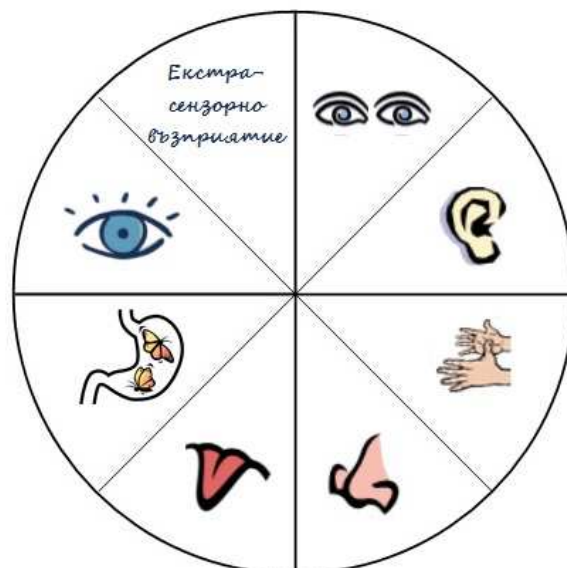


intunity coaches

Възприемане и Изразяване “Седемте Кръга на Създанието”



Кръгът Възприемане / Изразяване

Възприемането и изразяването са двете страни на една и съща монета. И в същото време се намират от двете страни на “вододел”, на който бихме могли да сложим табела с надпис “Спри, преди да продължиш!”. Това ги прави, колкото близки и наглед едновременно случващи се, толкова и далечни.

Изразяването (Експресията) може да се каже, че е външният израз на възприятията. Посредством (себе)изразяването ние всъщност демонстрираме как ние самите възприемаме себе си и света около нас. В този смисъл, изразяването е процес, който е **отвътре навън**. За разлика от това, **Възприемането**^{*} е процес, който е насочен **отвън навътре**, и е свързан с “преработване”, адаптиране, осмисляне на външните (наглед външни) преживявания през призмата на вътрешния ни свят.



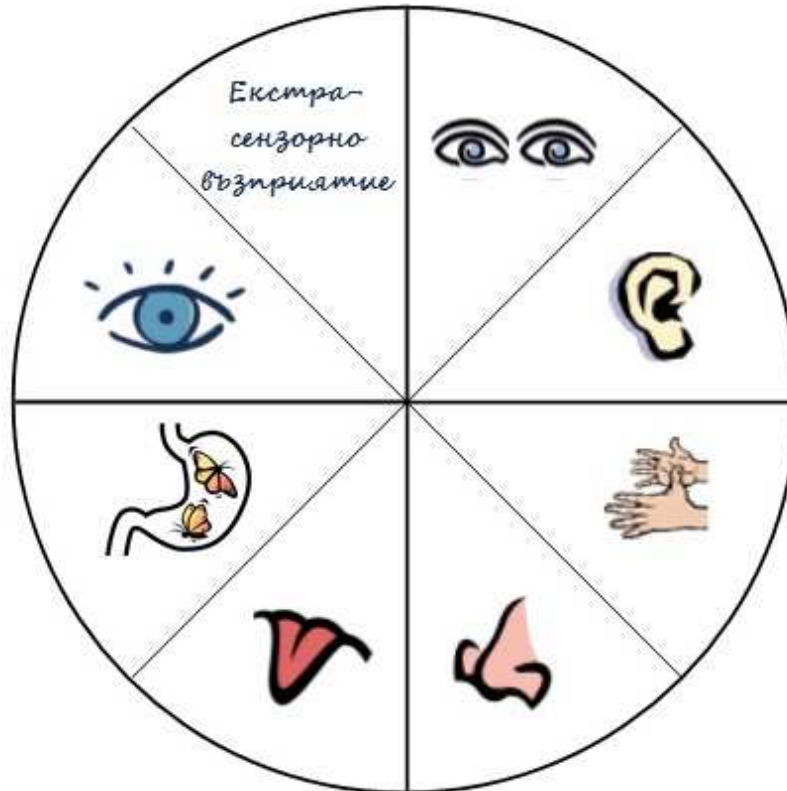
Всичко, което възприемаме, е относително. Това е особено важно в коучинга, тъй като коучът коучва клиента, заедно с неговите възприятия и отношение към преживяното, но не и самото преживяване или тема. Клиентът има силата и е изцяло негова отговорност да погледне на преживяването или темата от друг ъгъл. Да промени възприятията си, нагласите и отношението, които има, или да възприеме нови такива, така че това да го придвижи напред. Възприятията поражда перспективите. Перспективите се променят. Всичко е перспектива. Всичко е относително.

Изразните средства, които клиентът използва, са показателни за неговия вътрешен свят и за отношението му към това, което се случва “в този момент”. Обръщаме внимание, че “случващото се в момента” също е относителна величина и е въпрос на възприятие. То може да бъде свързано, както с възприемане на взаимодействието с външната среда тук и сега, така и с проекция на нещо от бъдещето или миналото, което клиентът възприема като случващо се “тук и сега”.

^{*} **Възприятието** е познавателен психичен процес, при който в мозъчната кора в тяхната цялост се отразяват предмети и явления от околната среда при непосредственото им въздействие върху сетивата. Възприятието позволява да се разбира и интерпретира заобикалящата човека среда, като това зависи от капацитета на мозъка за възприемане и преработване на информация. (Източник: <http://bg.wikipedia.org/>)

intunity coaches

Видове възприятия и източници на възприятие



Възприятията са начините, по които до нас постъпва информация от външния и/или вътрешния свят. А източниците на възприятие са каналите, частите или органите (мембраните), през които информацията преминава, за да бъде възприета от човека. Обърнете внимание, че източниците на възприятие са също и източници на изразяване и комуникация. И това не е случайно – тъй като информацията “тече в двете посоки”. А още по-коректно е да се каже, че информацията се разпространява във всички посоки – също като светлината и като вълната.

- **Визуално възприятие (източник: зрение)**



Възприемаме визуално, когато виждаме случващото се (във или извън нас) в образи, картини, метафори. Вземете за пример един художник. Още, преди да е започнал да рисува, той вече започва вижда образите и е въпрос на време да снее това, което вижда в представата си – на лененото платно. Същото важи за дизайнерите или архитектите – като при тях е силно развито и пространственото възприятие. Освен това думата “визионер” идва именно от визуалното възприятие и умението да визуализираме. Визионерите са онези хора, които имат способността да виждат реализацията на картините и образите, които са в главите им.

intunity coaches

Всички наричат Стив Джобс визионер. Но малко обясняват какво го прави такъв визионер и защо неговата форма на “визионерство” е била в толкова силен конфликт с мениджърските му умения. Сега ще се опитаме да дадем някакво обяснение...

Спомняте ли си филма “Терминатор-2”, в който Арнолд Шварценегер играеше робот от бъдещето? А спомняте ли си онзи екран, в който Терминатор виждаше детайлите за всеки, когото срещнеше на улицата? Всъщност това вече го има и го наричат **Augmented Reality**. Технология, която свързва материалния свят с дигитална информация от най-различно естество и да ви даде пълна карта, данни или информация за това, което виждате пред себе си – било то предмет, човек или място.

Сега си представете, че вие разполагате с такава технология, чийто екран виждате вдясно от себе си и на който постоянно се display-ва информация, касаеща заобикалящия ви свят. Докато в същото време, непосредствено пред вас и около вас вие виждате и преживявате стария, добре познат “аналогов”, материален свят.

Е, за Стив Джобс – това, което е имало на екрана вдясно, е било също толкова реално, колкото добре познатият аналогов и материален свят пред и около него. С тази разлика, че това, което е виждал вдясно, все още не е било съществуващо или създадено. Затова и определяните като “невъзможни” изригвания от команди за спешни промени в този или онзи продукт – от една страна е дало основание на хората около него да твърдят, че той е живеел “в друго измерение”. А от друга – ги е вкарвало в недоумение, когато именно “невъзможните” неща са ставали възможни и са се реализирали за “невъзможните” срокове, които Стив Джобс е пожелавал. Ключът е – живо визуализиране (Ум) и непоклатима вяра (Сърце).

intunity coaches

- **Аудиално възприятие (източник: слух)**

Аудиалното възприятие е свързано със слуха, способността ни да чуваме и да възприемаме звуци и ритъм от външната и вътрешната среда. Аудиалното възприятие е много добре развито при музикантите. А може да се каже също, че голяма част от мъжете са предимно аудиални. Хората с изострен слух или с добре развита музикалност са аудиални. Хората с добре развито аудиално възприятие реагират на всичко, което е производно на звука – в т.ч. шум, музика, ритъм, говор. Те самите може да имат гръмки или добре модулирани, дълбоки, плътни гласове. Говорят ритмично, а понякога и напевно. За тях често е важно как се изразяват вербално.



- **Кинестетично/Осезателно възприятие (източник: допир, тялото)**

Кинестетичното възприятие е свързано с възприятието, породено от допир, както и усещания в тялото. Както и с възприятия за усещането на тялото спрямо и в средата, в която си взаимодейства. Кинестетиците имат добре развито усещане за среда и пространство. За тях заобикалящата среда е особено важна. Кинестетиците обикновено са по-бавни във взаимодействието си с външната среда. Те говорят, изразяват се и се движат по-бавно от визуалните и аудиалните.



- **Обонятелно възприятие (източник: обоняние)**

За обонянието се счита, че носи най-силни и ярки спомени и асоциации за минали преживявания. Чрез обонянието новороденото бебе разпознава майка си. А животните дори се ориентират чрез обонянието в пространството.



- **Вкусово възприятие (източник: вкус)**

Вкусовите възприятия са свързани с възприятието на вкус и различните нюанси на вкусовите качества.



- **Предчувствие / Инстинкти / Gut feeling (източник: тялото)**

Това възприятие е трудно да бъде обяснено. Някои хора реферират към него като към “шесто чувство”, “пеперуди в стомаха”, “мравки по тялото”, “побиват ме тръпки”, “усещам нещо под лъжичката”. Това е може да са също така инстинктите, с които се раждаме, които се доближават до животинските инстинкти. И които ни служат да взимаме бързи решения от типа “да бягам” или “да се бия” (fight or flight) – най-често в опасни ситуации. Независимо къде в тялото е усещането (под лъжичката, в областта на слънчевия сплит, около далака или в центъра на корема) и



intunity coaches

как точно ги наричаме, тези възприятия носят древната мъдрост на тялото и отключват знания, които нямат логическо обяснение и просто са.

- **Интуитивно възприятие (източник: “третото око”)**



Разграничаваме интуицията от предчувствието / инстинктите / gut feeling. И ако източника на инстинктите са в тялото, то за източник на интуицията – макар и да бъде трудно да се локализира – ние поставяме в “Третото око”. Рене Декарт вярвал, че Епифизата* е “седалището на душата” и е реферирал към нея като към “третото око”. Интересното за тази жлеза е, че тя достига своето пълно развитие към седмата година от живота, след което подлежи на бавно обратно развитие (инволюция). Интуицията също дава достъп до и отключва много древна мъдрост.

- **Екстрасензорно възприятие (източник: п/а, свърхзасилена чувствителност на останалите източници на възприятие)**

Екстра-
сензорно
възприятие

Екстрасензорни възприятия можем да наречем възприятия, чрез които се получава информация отвъд стандартното и широко разпространеното за средно-статистическия човек – в т.ч. на светлина, звук, пространство/време и др. Хора с екстрасензорно възприятие имат по-специални способности – като напр. това да виждат в невидимия светлинен спектър или да чуват звучи, за които човешкото ухо не е настроено. Да се свързват с минали или бъдещи преживявания. Хора с ясновидски способности и други.

Различни класификации разграничават още възприятия за пространство, време и движения. За преднамерено възприятие (наблюдение) и непреднамерено възприятие (случайно). Чисти или смесени възприятия.

Още информация относно възприятията:

[“Философия на свободата: Светът като възприятие”, Рудолф Щайнер](#)

[“What Are The Twelve Senses”](#)

[“The Riddle of Humanity” by Rudolf Steiner](#)

[Perception \(wikipedia\)](#)

* За Епифизата: http://en.wikipedia.org/wiki/Pineal_gland

intunity coaches

Музикантите са много добър пример за хора със смесени възприятия. При тях се активизират много рецептори едновременно, което позволява “тренирането” на няколко източника на възприятие.

Да вземем за пример ПИАНИСТЪТ, който:

- чете нотите, като запечатва цели пасажии напред, докато
- възпроизвежда запаметените вече такива, като едновременно с това
- слуша това, което изпълнява в момента и слуша ЗА хармония...;
- докосва клавишите с пръстите на ръцете си
- и педала с краката си и
- усеща вибрациите, идващи от пианото с цялото си тяло...!

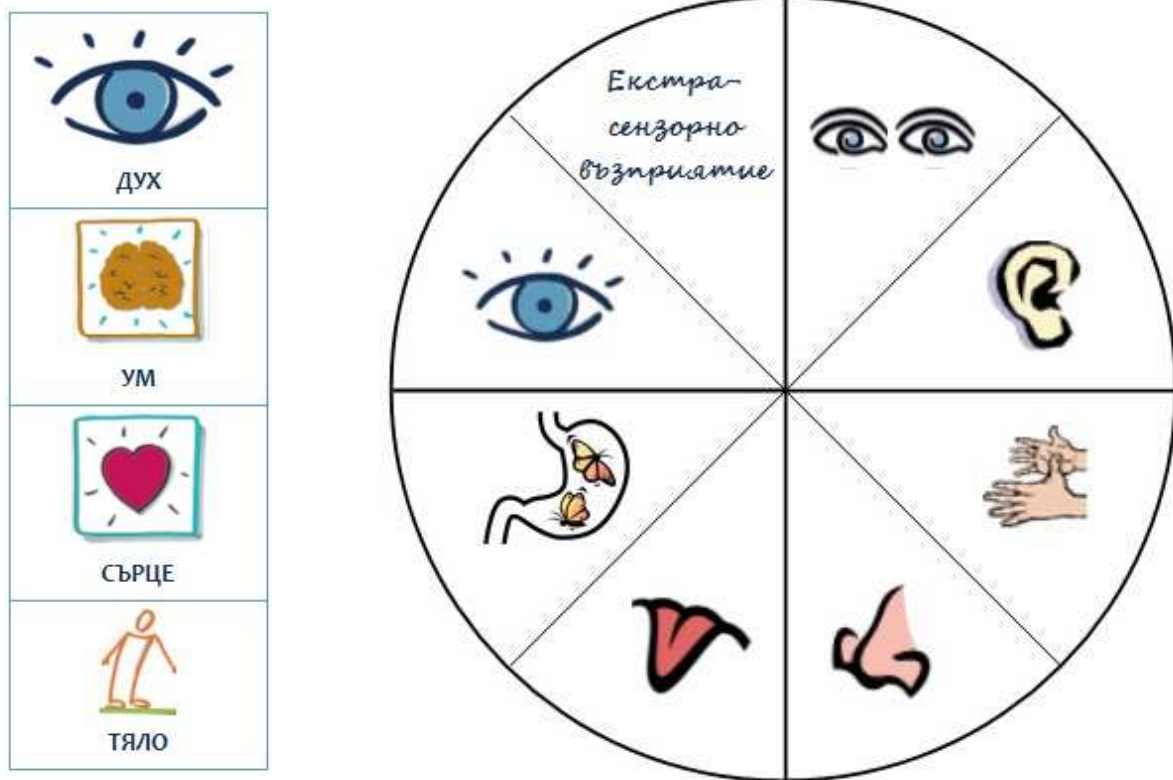
И всичко това в този момент тук и сега. Едновременно!

На всеки от нас е даден целия набор от възприятия, така както са ни дадени и всички рецептори / органи, провеждащи тези възприятия. В зависимост обаче от даденостите и талантите ни, от начина ни на живот и това, което правим, “тренираме” и развиваме преимуществено определени възприятия. И също като ручейчета на една и съща река – през някои ще тече повече вода, а през други по-малко.

Освен това някои от възприятията може да сме “тренирали” да ни служат предимно за позитивни и/или неутрални послания. А други – предимно за негативни послания или информация. И не е задължително каналът на възприятие, през който **до нас достигат** негативните послания да е същият канал, който използваме, за да **изразяваме** предимно негативните послания. Или метафорично казано, по един и същи канали може да тече различна (по заряд) вода, в зависимост от посоката – от която и към която се движи.

intunity coaches

Изразяване и изразни средства



4те Елемента и Източниците на възприятие – като източници на Изразяването

Стремежът в коучинга е клиентът да се СебеИзразява по уникалния за него/нея начин и да създава живота си по начина, по който избира да го прави. И в процеса на постигане на желаната промяна за нас като Коучове е важно да умеем да използваме изразните средства на клиента – за да можем да се свързваме с него. Но и да проявяваме любопитство и да провокираме Израза (*самите изразни средства*) и Изразяването (*процеса*) на клиента. Тъй като **изразите и изразяването служат като маркери за вътрешния свят на клиента и са външният отговор на същинските му намерения (били те осъзнати или неосъзнати; породени от страх или от страст).** Иначе казано, изразните средства са “картата” за вътрешния свят на клиента, но те не са самия вътрешен свят.

Изразните средства носят информация. Коучът работи с тази информация, като я отразява и връща обратно към клиента, проявява любопитство към нея или към източниците ѝ, и провокира клиента да погледне на себе си и своя свят от друг ъгъл. Изразните средства, за които следим в коучинг разговора, може да бъдат:

- вербални или невербални
- да произлизат от съдържанието – **какво** се провежда като информация
- да произтичат от процеса – **как** клиентът провежда информацията

Съдържанието също е важно. Преди казахме, че не се фокусираме върху съдържанието, а сега насочваме фокуса си именно там?! Разликата е в това, че когато в случая слушаме за съдържанието, ние слушаме с определено предназначение, през призмата на 7те Кръга за СебеИзразяване и СебеСъздаване. ~ **Какво помага на клиента да се придвижва напред? И какво му пречи? Какво го спъва? Какви са моделите, които управляват клиента и неговия свят? Това съдържание, тази история... откъде идва? А каква е историята или моделът, които биха могли да го подкрепят?** ~ Ние коучваме клиента с неговото отношение и възприятие към темата в “този момент”. Но така също работим и за разширяването на неговия капацитет и гъвкавост в способността си да променя своите отношение, нагласи, възприятия и собствения си израз в света.

Какво говори клиентът (съдържанието)

Какво “обитава” вътрешния свят на клиента? Какво занимава ума му?

Съдържанието на това, което човек говори – говори за неговия вътрешен свят. Показателни за вътрешния свят може да бъдат:

- конкретни думи, изрази или изкази, които клиентът употребява; някои разкриващи такива са например:
 - задължаващи или изискващи думи (“трябва”, “задължително”);
 - генерализации (винаги, никога; “ние българите...”);
 - говорене в трето или второ лице (“това, което човек прави в такива случаи” или “това, което правиш в такива случаи”);
 - презастраховане през коуча (“може да ти звучи смешно”; “може да ти звучи глупаво”)
- вярвания (може и ограничаващи), превърнати в “утвърждения” (като напр. “това не го мога”; “цял живот съм бил така...”; “много съм... [епитет].... ”)

intunity coaches

- твърдения, които звучат като “закопи” в света на клиента
- твърдения, звучащи като оправдания или причини да се изнесе отговорността (обстоятелствата, средата, миналото и т.н.)
- историите, които човек си разказва и др. (вж. “Storytelling”)

☉ Как (си) говори клиентът

Каква е “атмосферата” във вътрешния свят на клиента? Каква е енергията?

- скорост на говорене и промяната в скоростта
- глас – височина, дълбочина; отвореност, свитост; напевност; вгълбеност
- интонацията и промяната в интонацията
- емоционалната зареденост на съдържанието; емоциите, които изпитва, докато говори; как се чувства и как се променят емоциите / чувствата със съдържанието
- доколко говори от мястото на Вътрешния си глас и автентична Същност и доколко – от мястото на Външните гласове и Саботьори
- има ли резонанс или по-скоро дисонанс между това, което казва и начинът, по който го казва
- какви са промените, които се случват с по-горе изброените, докато се променя и съдържанието, контекста или средата

☉ Как мисли и как действа клиентът

Какво стимулира вътрешния свят на клиента? Откъде идват стимулите?

- какви са интерпретациите, обясненията, поясненията, които клиентът (си) дава в стремежа си да си “обясни” дадено преживяване
- минава ли изобщо през осмисляне на ситуациите или по-скоро се стрелва към поредното действие, в търсене на различен резултат
- повече човек на действието ли е или повече човек на (пре)осмислянето
- как търси и стига до нужната информация и знание; какви са пътищата, които избира (директни или заобиколни)
- какви източници на информация или знание ползва – себе си като авторитет или външни авторитети; ум, емоции, дух, ценности и др.
- как взима решения – рационално или емоционално; импулсивно или рефлексивно; или комбинация
- на какво се уповава при вземането на решения и пр.

☺ Как изглежда клиентът

Как вътрешният свят на клиента се “изписва” върху тялото му? Как се чувства в кожата си?

- как е облечен или какви дрехи предпочита да носи
- какво сочи тялото и усещанията в тялото
- какво изразява позата на тялото, лицето, погледът, очите
- за какво говорят жестовете, мимиките
- какво стои за този или онзи несъзнателен жест или движение

Спомням си за една среща, която веднъж имах с потенциален клиент. Вече бяхме провели първата такава, на която ни бяха представили един на друг. И тази следваща среща беше планирана за “chemistry” сесия.

Помня, че беше късна есен. Времето вече бе доста студено, леко щипещо и в първите тонове на мразовитото. Носех топла вълнена рокля с цвят “кашон” – ако въобще има такъв цвят ☺ И се чувствах доста комфортно, както вътре в кафенето, така и след това по време на кратката ни разходка, преди да се разделим. Chemistry сесията мина доста интересно, приятно и разговорливо. И вече към края на срещата ни, този човек, когото бях срещала само два пъти в живота си, се обърна към мен и ме попита:

- Може ли да те питам нещо лично?
- Да, разбира се. – с любопитство отвърнах аз.
- Това е втората ни среща само, но и предният път забелязах... Защо носиш такива тъмни и безцветни дрехи? Ти си толкова цветен човек отвътре? И някак... не ми се връзва...?@.*%\$3№??.@.?

И тази разлика във външния израз на моя вътрешен свят означаваше нещо и ми показваше друго... Така или иначе промяната в моя “външен цвят” вече беше започнала да се случва. И този човек се появи на пътя ми, за да ми потвърди посоката.

☉ Как се движи в пространството

Как изглежда вътрешният свят на клиента от пространствена гледна точка? Колко “широко” или “тясно” е там? Какво е времето там (топло, студено...)?

- каква е походката
- по какъв начин използва външното пространство; забелязва ли ресурсите във и извън него и отива ли да си ги “вземе”
- какво има във външната среда – приятели или врагове?

Полезно е да стимулираме клиента да използва външното пространство като огледало на вътрешното и като израз на вътрешния си свят. По този начин го подкрепяме да погледне на себе си от друга перспектива и да види нещата от нов ъгъл.

☉ Какво прави клиентът

Какви са същинските желания и намерения на клиента?

- какво прави или не прави клиентът
- какви са резултатите от тези действия или от липсата на действие и как клиентът гледа на тях и на себе си
- какво е отношението на клиента към неговите собствени действия (или липсата на такива) и резултатите от тези действия (или липсата на такива)

Има още множество форми на изразяване и себеизразяване и те включват всякакви артистични форми и проявления. Музика, рисуване, танци, театър, чуждите езици... Медитация, йога, спорт... **Чрез това, което правим и създаваме, всъщност ние даваме израз на това, което е в нас.** Придаваме му форма. Запълваме го със съдържание. От своя страна, това, което създаваме, ни дава обратна връзка за нашия вътрешен свят. Тук и сега. Чрез труда, работата, хобитата, ние всъщност мултиплицираме “себе си”. Възпоризвеждаме себе си. Пресъздаваме себе си. Части от себе си. За да се видим. За да се опознаем. За да се срещнем със себе си. С всички “10,000 неща”. С всички части от себе си. Докато пътуваме в създаването на цялостния пъзел.

intunity coaches

Коучът е огледало за своя клиент. Той отразява и отеква. Откликва и връща израза на своя клиент обратно към него. И това отразяване може да бъде вербално и невербално. А понякога може да бъде направено изцяло в мълчание. Защото мълчанието също е отговор. Може да се случи Коучът да избере да върне отражението като “чисто” и кристално огледало. А може да го върне и като “криво” огледало – за да предизвика клиента си да се замисли или за да предизвика негови ограничаващи вярвания и модели.

И в този процес Коучът постоянно провокира клиента си да повишава своята осъзнатост – какво “тук и сега” е важно за него. Какво иска да бъде? И какво избира да бъде? Какво е валидно и актуално в този момент? Как се променя отношението му в този момент? Какво сега е по-различно в сравнение с преди малко? По този начин, клиентът повишава осъзнаването си за това, че промяната е възможна. Че тя се случва постоянно. И че е преди всичко въпрос на избор и на гледна точка. **И така, през огледалото, което е коучът за своя клиент – последният успява да види, че неговият вътрешен свят е неразривно свързан с външния и промяната в единия води до промяна в другия. И още, също толкова съществено, че тази промяна е въпрос на избор.**

Как работим с кръга Възприемане/Изразяване в коучинга?

“По израза ще ги познаеш”

Накарайте някого да ви опише какво преживява в момента и по изразните средства, които използва в своето описание, ще разберете как възприема света около себе си. Дали “вижда” преживяването в образи, дали го “чува” или го “усеща”. Всичко това носи информация за преимуществените възприятия и ни обучава какъв е клиентът, как възприема и как се изразява. Помнете, средствата за възприятие може да се различават от средствата за изразяване.

Свързване с клиента

За да се свържем с клиента, следва да умеем да говорим на “неговия” език, да виждаме през неговите очи или да “живеем” по неговия начин, в неговия свят. Всичко това извиква уменията на Коуча да превключва през различните и множество възприятия, съобразно възприятията на клиента. Използването на възприятията и изразните средства на клиента обаче следва да става интуитивно, естествено и да идва от полето, което коуч и клиент създава. Да се ражда от Общата ос.

Отразяване на клиента и директна комуникация

Коучът отразява темпа, ритъма, начина на говорене, тялото, позата... енергията на клиента. Всякакви промени или девиации от “нормалното” може да провокират любопитството на Коуча и да доведат клиента до интересни открития. *“Какво се случва – днес си по-припрян от нормалното? ~ Ха! Изведнъж светна! Какво се случи току-що? Какво те провокира?”*

Създаване на защитена среда

Когато говорим езика на клиента и използваме неговите възприятия или изразни средства, клиентът “разпознава” средата като приятелска и позната и е склонен да се довери на процеса. Познатото не е плащещо. Непознатото може да е плащещо.

intunity coaches

🌀 Обучаваме се КОЙ е клиентът, но и “обучаване” клиента САМ да си помага

Коучингът е взаимен процес на обучение и само-обучение, от което се поражда и израстването. Особено в началото на коучинг процес Коучът се обучава на това кой е клиентът – така че да може да му служи възможно най-добре. Хората са уникални, затова и подходът към всеки следва да бъде уникален. “Изучаването” на клиента и постоянното любопитство към механиката на неговото Възприемане/Изразяване доставя на Коуча необходимите “инструменти”, с които да подкрепя своя клиент. Наред с това обаче, Коучът спомага за повишаване осъзнатостта на своя клиент за всичките тези процеси и механики. **Благодарение на което, клиентът не заучава просто отговора в този момент, а се научава и за начина, по който да стига до отговора.**

🌀 Възприятията като източници на информация и Части от Цялото

Различните възприятия носят информация от Цялото – по различен начин и с различни нюанси. Провокирането на повече възприятия по време на коучинг е обогатяващо, както за самия коучинг разговор и ефекта от него, така и върху самия клиент. Включването и превключването през различни канали / органи / анализатори “настройва” човек да бъде гъвкав и да експериментира.

🌀 Възприятията като перспективи и “врати” към преминаването през различни перспективи

Различните възприятия могат да се възприемат и като различни перспективи – за отварянето на Окоето по различни начини и от различни ъгли. Самото провокиране на различните възприятия задейства различни центрове в мозъка, което пък допринася за неговото развитие.

🌀 При различните коучинг процеси (4те Елемента, 360-Градуса, 4D-Изследовател)

Процесът “360-Градуса” е много добър пример за това как можем да играем с различните центрове на възприятие – провокирайки клиента да отключва, отваря и пропуска нова или различна информация, която да стига до него.

intunity coaches

- ☉ **Определяне на канала, през който се възприемат и съотв. каналите, през които се изразяват Саботьорите / Гремлините / Маските / Сенките**

Много ценно е да установите какъв е “каналът за връзка”, по който Саботьорите / Маските / Сенките се “свързват” с вашия клиент. При някои те идват като глас. При други е като усещане. При трети като смесица от глас и визия. Отделно от това начинът, по който се проявява или изразява Маската.

- ☉ **Определяне на канала, през който се възприемат и изразяват позитивните послания**

Аналогично на горното, е добре да установите кои са каналите, по които клиентът ви се самоподкрепя или пък възприема / изразява позитивните послания. Дали си казва думи на подкрепа и мотиваиця или пък да се потупва по рамото. Или просто присъства в състоянието на победа. Това биха били каналите, които ще стимулирате у него да използва, било то за да утвърждава сам себе си или за да целеполага.

Коучът е добре да експериментира, да изследва и да провокира, колкото се може повече канали и центрове на възприятие и изразяване у себе си. Така той се разширява и повишава способността си да “пропуска”, приема и да се отваря за различните възприятия и изрази на своите клиенти и да бъде гъвкав сам по себе си. **Сладкият парадокс е в това, че колкото повече Коучът се разширява, толкова повече той всъщност се връща към състоянието на Нулата. Състоянието, от което можем да създаваме и да бъдем всичко, което си пожелаем. И така, да бъдем в услуга на клиента.**