

## ROZDZIAŁ 1

# Człowiek doskonały

*Ludzie pozbawieni nadziei na poprawę swojego życia w sposób, który ma jakąkolwiek wartość, utwierdzają się w fakcie, że to, co się liczy, to psychiczne samodoskonalenie: poznawanie swoich uczuć, jedzenie zdrowej żywności, lekcje baletu lub tańca brzucha, zanurzanie się w mądrości Wschodu, uczenie się, jak „utrzymywać relację”, pokonywanie „strachu przed przyjemnością”  
(Lasch 1979, s. 4).*

## Życie i śmierć coachingu

Dla policji z Brooklynu 3 czerwca 2013 r. był po prostu kolejnym dniem. Sąsiedzi narzekali na obrzydliwy smród wydobywający się z pobliskiego apartamentu. Na miejscu policja trafiła na dwa rozkładające się ciała należące do pary dorosłych osób w średnim wieku – jedno mężczyzny, drugie kobiety. Popełnili samobójstwo poprzez nałożenie na głowy plastikowych worków wypełnionych helem – przyrządy te w kręgach eutanazyjnych zwane są „workami wyjścia”.

Wydawało się, że będzie to kolejna historia o podwójnym samobójstwie, skazana na ciche przeminięcie. Jednak wykonywany przez dwoje zmarłych – Lynne Rosen, lat 46, i Johna Littinga, lat 48 – zawód nadał sprawie niespodziewany obrót. Gdy okazało się, że oboje byli prezenterami radiowymi i, co znacznie ciekawsze, trenerami rozwoju osobistego, wiadomość o ich śmierci trafiła na nagłówki gazet na całym świecie. Konkretny obszar ich specjalizacji: szczęście. Pozostawione bez odpowiedzi pytanie, które zaczęło wówczas krążyć: dlaczego propagujący szczęście duet trenerów miałby popełnić samobójstwo?

Ich program radiowy nazywał się *The Pursuit of Happiness* i był emitowany w WBAI-FM. Jego słuchaczy zachęcano do korzystania

z możliwości zmiany. W jednym bardzo popularnym fragmencie programu prowadzący rozmyślali nad radą byłej pierwszej damy, Eleanor Roosevelt, aby „każdego dnia robić jedną rzecz, której się boisz” – doszli do konkluzji, że „wychodzenie ze strefy komfortu jest bardzo ważne”, ponieważ musimy „czuć się komfortowo ze zmianą”. Rosen nagrała ponadto inspirujące hip-hopowe wideo, w którym zachęca oglądających do stania się „osobą, którą zawsze chciałeś być”. Para prowadziła również swoją coachingową firmę Why Not Now, oferującą pomoc w „rozwijaniu i pobudzaniu wewnętrznych sił, rozpoznawaniu ukrytych i nietkniętych zasobów oraz kierowaniu się na ścieżkę prowadzącą do zaprojektowania życia, które zawsze chcieliście prowadzić” (Rosen, Litting 2013).

Tematy Why Not Now są znane każdemu, kto pobieżnie zaznajomił się z samopomocą i jej ogólnikowo sformułowanymi sloganami: bądź szczęśliwy, dbaj o swoje ciało, rozwijaj pozytywne nastawienie, dotrzyj do swoich najskrytszych, wewnętrznych emocji. Trenerzy tacy jak Rosen i Litting są ważnymi stronnikami tego ruchu.

Mimo że nieznanymi jeszcze kilka dekad temu, *life coaching* jest obecnie niezwykle popularnym zawodem. Na całym świecie żyje około 45 tys. trenerów, a przemysł jako całość generuje 2 miliardy dolarów dochodu rocznie (Brodesser-Akner 2013). Trenerzy są bardzo różnie przygotowani do swojego zawodu: począwszy od ludzi z niewielkim lub żadnym wykształceniem aż do doktorów psychologii klinicznej z wieloma latami doświadczenia zawodowego. Coachingiem zajmują się również wysoce wykwalifikowani przedstawiciele innych profesji, tacy jak psychoanalitycy, którzy przemianowują się na trenerów w oczekiwaniu, że ich interes stanie się bardziej lukratywny.

Jednym z uroków coachingu jest to, że każdy może się nim zajmować. Istnieją godne zaufania instytucje, takie jak Harvard University, które oferują certyfikaty coachingu. Szkolenia mają jednak bardzo fragmentaryczny charakter, a cała masa prywatnych dostawców oferuje krótkie, internetowe kursy.

Trenerzy pomagają klientom lepiej wypaść w pracy, znaleźć nowe zajęcie, poradzić sobie z trudnościami natury osobistej, kupić dom, poprawić stan zdrowia lub wzmocnić relację z Bogiem. Można nawet skonsultować się z tzw. „chcęlogistami” [*wantologists*], którzy zostali wyszkoleni, aby pomagać klientom w ustalaniu, czego tak naprawdę chcą (Hochschild 2012, s. 219–228).

The International Coach Federation, organizacja kluczowa dla tego przemysłu, opisuje coaching jako „współpracę z klientami przy prowokującym do myślenia i kreatywnym procesie, który inspiruje ich do maksymalizacji osobistego i zawodowego potencjału”. Dobry trener musi „traktować klienta jak eksperta w dziedzinie własnego życia i pracy oraz wierzyć, że każdy klient jest kreatywny, przedsiębiorczy oraz kompletny”.

Tym, co czyni coaching tak atrakcyjnym, jest to, że nie zna granic i może przybierać eksperymentalne, rozrywkowe formy. Przykładem tego jest rosnąca popularność techniki znanej jako *equine assisted coaching*, w której konie mają pomóc ludziom odblokować ich ukryte moce. Usługę oferuje, działające w Minneapolis, Wisdom Horse Coaching, które pomaga menadżerom rozwijać swoje umiejętności poprzez naukę tego, jak prowadzić konia (Lee 2011). Innym niekonwencjonalnym przykładem coachingu jest weekendowy program „Escape from the Man Cage”, prowadzony przez Marthę Beck, w którym grupa rozczarowanych życiem mężczyzn przechodzi przez serię różnych ćwiczeń, od tropienia zwierząt do rozpalania ognia. W jednym ćwiczeniu mężczyźni muszą „myśleć o sobie jak o zwierzętach i korzystać jedynie ze zmysłu słuchu, aby zlokalizować i dotknąć siebie nawzajem – a wszystko po to, aby obudzić w sobie zmysły i instynkty, prawdopodobnie zabite przez pracę biurową i smartfony” (Brodesser-Akner 2013).

Pomijając rzucającą się w oczy bezprzedmiotowość, wszystkie formy coachingu opierają się na jednej idei odziedziczonej po pozytywnym myśleniu, wedle której jednostka ma zdolność do odblokowania swojego wewnętrznego potencjału. W diagnozie dotyczącej

Ameryki Północnej z lat siedemdziesiątych Christopher Lasch łączy tę ideę z charakterystycznym dla Ruchu Ludzkiego Potencjału\* nieustannym koncentrowaniem się na samoświadomości i rozwoju. Tematy te można łatwo odnaleźć wśród współczesnych trenerów życiowych. Jak mówi jeden z nich, „ty i ja od razu stanowimy całość, przedsiębiorczą, uzdolnioną i kreatywną” (Jones 2012). Inny wyznawca twierdzi, że „w coachingu chodzi o odnalezienie swojego wewnętrznego eksperta, który pomoże ci osiągnąć wyznaczone przez siebie cele” (Tahmichioglu 2008). W przeciwieństwie do bardziej ezoterycznych new-age’owych terapeutów trenerzy sprzedają swoje usługi jako praktyczne i nastawione na konkretny rezultat. Zachowawszy znaną wcześniej ideę odblokowywania wewnętrznego siebie, dodali więcej motywów zaczerpniętych ze sportu, takich jak „szczytowe osiągnięcie”. Aby stać się sobą, musisz stawać się lepszy – aby stawać się lepszy, musisz osiągać swoje cele. Eksplorowanie i odkrywanie siebie przemieniono w samorealizację i samopoprawę.

Uzucie marazmu doprowadziło jedną z klientek Marthy Beck do wzięcia udziału w pięciodniowej podróży do Afryki (koszt: 10 tysięcy dolarów). W trakcie wyprawy odkryła, że problemem nie jest wykonywana przez nią praca (była chirurgiem-pediatrą), lecz jej sposób myślenia. „Nie to, czym się zajmuję, jest przedmiotem nienawiści. Wszystkie te tak zwane problemy, o których sądziłam, że są spowodowane poczuciem mojego niedopasowania i bycia niewystarczająco dobrą w pracy – zrozumiałam, że znajdują się one w mojej głowie, a nie na zewnątrz mnie” (Brodesser-Akner 2013). W poradzie, którą daje Beck, pobrzmiewa echo przekazu Rosen

---

\* *Human Potential Movement* – powiązany z kontrkulturą lat 60. XX w. synkretyczny ruch religijno-naukowy „badający” ukryty głęboko w każdym człowieku potencjał twórczy, który należało rozbudzić dzięki różnorodnym praktykom transgresyjnym [przyj. tłum.].

i Littinga, dwóch brooklyńskich trenerów, których poznaliśmy na początku tego rozdziału. W swojej audycji radiowej zachęcali słuchaczy do tego, aby nie patrzyli na zewnątrz, lecz skierowali spojrzenie ku swojemu wnętrzu.

Idea mówiąca, że wszyscy posiadamy ukryty potencjał, wydaje się bardzo atrakcyjna. Jest również coś nęcącego w podnoszeniu swojej samooceny: przekonanie, że możemy stać się lepszymi wersjami nas samych, emocjonalnie i duchowo. Istnieją jednak dobre powody ku temu, aby być sceptycznym w stosunku do tych idei. Socjolożka Arlie Russel Hochschild w swojej krytycznej analizie zauważa, że coaching implikuje dziwną formę „outsourcingu”. Jak przekonuje, obecnie zlecamy komuś innemu [*outsource*] te spośród intymnych aspektów naszego życia, którymi wcześniej zajmowaliśmy się sami. Zatrudniamy trenera, aby pomógł nam udoskonalić profile internetowe, w nadziei, że dzięki temu pójdziemy na randkę. Pytamy trenerów o to, czego aktualnie chcemy w życiu. Gdy konsultujemy się z nimi w ten sposób, czynimy z naszej rzeczywistości codziennej szeroki obszar ekspertyzy. W miarę, jak podwykonawcami naszego życia intymnego stają się profesjonaliści, przekonuje Hochschild, tracimy coś fundamentalnego. Angażujemy się w krętą wyprawę po doskonałość, a w tym samym czasie, aby było nas stać na więcej porad, musimy wypracowywać więcej godzin. Na tym polega ironia pułapki coachingu: „Im bardziej podenerwowani, odizolowani i pozbawieni czasu jesteśmy, tym chętniej zwracamy się ku sektorowi usług osobistych. Aby je sfinansować, musimy pracować dłużej. Pozostawia nam to niewiele czasu dla rodziny, przyjaciół i sąsiadów; mniej chętnie dzwoniemy do nich po pomoc, a oni do nas” (Hochschild 2012).

Istnieje jednak jeszcze inny powód, aby być podejrzliwym wobec coachingu: powierzając nasze życie intymne w ręce samozwańczych ekspertów–podwykonawców jednocześnie zrzuca on na nas samych odpowiedzialność. Jednym z głównych motywów

przewijających się przez większość coachingowych interwencji\* jest to, że musimy brać odpowiedzialność za swoje życie i dobre samopoczucie. Złą stroną tego podejścia jest obwinianie samych siebie za wszystkie ewentualne problemy, niezależnie od tego, czy chodzi o kryzysy w związkach, utratę pracy czy poważne schorzenia. Dobre samopoczucie to wybór – *mój* wybór – i jako taki jest także moim obowiązkiem. Dręcząca świadomość tej odpowiedzialności wywołuje intensywne uczucie niepokoju. Jak pokazuje Renata Salecl, do zadań trenera należy chwilowe osłabienie tego niepokoju. Podczas rozmowy z nim usuwamy część naszych niepewności, ale trener nie jest autorytarną, ojcowską figurą, która mówi nam, co mamy robić i jak się zachowywać. Mówiąc słowami Salecl, kluczowe jest to, żeby trener „nie zachowywał się jak wymagający posłuszeństwa władca”. Zamiast tego „ma być kimś w rodzaju dobrodusznego pomocnika, którego jednostka zdecydowała się posłuchać” (Salecl 2010, s. 49). To tutaj możemy dostrzec inną stronę trenera: nie łagodzi już niepokojów klienta, lecz spycha tyranię wyboru z powrotem na niego. Standardową techniką, stosowaną przez wielu trenerów, jest zadawanie klientowi pytań w stylu: „wyobraź sobie, że pieniądze lub inne ograniczenia nie stanowią problemu – jak wyglądałoby twoje życie za dziesięć lat?”. Tego typu pytania zachęcają klienta do snucia fantazji. Prędzej czy później zmienia się to jednak w okrutną grę, w której trenerzy starają się wymóc na swoich podopiecznych, aby *zobaczyli*, że jedynym ograniczeniem w zrealizowaniu ich fantazji są oni sami.

Poprzez ponowne zepchnięcie niepokoju na jednostkę, trener nie tyle zwalcza traumę wyboru, co intensyfikuje ją. I to właśnie, twierdzi Salecl, jest esencją ideologii coachingu: „(...) podkreśla [ona], że kryzys egzystencjalny i lęk są odzwierciedleniem braku silnej woli lub osłabieniem pewności siebie” (tamże, s. 50). Z racji

---

\* Pojęcie „interwencji coachingowej” lub „interwencji kryzysowej” w nowym rozwinięciu osobistego oznacza moment, w którym trener zaczyna pracować z daną osobą lub grupą [przyp. tłum.].

braku zewnętrznego autorytetu, odpowiedzialność spada na jednostkę. Autorytarny ojciec znika jedynie po to, aby powrócić w innej osobie: nie jako krzyczący na ciebie rozgniewany mężczyzna z drżącymi nozdrzami, lecz jako niewidzialna postać zintegrowana z twoim mózgiem. Fakt, że nigdy cię nie opuści, czyni tę figurę trudniejszą do zniesienia. Im bardziej się na nią złościś i im bardziej cię ona frustruje, tym silniej zamykasz się w sobie.

Podobną zależność zauważa Christopher Lasch. Według niego w wyniku politycznego zamieszania lat sześćdziesiątych (Wietnam, Watergate itd.) wielu ludzi odwróciło się od polityków oraz instytucji postrzeganych jako paternalistyczne i zamiast tego skupiło się na indywidualnych zajęciach, takich jak przywoływane już wcześniej „lekcje baletu czy tańca brzucha” lub „zanurzanie się w mądrości Wschodu”. Nie czyni to jednak naszego życia wygodniejszym czy bardziej wielkodusznym. „Wręcz przeciwnie, jedynie pobudza rozwój srogiego i karzącego *nad-ja*” (Lasch 1979, s. 177).

Lasch sugeruje, że zamiast zajmować się problemem podmiotowych lęków, kultura terapeutyczna tylko dolewa oliwy do narcystycznego ognia. Inni ludzie stają się dla klienta interesujący o tyle, o ile mogą nauczyć go więcej o nim samym. Dzięki systemowi oceny 360° możesz zebrać opinie innych ludzi oraz spożytkować je dla samorozwoju\*. To bardzo samotny świat, kontynuuje Lasch, w którym człowiek jest otoczony ideałami i wyobrażeniami o sobie. Co gorsza, ta intymna relacja, którą rozwinął ze sobą samym, może obrać brutalny kierunek. Jak pokazuje Slavoj Žižek w *The Ticklish Subject*, „wyobrażone ideały, takie jak sukces i sprawność fizyczna, często zwracają się przeciw *ja*. Iluzja tego, że istniejemy ponad społeczeństwem i że jesteśmy zdolni do kształtowania samych siebie w obrazy doskonałości, doprowadza w rezultacie do powrotu agresywnego *nad-ja*” (Žižek 2010, s. 368). Chodzi tutaj o specjalny rodzaj *nad-ja*, który nie mówi „nie”, nie mówi, ani co możemy lub czego nie możemy robić.

---

\* *360-degree feedback* – metoda oceny pracownika, w której zbiera się o nim informacje z wielu źródeł (od współpracowników, klientów, przyjaciół) [przyp. tłum.].

Podobnie jak trener, jest to figura, która każe nam robić więcej, aby być lepszym, aby być sobą. Jednocześnie *nad-ja* jest wiecznie niezadowolone, wciąż wytyka nam, że mogliśmy wypaść o wiele lepiej. „Zatem otrzymujemy podmiot, który jest ekstremalnie narcystyczny”, pisze Žižek. „Ta narcystyczna samoświadomość podmiotu w żadnym wypadku nie pozwala mu na trwanie w niezakłóconej równowadze, wystawia go na pastwę (nie tak miłosiernego) miłosierdzia *nad-ja*, które głosi przykazanie rozkoszy” (tamże).

Gdy uważnie wsłuchamy się w głos tego postmodernistycznego *nad-ja*, zauważymy, że jego przekaz nie jest szczery. Ma on raczej ironiczny charakter, ponieważ *nad-ja* wie, że radości ostatecznie nie można osiągnąć, zwłaszcza gdy mówi się o niej w trybie rozkazującym.

Mimo to widzimy i słyszymy ten nakaz codziennie na każdym kroku, w samopomocowych książkach czy korporacyjnych ćwiczeniach integracyjnych. Dlaczego wciąż szukamy radości w tak desperacki sposób, skoro od początku wiemy, że rezultat nas rozczaruje? Być może w ogóle się za nią nie rozglądamy i po prostu staramy wtopić się w tłum. Powinniśmy zrozumieć, że wytrenowane *ja* [*the coached self*], które zostało nauczone brania pełnej odpowiedzialności za wybory życiowe, to *ja* najlepiej przygotowane na spotkanie ze sprzecznymi wymaganiami współczesnego kapitalizmu: bycia jednocześnie ekstrawertykiem oraz introwertykiem, elastycznym i skupionym, łatwo przystosowującym się oraz idiosynkratycznym. Inaczej mówiąc, coaching nie stara się poprawiać samopoczucia lub uczyć, jak cieszyć się życiem. To technika mająca na celu zmianę kształtu *ja*. Poznamy teraz osobę, która wzięła sobie ten przekaz do serca i w pełni dostosowała się do wymagań ekstremalnej wydajności, elastyczności i innowacyjności. To on/a naszych czasów\*.

---

\* W oryginale gra słów „the wo/man of now”. Autorzy odwołują się w tym miejscu do dwóch spotów reklamowych KIA Motors z 2013 r. – *The Man of Now* i *The Woman of Now*. Połączenie tytułów reklam podkreśla symetryczność i płynność obojga pokazanych w nich hipernowoczesnych postaci, o której autorzy piszą w podrozdziale [przyj. tłum.].