

M4. MOC I CHARYZMA WOLONTARIUSZA	1
<i>Mocne i słabe strony charyzmy</i>	<i>1</i>
M4.S1. POZYTYWNE WYWIERANIE WPŁYWU	5
M4.S2. CHARYZMA DOBROCI	8
REKOMENDOWANE ĆWICZENIA I NARZĘDZIA	10
PRAWA AUTORSKIE	10

M4. MOC I CHARYZMA WOLONTARIUSZA

MOCNE I SŁABE STRONY CHARYZMY

Charyzma zwykle kojarzy się z przywództwem, osobistościami ze świata polityki, upatrujemy w niej zdolności do rządzenia i przewodzenia innym ludziom. To prawda, że bez charyzmatycznej osobowości trudno wybić się w polityce, stanąć na czele partii, rządu czy państwa. Magnetycznym osobowościom łatwiej osiągnąć sukces w sztuce, szczególnie kino i teatr popularność sztuki czy filmu zawdzięcza charyzmatycznym aktorom.

Charyzmatyczni ludzie mają moc, która jest w stanie zmienić świat, chociaż ta zdolność może przynieść zarówno skutki katastrofalne w postaci rządów dyktatorów i wywołanych wojen, jak i dobroczynne. Na szczęście oprócz takich osób jak Hitler czy Stalin na świecie pojawiają się postaci zostawiające pozytywny i trwały ślad: Mahatma Gandhi, Steve Jobs, Dalajlama czy Jurek Owsiak twórca Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Powyższe przykłady dowodzą, że charyzma może być różna, ponadto stanowi swego rodzaju narzędzie, które użyte w pozytywnym celu zmienia otoczenie na lepsze, wykorzystana do celów haniebnych przynosi światu cierpienie.

Nie tylko świat polityki i biznesu potrzebuje charyzmatycznych liderów. Szczególnie tam, gdzie jedynym źródłem wpływu na innych może być przyciągająca osobowość, a nie autorytet wynikający z władzy i relacji służbowych, kształtowanie charyzmatycznych zachowań jest niezwykle przydatne. Wolontariusz nie ma władzy formalnej, a mimo to jego praca społeczna często wymaga skłonienia innych do zrobienia czegoś, co jest bardzo ważne i potrzebne dla organizacji oraz podopiecznych. Niejednokrotnie musi podjąć trudną rozmowę z rodzicami, zainterweniować w szkole, załatwić sprawę w urzędzie, zabiegać o wsparcie w firmie, poprosić o pomoc w organizacji spotkania, szkolenia, imprezy. Niekiedy same dobre intencje mogą okazać się mniej nośne, jeśli wypowiedziane są cicho, niepewnie, a na zmierzenie się z zastrzeżeniami bardziej brakuje śmiałości niż argumentów. Kształtowanie charyzmy? – zapytasz pewnie – czy można ją tworzyć i zmieniać? Niewykluczone, że znasz przykłady osób, które w bardzo młodym wieku przejawiały niezwykły talent do skupiania na sobie uwagi, z czego wnosisz, że jest to cecha wrodzona. Niemniej czynnik genetyczny odgrywa mniejszą rolę niż się powszechnie sądzi, raczej mnogość okazji do zaobserwowania i wypróbowania skuteczności wywierania wpływu spełnia rolę poligonu doświadczalnego dla trenowania charyzmy.

Olivia Fox Cabane¹ wskazuje na trzy ważne komponenty budujące charyzmę: obecność, moc oraz serdeczność (życzliwość).

OBECNOŚĆ

Związana jest z uważnym słuchaniem, o której mowa praktycznie w każdym module tego podręcznika. Obecność to jednocześnie coś więcej – umiejętność bycia tu i teraz, umiejętność budowania i utrzymania więzi z drugim człowiekiem w tym właśnie momencie, kiedy toczy się rozmowa. Obecność jest widoczna w twojej postawie, wyrazie twarzy, oczach (nieobecny wzrok gdzieś ucieka). Obecności nie da się udawać. Jednocześnie mamy jej coraz mniej. Oto zaobserwowana sytuacja:

Dwie przyjaciółki umówiły się na lody w kawiarnianym ogródku. Po entuzjastycznym przywitaniu, krótką chwilę prowadziły ożywioną rozmowę, która zamarła w momencie, gdy przed nimi pojawiły się ogromne, apetycznie ozdobione puchary lodów. Obie dziewczyny z zapalem obfotografowały swoje desery solo plus selfie (z deserem, nie z koleżanką), by natychmiast wrzucić zdjęcia na Facebooka. Przez resztę „wspólnego” pobytu śledziły komentarze i lajki.

Zastanów się – czy masz pełną świadomość tego, gdzie jesteś? Czujesz temperaturę otoczenia, delikatne jej zmiany, powiew powietrza, dźwięki (te blisko i dochodzące z dali), zapachy, kolory? Jak długo jesteś w stanie utrzymać tę uwagę? Czy jesteś w pełni z osobą, która siedzi obok? Masz świadomość jej nastroju, słyszysz, co mówi?

Uważność, obecność zazwyczaj wymaga treningu. Więcej na ten temat znajdziesz w module *M6. Dobrostan i odporność wolontariusza.*

Dla wolontariusza pracującego z podopiecznymi, na których często nikt nie zwraca uwagi lub ich nie słucha wykształcenie umiejętności bycia obecnym w kontakcie z dzieckiem jest niezwykle ważne. I staje się coraz poważniejszym wyzwaniem, ponieważ uzależnienie od smartfonów i całodobowego śledzenia mediów społecznościowych odrywa od rzeczywistości i pełnej obecności. Jeśli będąc z podopiecznym nigdy, naprawdę ani razu, nie zdarzyło ci się klikać w klawiaturę smartfona, jesteś bohaterką/bohaterem. Chapeau bas!

MOC

Ludzie, którzy tak naprawdę nie czują się sprawczy, siłę kojarzą z rywalizacją, grą lub zmaganiem. Ciągła walka sugeruje, że właściwe wyjście z sytuacji nie zostało odnalezione. „Muszę wygrać tę bitwę”, „ja im (jemu, jej) pokażę!” pojawia się w kontekstach gniewu, złości, zemsty, mega perfekcji, obsesji, słowem wszystkiego, co wymaga dodatkowego paliwa, dowozu energii.

¹ Olivia Fox Cabane, *Mit charyzmy*. Dom Wydawniczy Rebis, 2020.

Osoby mające łatwość do przewodzenia przyjmują dodatkowe obowiązki, biorąc odpowiedzialność za nie, ufając w swoją sprawczość i umiejętność podołania ambitnym zadaniom.

SIŁA częściej pojawia się w perspektywie walki, a **MOC** w perspektywie zasilanej z wewnątrz energii, która nie potrzebuje udowadniać swojej racji. Możemy korzystać z siły, aby kontrolować siebie, kontrolować innych, możemy narzucić innym swoją wolę, zastosować przymus, zwłaszcza jeśli mamy władzę. Jednak moc jest czymś innym. To energia, której źródłem jest intencja. Pozwala zmieniać siebie i świat wokół. Jest tym, co sprawia, że się wzmacniasz. Moc bierze się ze znaczenia, wrażliwości i odwagi. Swój początek bierze z wewnętrznego świata duchowego i naszego systemu wartości. Sprawy, które mają dla nas sens, wypełniają nas mocą. Brak mocy bierze się z nadania rzeczom i wyborom niewłaściwego znaczenia lub nadania znaczenia niewłaściwym wyborom.

Charyzma (i jej trzy główne atrybuty: obecność, moc i życzliwość) jest tym, co inni ludzie zauważają i na co reagują. Respekt budzi inteligencja, wiedza (zwłaszcza ekspercka w jakiejś dziedzinie), tytuły, prestiżu dodaje wygląd i ubiór. Jak wolontariusz może pokazać moc? Nawet jeśli nie ma tytułów, wieku utożsamianego z doświadczeniem, dysponuje skutecznymi narzędziami:

- Właściwa postawa i mowa ciała
- Dobre przygotowanie
- Odpowiedni wygląd

Głowa podniesiona, wzrok skierowany na rozmówcę, ramiona wyprostowane, uścisk dłoni wyraźny (ale nie imadło czy trzepaczka, a już na pewno nie śnięta ryba!), uśmiech naturalny, szczerzy, wypływający z życzliwości i zaufania. Ten opis charakteryzuje osoby pewne siebie i pasuje się gdzieś pośrodku na skali od sprawiających wrażenie zakłopotanych i niepewnych siebie (przygarbienie, spuszczone wzrok, cichy głos) do aroganckich i wywierających presję.

Dobre przygotowanie do spotkania (w sprawie dziecka, organizowanej imprezy, funduszy) da poczucie rozmówcy, że stoi przed nim osoba wiarygodna, warta zaufania. Czasami będziesz potrzebować więcej informacji na temat twojej organizacji, przygotowania się do pokazania wagi problemu, jaki starasz się rozwiązać, przemyślenia, jakie argumenty mogą przemówić do serca i emocji osoby, którą pragniesz nakłonić do działania czy współpracy. Nie daj się zaskoczyć pytaniem czy uwagą, na które jedyną odpowiedzią, jaka przyjdzie ci do głowy, będzie: „eee...yyy...właściwie to nie wiem”.

Wracając do wyglądu. Nie bez kozery w wielu językach można znaleźć bliźniacze przysłowie: „jak cię widzą, tak cię piszą”. Odbierane jako atrybuty mocy będą i fartuch lekarza, i mundur wojskowy, i elegancka odzież. Na przekór powszechnie głoszonym twierdzeniom, że wygląd i ubiór nie mają znaczenia. No, jednak mają. Minimalizowaniem i bagatelizowaniem wpływu postawy i wyglądu nie zmienisz ludzkiej natury. To, jak jesteś ubrana/ubrany, ma wpływ na to, jak odbierana jest twoja moc. I nic na to nie poradzisz. Z jakiegoś powodu natura wyposażyła różne gatunki w barwne ozdoby i kolorowe piórka. Nie oznacza to wcale, że od dziś musisz kupować markowe ciuchy i przeistoczyć się w pracownika korporacji. Chodzi o to, aby nie osłabiać mocy niewłaściwym wyglądem.

Jeansy w pracy wolontariusza w 99% przypadków są ok. Buty – zawsze musisz mieć czyste. Jest jeden wyjątek: gdy właśnie wracasz z podopiecznymi z rajdu. To w zasadzie wyczerpuje wszystkie

możliwości akceptacji ubłoconych butów. Jasnej (białej) koszuli czy bluzki na ogół nie potrzebujesz, ale kiedy idziesz do firmy z propozycją wsparcia, może wypadłoby ją włożyć? Na pewno należy zachować ostrożność z bluzami, t-shirtami ozdobionymi wyrazistymi napisami i rysunkami. Hasła będące odzwierciedleniem twoich pasji, nawet jeśli w twoim środowisku uznawane są za zabawne i świadczące o poczuciu humoru, rodzica dziecka czy dyrektora firmy, którą odwiedzasz, mogą niepokoić lub urazić (pamiętaj o nunchi!).

Właściwa postawa, właściwe przygotowanie i właściwy wygląd budują charyzmę mocy. Jednak „goła” moc pozbawiona życzliwości stwarza dystans. Osoba odbierana jako charyzmatyczna dzięki oddziaływaniu tylko samej mocy autorytetu przy deficytach ciepła i życzliwości nie będzie wpływać na innych tak potężnie, jak by mogła. Ludziom po prostu może zabraknąć odwagi, aby się do niej zbliżyć. Prawdopodobnie otoczenie zrobi wszystko, czego ten człowiek zechce, jednak strach paraliżujący ludzi będzie dławić inicjatywę, chęć dzielenia się opinią i pomysłami. Moc z deficytem życzliwości to oręż autokratów i dyktatorów.

SERDECZNOŚĆ/ ŻYCZLIWOŚĆ

Połączenie komponentów obecności, mocy i serdeczności jest charyzmatycznym koktajlem, któremu trudno się oprzeć. Umiejętność współczucia, życzliwość i ciepło przyciąga ludzi, którzy przy tobie będą czuć się bezpiecznie, jednak ty musisz zadbać również o to, aby mieć przestrzeń na asertywność, spójność, odwagę dające ci energię do działania. Twoim celem i zadaniem nie jest zadowolić wszystkich, którzy szukają u ciebie ukojenia. Ty masz pomóc im stanąć na własne nogi.

Pamiętaj, aby miks składników utrzymywać w równowadze, jakkolwiek jego recepturą możesz lekko posterować, jeśli sytuacja będzie tego wymagać. Kiedy chcesz nakłonić innych do współpracy do koktajlu dokładasz trochę więcej mocy, kiedy chcesz zadbać o dobrostan podopiecznych, pomóc im zmierzyć się z trudną sytuacją, zwiększasz dawkę ciepła i życzliwości.

Obecność – w każdym przypadku i zawsze jest niezbędna.

M4.S1. POZYTYWNE WYWIERANIE WPŁYWU

Jest coś szczególnego w osobie, która wywiera pozytywny wpływ na innych – emanuje z niej spokojna pewność siebie, moc, sprawia wrażenie przyciągania dzięki niewidzialnym siłom. Ludzie lgną, chcą być bliżej, chcą służyć, liczą się ze zdaniem tej osoby, proszą o rady i słuchają ich.

Jako wolontariusz czasami potrzebujesz kogoś nakłonić do zaangażowania, przy tym – co oczywiste – pragniesz wzbudzić sympatię i zainteresowanie tematem. Chcąc osiągnąć cel musisz mówić przekonująco, tak, by cię słuchano, zainspirować do otwartości i działania.

Zagadnienie wywierania wpływu na innych budzi zainteresowanie zarówno tych, którzy chcą być bardziej skuteczni, jak i pragnących osiągnąć biegłość w manipulowaniu innymi. Dlatego przyglądając się wszelkim regułom wywierania wpływu trzeba świadomie zwracać uwagę na aspekt etyczny. Prośenie kogoś o coś może przybrać formę przekonywania do współpracy dzięki argumentom i wskazaniu wartości, równie dobrze jednak stać się cynicznym rajdem po emocjach (np. poprzez wywieranie presji czy wywoływanie wyrzutów sumienia). Sam/a wiesz, kiedy ktoś tobą manipuluje, a kiedy nie. Istotną wskazówką jest to, czy masz wpływ, autonomię do działania i czy naprawdę chcesz zrobić to, do czego ktoś cię nakłania. Jeśli odczuwasz gniew, złość, przymus czy poczucie winy – prawdopodobnie albo intencje nie były jasne i szlachetne albo zabrakło ci asertywności w wyznaczeniu granic.

Kilka zasad, które pomagają przykuć uwagę i zwiększyć pozytywny wpływ:

WIARA W SIEBIE

W sztuce pozytywnego wywierania wpływu mają znaczenie wiara w siebie oraz wiara w ideę, na rzecz której lobbujesz. Można założyć, że wierzysz w to, co robisz. A czy wierzysz w siebie? Jak ważna jest bezwarunkowa samoakceptacja i jakie strategie poprawiają wiarę w siebie, zostało opisane w module *M3. Skuteczna komunikacja w pracy wolontariusza (Wspierająca komunikacja z samym sobą)*.

SPÓJNOŚĆ

W budowaniu charyzmy wzbudzanie zaufania jest kluczowe. Zgodność pomiędzy wypowiedzianymi słowami a wysyłanymi komunikatami niewerbalnymi, pomiędzy deklaracjami a czynami jest niezwykle ważna. Szczególnie w przypadku tematów wywołujących silne emocje cały przekaz musi być wiarygodny i spójny. Wszelkie sprzeczności często są wyłapywane na poziomie ciała, które sygnałami z barków, brzucha, czoła ostrzega, że coś tu nie gra. Przykłady niespójności: mówisz o ciekawym projekcie bez krzty energii w głosie, przekonujesz do zaangażowania, a potem przekładasz spotkania, deklarujesz dłuższą współpracę, by pod pierwszym lepszym pretekstem wycofać się. Powyższe przykłady przekreślają jakiegokolwiek szanse pozytywnego oddziaływania.

CHARYZMATYCZNY GŁOS I POSTAWA

Osoby o zbyt wysokim, piskliwym głosie odbierane są jako mniej profesjonalne. Zgoda, że to niesprawiedliwe i na ogół fałszywe przekonanie, gdyż wysokość głosu i profesjonalizm w żaden

sposób nie są skorelowane. Niemniej „automatyczny” odbiór naszego głosu może wpłynąć nawet na karierę. Jeśli wierzyć anegdocie, Margaret Thatcher, zanim została szefową Partii Konserwatywnej, a potem premierem Wielkiej Brytanii, nakłoniono do ćwiczeń ustawiających głos (tzw. impostacji głosu), ponieważ jego wysoki rejestr ponoć irytował i osłabiał w odbiorze wiarygodność. Nawet jeśli w codziennych sytuacjach zazwyczaj mówisz trochę niżej, w chwilach zdenerwowania czy podekscytowania twój głos na pewno podwyższa się (dotyczy to wszystkich ludzi, którzy nie regulują świadomie głosu). Możesz poprosić przyjaciół o opinię albo po prostu użyj dyktafonu w różnych sytuacjach. By zyskać w odbiorze więcej charyzmy Olivia Fox Cabane radzi wprowadzić zasady, które zadziałają natychmiast: mów wolniej, rób pauzy, zdania kończ, obniżając głos. I kontroluj oddech, aby brak powietrza nie spowodował wrażenia, że się „zatykasz”.

Wraz z ustawieniem głosu ważna jest postawa. Wyprostowane plecy, podniesiona głowa, patrzenie na rozmówcę już zostały omówione wcześniej.

NARZĘDZIA STYLISTYCZNE WYPOWIEDZI: KONTRAST, METAFORA, STORYTELLING

Trudno przecenić siłę oddziaływania opowieści, człowiek od zarania dziejów był na nie podatny. W trakcie prywatnych spotkań, szkoleń czy konferencji, w pracy, w szkole, na urlopie dzięki metaforom i dobrze opowiedzianym historiom zapamiętujemy więcej, łatwiej i na dłużej. W pracy wolontariusza podczas twoich interakcji z podopiecznym, z osobami wewnątrz organizacji oraz poza nią, z dużym powodzeniem możesz stosować środki stylistyczne takie jak kontrast, metafora czy storytelling (opowiadanie historii).

Kontrast

To stosunkowo prosty zabieg nie wymagający dłuższego treningu. Na barwność wypowiedzi będzie wpływać zestawienie przeciwieństw np. takich jak światło-ciemność, ubóstwo-dostatek, radość-smutek, także kontrastujących ze sobą obrazów czy przykładów.

Metafora

Metaforą będzie każda bajka, powiedzenie typu: „sypie pomysłami jak z rękawa”, czy „pojawia się jak królik z kapelusza”. Metafory i przenośnie pobudzają wyobraźnię, pomagają uprościć przekaz czy wyjaśnić np. dziecku coś skomplikowanego. Metafora pomaga uporać się z nazwaniem emocji, potrzeb oraz wartości, wówczas mówimy „to jest jak...”

Storytelling

Wymaga większej wprawy i treningu. Korzystając z tej metody należy pamiętać, że nawet prosta historia musi być własna i prawdziwa. Więcej na temat storytellingu znajdziesz w ćwiczeniach.




Trzypunktowe listy

Skuteczność przekazu (a za tym jego perswazyjność) wzmacnia klarowność i zrozumienie. Jeśli przedstawiś najważniejsze tezy w trzech głównych punktach prawdopodobieństwo, że rozmówca je

zapamięta, wzrośnie. Ponadto pokażesz dobre przygotowanie, a to – jak pamiętasz ze wstępu – podnosi słupek na skali mocy.

ARYSTOTELESOWSKA TRIADA RETORYCZNA

Aby umieć wpływać na ludzi i przekonywać ich do swoich koncepcji (idei), trzeba nauczyć się stosowania przekazu, który porusza rozum i serce oraz daje świadectwo twojej wiarygodności. Na zdolność wywierania wpływu poprzez połączenie trzech elementów *ethos*, *logos*, *pathos* zwrócił uwagę już Arystoteles.

		
Ethos	Logos	Pathos
<p>Etyka, wiarygodność, zaufanie</p> <p>Aby przekonać do siebie słuchacza bądź audytorium, mówca musi wzbudzić zaufanie oraz pokazać wiarygodność. Na tym etapie kluczową rolę pełni spójność.</p>	<p>Fakty, logika, statystyki, dowody</p> <p>Logos odwołuje się do racjonalnej części umysłu odbiorców. Daje mocne argumenty do ręki, udowadnia przygotowanie.</p>	<p>Pasje, emocje, wartości</p> <p>Pathos porusza emocje, otwiera dostęp do głęboko zakorzenionych przekonań. Odwoływanie się do tego, w co wierzą ludzie i co ich porusza sprawia, że chcą wstać z miejsca i podjąć działania.</p>

Dlaczego przemawianie wyłącznie „do rozumu” nie przynosi takich skutków jak równoczesne zaangażowanie emocji? Bo tak jesteśmy skonstruowani, nasz mózg tak funkcjonuje. Komunikaty werbalne przemawiają do części logicznej, skłaniając do myślenia, niewerbalne do części emocjonalnej naszego mózgu, skłaniając do działania. Jak dowodzi wiele badań i obserwacji, tak naprawdę to głównie emocje motywują nas do działania, rozum służy „jedynie” do uzasadnienia motywów. Warto przyjrzeć się jeszcze raz powyższej triadzie: bez wiarygodności trudno sprawić, aby ktoś nam uwierzył, nadmiar emocji bez logiki i faktów przybliży nas do granicy szaleństwa, nadmiar faktów bez emocji może zanudzić na śmierć albo doprowadzić do paraliżu decyzyjnego.

Wspierająca życzliwość bierze się z optymizmu i mentalności dostatku, czyli postrzegania świata jako miejsca zazwyczaj przyjaznego, obfitującego w wiele możliwości. Osoby z takim podejściem obdarowując innych ciepłem nie mają poczucia straty, że ich zasoby są uszczuplane, więc nie oczekują w związku z tym jakiegokolwiek rekompensaty. Serdecznością i życzliwym nastawieniem przemawiają wprost do serc. W towarzystwie osób troskliwych i dobrych ludzie czują się akceptowani, zauważeni i otoczeni opieką. Emanujące ciepło przyciąga innych, tworzy więzi, pogłębia międzyludzkie relacje. Charyzma dobroci ma jednak i słabe strony. Może prowadzić do nadmiernego przywiązania, emocjonalnego uzależnienia szczególnie wtedy, gdy okazywana troska, uśmiech i zainteresowanie zostaną błędnie odczytane jako zachęta do przerzucenia odpowiedzialności za własne życie na barki empatycznej osoby.

Możliwe, że nieobce ci jest poczucie, iż „nadmiar” współczucia i serdeczności zbyt mocno trąca czułe struny twojej wrażliwości i czasami trudno ci się uporać ze spotęgowanym ładunkiem emocji. Ponadto możesz doświadczać poczucia zagrożenia emocjonalnego podczas nieuprawnionego przekraczania przez innych bramy twojej wrażliwości. Zajmując się dziećmi zagrożonymi wykluczeniem możesz jednocześnie spotkać się z wymaganiami czy oczekiwaniami, które przekraczają granicę bezpieczeństwa emocjonalnego. Możesz czuć współczucie dla dziecka i złość na jego środowisko, możesz pomagać dziecku pokonywać trudności w szkole i zderzać się z nierealnymi oczekiwaniami czy żądaniami rodziców. Jako osoba wrażliwa i współczująca na pewno też się z tym zgodzisz, że aby pozostać otwartym na innych musisz dbać o swoje bezpieczeństwo emocjonalne. Potrzebujesz więc i serca, i mocy. Tym jest właśnie charyzma dobroci.

Brené Brown² – która na podstawie kilkunastu lat badań i dzięki przeprowadzonym setkom tysięcy ankiet udowadnia, że wrażliwość to nie słabość, lecz najbardziej precyzyjna miara odwagi – ujmuje to tak: „im jaśniej są określone granice i im bardziej są one respektowane, tym wyższy jest nasz poziom empatii i współczucia dla innych. [...] Trudno zachować życzliwość, gdy się ma poczucie, że ludzie cię wykorzystują lub że stanowią dla ciebie zagrożenie.” Charyzmę dobroci należy więc rozwijać w oparciu o:

- Czułość rozumianą tak, jak to kreśli Olga Tokarczuk³:

Czułość jest sztuką uosabiania, współodczuwania, a więc nieustannego odnajdowania podobieństw. Czułość jest najskromniejszą odmianą miłości, nie ma swoich emblematów ani symboli, nie prowadzi do zbrodni ani zazdrości. Pojawia się tam, gdzie z uwagą i skupieniem zaglądamy w drugi byt, w to co nie jest „ja”. Czułość jest głębokim przejęciem się drugim bytem,

² Brené Brown, *Z odwagą w nieznanym. Jak znaleźć poczucie przynależności bez utraty siebie*. Wydawnictwo Laurum 2018.

³ Olga Tokarczuk, *Czuły narrator* (cytat z mowy noblowskiej, zamieszczonej w zbiorze esejów pod tym samym tytułem), Wydawnictwo Literackie 2020.

jego kruchością, неповtarzalnością, jego nieodpornością na cierpienie i działanie czasu...

- Skupianie się na pozytywach zachowując wrażliwość i delikatność w obliczu trudnych sytuacji. Radzenie sobie z problemami nie oznacza zaciskania zębów i postanowienia przetrwania za wszelką cenę.
- Określanie jasno granic, nie dopuszczając do naruszenia strefy bezpieczeństwa emocjonalnego.
- Równowagę dwóch filarów: mocy i dobroci. Balans składników charyzmatycznego koktajlu osiągniesz, dbając o rozwijanie i okazywanie mocy z równoczesnym praktykowaniem życzliwości i troski.
- Praktykowanie wdzięczności i doceniania (siebie również) – wdzięczność wpływa na twoją postawę, odpręża, łagodzi rysy twarzy, „ociepla” głos. Ucząc się codziennej wdzięczności za (pozorne) drobiazgi, jak promienie słońca, uprzejmość, uśmiech, życzliwe słowo, dostrzegasz ich coraz więcej, mając tym samym coraz więcej okazji do wdzięczności. Doceniaj innych, doceniaj siebie, myśl dobrze i mów dobrze.

REKOMENDOWANE ĆWICZENIA I NARZĘDZIA

1. Lekcja mocy – trening w grupie
2. Magia opowieści – warsztat
3. Pamiętnik (praktyka) wdzięczności – ćwiczenia samodzielne

PRAWA AUTORSKIE

Niniejszy dokument powstał w ramach projektu „Motywuj. Wzmacniaj. Wspieraj. Program szkoleniowy dla wolontariuszy pracujących z dziećmi” i jest w pełni chroniony prawami autorskimi organizacji: Coedro Coaching Edukacja Rozwój Monika Górską (Warszawa), Fundacja Verum (Warszawa) oraz Change the World (Oslo). Autorzy udzielają licencji na korzystanie z tego dokumentu na warunkach Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) International Public License. Ta licencja umożliwia rozpowszechnianie, pokazywanie i użycie materiałów zawartych w dokumencie wyłącznie w celach niekomercyjnych i pod warunkiem zachowania ich oryginalnej formy (bez utworów zależnych). Pełny tekst warunków licencji i dozwolonego wykorzystania materiałów jest dostępny na stronie www.creativecommons.org.