja, és csak rajta keresztül a feladatot, vagy másképpen: a feladat megoldásához minden esetben az ember megoldásán keresztül jut el.

Ambíció

Mielőtt azonban bárki azzal a jogos felvetéssel élne, hogy a nagyon barátságos emberekre cserébe nem jellemző a nem-et mondás, vagy a konfliktusok felvállalása, rögtön itt kell jelezni, hogy a magas személyközi érzékenység mellett a coachokra a magas ambíció is igaz, ami pedig az érvényesülést, az teljesítmény-orientációt és a magabiztosságot hozza magával. Ezek a tulajdonságok amellet, hogy feltétlenül szükségesek a hiteles fellépéshez (különösen ha asszertivitás, önbizalom vagy karrier a téma), egyben azt is biztosítják, hogy a coach ne váljon alkalmazkodóvá, és ne hagyja, hogy a coachee vegye át az irányítást teljes egészében. Az ambíció rejti magában továbbá a dinamikus fellépést és a cél-orientáltságot, amelyek együtt gondoskodnak arról, hogy a kitűzött célok ülésről ülésre teljesüljenek, és mindig legyen eredmény.

Tanuláshoz való viszony

És végül a harmadik jegy, amely az önzetlenség és az esztétika szolgálatában áll, a magas tanuláshoz való viszony, amely az állandó tudásvágy forrását jelenti. Egy állandó intellektuális éhséget, ami a coachok legtöbbször az egyik tréningről a másikig viszi, hogy mindig újabb és újabb technikákkal és



ötletekkel szerelkezzen fel. Az egyedi stílus tehát sok esetben alighanem nem más, mint ezen módszerek helyzethez illő és végtelen kombinációja, amelyet valóban nem lehet utánozni, még akkor sem, ha valaki véletlenül ugyanazon technikák birtokosa. A tudáshoz való pozitív viszony tehát az ötlettár szélesítéséhez vezet, és ezáltal a híres mondás mostantól alighanem így is használható: „a jó coach holtig tanul”!

Összefoglalva tehát a coachokra általánosan jellemző, hogy céljuk az emberi fejlődés és jótett, amihez az általános kereteket egy strukturált és etikus szemlélet adja. Mindehhez egy tapintatos és egyéni stílus

társul, amit egyfelől egy lendületes és céltudatos működésmód tart a pályán, másfelől egy állandó tudásvágy vértéz fel coaching eszközökkel és ötletekkel.

Ilyen tehát a magyar coach profilja, amelyben véleményünk szerint a meglepőt nem feltétlenül a fentebb leírtakban kell keresni, hanem sokkal inkább azon további jellemzőkben, amelyeket a vizsgálat nem igazolt. Ilyen például a hatalom, vagy a profit-orientáltság, illetve a kíváncsiság vagy a társaságkedvelés, amelyek kapcsán sokan feltételezik, hogy ezek is magas szinten jellemzik a coachokat.

Jegyzetek:

Az MVPI skálái

Elismerés: kitűnés és nyilvánosság igénye, elfogadás

Hatalom: sikervágy, hatás gyakorlás igénye

Hedonizmus: szórakozás, siker gyümölcsének élvezete

Önzetlenség: a rászoruló segítségének, társadalom fejlesztésének igénye

Csoporthoz tartozás: csoporttagság, valahova tartozás iránti vágy

Hagyomány: hit a tradicionális értékekben és hozzájárulás a szociálisan elfogadott magatartásformákhoz

Biztonság: kockázatkerülés, rendszeresség mind a munkában, mind a magánéletben

Profitorientált: pénzügyi sikeresség igénye, üzleti lehetőségek keresése

Eszztétika: önkifejezés igénye, stílusosság és divatosság igénye

Tudomány: tudásvágy, kutatás, adatok gyűjtése

A HPI skálái

Önszabályozó: önbecsülés, érzelmesség, higgadtság nyomás alatt

Ambíció: kezdeményezőkézség, versengés, vezetői működés

Társaságkedvelő: szociális magabiztosság, társasági fellépés

Személyközi érzékenység: tapintatosság, figyelmesség, kapcsolatok fenntartásának képessége

Szisztematikus: szervezettség, tudatosság, lelkiismeretesség

Kíváncsi: elemzés, kreativitás, kalandvágyás

Tanuláshoz való viszony: a tudás megszerzésének módja és háttere