

Agnieszka Zawadzka<sup>1</sup>, Lidia D. Czarkowska<sup>2</sup>

## Wartości w działaniu jako droga do eudajmonistycznego dobrostanu w procesie coachingowym – model PERMA

### Abstrakt

W artykule został zaprezentowany autorski model coachingu PERMA, służący urzeczywistnianiu dobrostanu poprzez wartości w działaniu, oraz podstawy teoretyczne tego modelu, czyli Teoria Autentycznego Szczęścia oraz model życia przyjemnego, życia dobrego (zaangażowanego) i życia sensownego Martina Seligmana, a także jego późniejsza Teoria dobrostanu. Autorki odniosły się także do koncepcji cnót i mocnych stron charakteru Christophera Petersona i Martina Seligmana. Zaproponowały, żeby w procesie coachingowym wg modelu PERMA wykorzystać klasyfikację cnót i mocnych stron charakteru VIA (Values in Action).

**Słowa kluczowe:** dobrostan, psychologia pozytywna, szczęście, rozkwit, mocne strony charakteru

## Values in Action as a Path Towards Eudemonic Well-being in the Coaching Process – the PERMA Model

### Abstract

The article presents the original PERMA model of coaching. Theoretical bases of the model are outlined, i.e. the Authentic Happiness Theory, along with three models devised by Martin Seligman: the pleasant life, the good (committed) life and the meaningful life, as well as his well-being theory formulated later. Authors also refer to the concept of character strengths and virtues introduced by Christopher Peterson and Martin Seligman, and propose the application of the classification of character strengths and virtues VIA (Values in Action) in the coaching process based on the PERMA model.

**Keywords:** well-being, positive psychology, happiness, flourishing, strengths of character

---

<sup>1</sup> SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu, e-mail: azawadzka.pl@gmail.com

<sup>2</sup> Akademia Leona Koźmińskiego, e-mail: lidia@kozminski.edu.pl

## Wstęp

Coaching jest procesem, którego istotę stanowi wspieranie rozwoju człowieka poprzez ułatwianie mu autorefleksji, samoregulacji oraz zwiększanie jego efektywności osobistej w służbie realizacji wyznaczonych celów i osiągnięciu poczucia spełnienia. Taka definicja celów coachingu bezpośrednio wpisuje się w ideę psychologii pozytywnej, której cechą szczególną jest skupianie się na mocnych stronach i zasobach człowieka oraz wzmacnianiu pozytywnego funkcjonowania i zdrowia psychicznego. Linley i Harrington (2005) podkreślają, że coaching wymaga koncentracji na pozytywnych aspektach natury ludzkiej, a w szczególności na wspieraniu procesu osobistego rozwoju oraz implementacji pozytywnych zmian. Z kolei Gable i Haidt (2005) wskazują, że celem psychologii pozytywnej jest analiza czynników i mechanizmów warunkujących optymalne funkcjonowanie jednostek, grup i organizacji. Kauffman, Boniwell i Selberman (2015) piszą wprost, że coaching stanowi idealną metodę, dzięki której możliwa jest aplikacja wiedzy teoretycznej z obszaru psychologii pozytywnej do praktyki coachingu.

Spośród rozmaitych szkół coachingu coaching oparty na psychologii pozytywnej (*Positive Psychology Coaching* – PCC) ma mocne podstawy naukowe (Kauffman, Boniwell i Selberman, 2015). Jego esencją jest wspieranie klientów w podnoszeniu poziomu dobrostanu, wykorzystywaniu mocnych stron i poprawie osiąganych wyników oraz realizacji istotnych celów. Jednym z głównych założeń leżących u podstaw PCC jest przekonanie, że poprzez badania naukowe można zaprojektować modele i interwencje pozwalające uzyskać najlepsze rezultaty w zakresie pozytywnej transformacji ludzkiego życia w procesie coachingu. Wiedza naukowa staje się coraz częściej nieodzownym składnikiem praktyki coachingowej. Dzięki temu profesjonalny coach może opierać się na ugruntowanych teoriach i wynikach badań, a także korzystać z wiarygodnych narzędzi oraz metod (Czarkowska, 2010), np. związanych z rozwojem prężności psychicznej (Tedeschi i Calhoun, 2004), nadziei na sukces (Snyder, 2002), pozytywnej emocjonalności (Fredrickson, 2009) czy koncepcji cnót i mocnych stron charakteru (Peterson i Seligman, 2004).

Z tego względu naszym celem jest przybliżenie coachom trzech konstruktywów sformułowanych w ramach psychologii pozytywnej: 1. Teorii **Autentycznego szczęścia** (Seligman, 2005), 2. Teorii dobrostanu **PERMA** (Seligman, 2011); 3. Koncepcji

cji cnót i mocnych stron charakteru (Peterson i Seligman, 2004), a także pokazanie, w jaki sposób ta wiedza może wzbogacić praktykę coachingową w kontekście budowania dobrostanu klienta.

## Teoria Autentycznego szczęścia Martina Seligmana

Zdaniem Martina Seligmana (2011) nadrzędnym celem psychologii pozytywnej jest podnoszenie poziomu *rozkwitu* (*flourishing*) w życiu osobistym ludzi, a także na całym świecie. Emocje pozytywne doświadczane w teraźniejszości zostały podzielone przez Seligmana (2005) na dwie główne kategorie: 1. **przyjemności**, czyli a) **doznania cielesne** i b) tzw. **przyjemności wyższe** oraz 2. **gratyfikacje**, czyli czynności, które mogą nas całkowicie pochłonąć, w pełni zaangażować, a ich wykonywanie prowadzi do *stanu uskrzydlenia* (*flow*; Csikszentmihalyi, 2009). Teoria *Autentycznego szczęścia* (*Authentic happiness*) (Seligman, 2005) stworzona przez tego autora przedstawia *pełne życie*, na które składają się trzy aspekty: życie przyjemne, życie dobre (zaangażowane) oraz życie sensowne.

*Życie przyjemne* (*Pleasant life*) oznacza skuteczne poszukiwanie **pozytywnych emocji**, w odniesieniu zarówno do przeszłości, jak i do teraźniejszości i przyszłości. Emocje pozytywne dotyczące przeszłości to np. satysfakcja, spełnienie czy spokój. Wśród emocji pozytywnych związanych z przyszłością można wskazać np. nadzieję, optymizm, zaufanie. Do przyjemności zaliczają się przyjemne doznania cielesne, które uznawane są za krótkotrwałe emocje pozytywne doświadczane poprzez zmysły (np. przyjemne smaki i zapachy, piękne widoki, przyjemne dźwięki, przyjemny dotyk, doznania seksualne), natomiast do przyjemności wyższego rzędu zaliczane są czynniki i zdarzenia o charakterze intelektualnym. Choć przyjemności wyższego rzędu są bardziej złożone niż przyjemności cielesne, to również one przeżywane są w sposób krótkotrwały. Jak podaje Seligman, przyjemności wyższego rzędu „określane są przez uczucia, które przyjemności te wywołują: ekstaza, uniesienie, zachwyty, ekscytacja, rozkosz, radość, błogość, wesołość, uciecha, rozbawienie, odprężenie i tym podobne” (Seligman 2005, s. 335). Zarówno przyjemności odnoszące się do chwil bieżących, jak i emocje pozytywne odczuwane w stosunku do przeszłości oraz przyszłości leżą u podstaw subiektywnych przeżyć i doznań danej jednostki. Życie przyjemne wiąże się tylko z emocjami pozytywnymi, wynikającymi z doświadczania **przyjemności**.

*Życie dobre (zaangażowane)* (*Engaged life*) polega natomiast na wykorzystywaniu **zalet sygnaturowych**, charakterystycznych dla danego człowieka, po to, aby uzyskać maksymalny poziom **gratyfikacji** w najważniejszych sferach życia, takich jak np. praca, rodzina, miłość, znalezienie celu. W przeciwieństwie do

przyjemności, będących uczuciami, gratyfikacje są czynnościami, które człowiek lubi wykonywać (np. tańczenie, uprawianie sportu, ciekawe rozmowy). W czasie trwania aktywności będących źródłem gratyfikacji człowiek jest całkowicie zaangażowany i pochłonięty przez wykonywane działanie i traci poczucie upływającego czasu. Jednak dopiero po ich zakończeniu jest on w stanie świadomie odczuwać emocje, które mu wtedy towarzyszyły (np. „Co to była za radość!”). W celu osiągnięcia i trwałego zwiększania gratyfikacji konieczne jest też wykorzystywanie i rozwijanie osobistych mocnych stron (zalet sygnaturowych). Seligman (2005) wyróżnił sześć uniwersalnych cnót kardynalnych, takich jak: 1. Mądrość i wiedza, 2. Odwaga, 3. Miłość i humanitaryzm, 4. Sprawiedliwość, 5. Umiarkowanie, 6. Transcendencja. Sposobem osiągnięcia tych cnót są 24 zalety, mocne strony charakteru, które tworzą indywidualne układy, specyficzne dla danej jednostki.

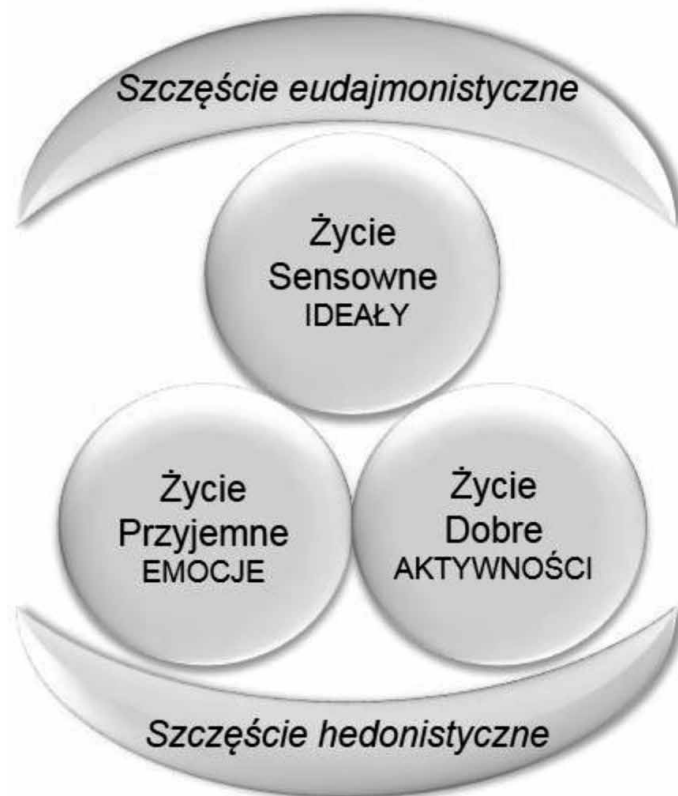
Życie sensowne (*Meaningful Life*) zawiera zdaniem Seligmmana jeszcze jeden element, który nie jest uwzględniony w przypadku życia dobrego, wiąże się bowiem z wykorzystywaniem własnych zalet sygnaturowych oraz cnót dla dobra czegoś znacznie większego i wykraczającego ponad życie danej jednostki (np. działalność na rzecz dobra innych ludzi, kultury czy cywilizacji). Zdaniem Seligmmana (2005) szczęście człowieka, poza tym, że jest związane z doświadczaniem chwilowych i subiektywnych stanów przyjemności, zawiera w sobie także poczucie, że jest ono *autentyczne*. Owo poczucie autentyczności wynika nie tyle z subiektywnej oceny dokonywanej przez danego człowieka, ile przede wszystkim z osiągnięcia gratyfikacji i doświadczania emocji pozytywnych płynących z wykorzystywania osobistych zalet sygnaturowych.

Podsumowując: szczęśliwe życie zdaniem Martina Seligmmana oznacza *życie pełne*, czyli takie, które stanowi połączenie przyjemności, gratyfikacji oraz sensu (Czapiński, 2012) i z tego względu stanowi swoistą syntezę idei szczęścia hedonistycznego i eudajmonistycznego (rysunek 1).

Warto wspomnieć, że badacze dobrostanu opisali zjawisko określane w literaturze jako „hedonistyczny młyn” (*hedonic treadmill*; Brickman i Cambell, 1971; Diener, Lucas, Scolon, 2006). U jego podstaw znajduje się założenie, że każdy człowiek posiada swój indywidualny, bazowy poziom dobrostanu. Mechanizm adaptacyjny sprawia, że zarówno po doświadczeniach pozytywnych, jak i negatywnych człowiek w sposób naturalny powraca do swojego wyjściowego poziomu szczęścia. Negatywne przeżycia prowadzą jednak do doświadczania bardziej intensywnych i trwalszych stanów emocjonalnych niż przeżycia pozytywne, w wyniku czego proces adaptacji do nich wymaga więcej czasu. Z tego względu emocje negatywne silniej oddziałują na subiektywne poczucie szczęścia. Należy też pamiętać, że korzystna proporcja emocji pozytywnych do negatywnych dla efektywnego funkcjonowania jednostek, par, a także zespołów, wynosi co naj-

mniej 3:1 (Fredrickson i Losada, 2005; Fredrickson, 2013; Werner-Maliszewska i Zawadzka, 2015). Dlatego też emocje pozytywne, jako że są bardziej subtelne i ulotne – wymagają wzmacniania i kultywowania – aby móc ich doświadczać w powtarzalny i ciągły sposób. Coaching może być w tym kontekście bardzo pomocnym i wspierającym procesem, ponieważ służy tworzeniu strategii prowadzących do optymalnych doświadczeń poprzez intensyfikowanie emocji pozytywnych i ograniczanie negatywnych, co sprzyja utrzymywaniu korzystnego bilansu afektywnego i budowaniu dobrostanu.

Rysunek 1. Szczęście hedonistyczne i eudajmonistyczne a życie przyjemne, dobre i sensowne



Źródło: opracowanie własne na podstawie Seligman (2005).

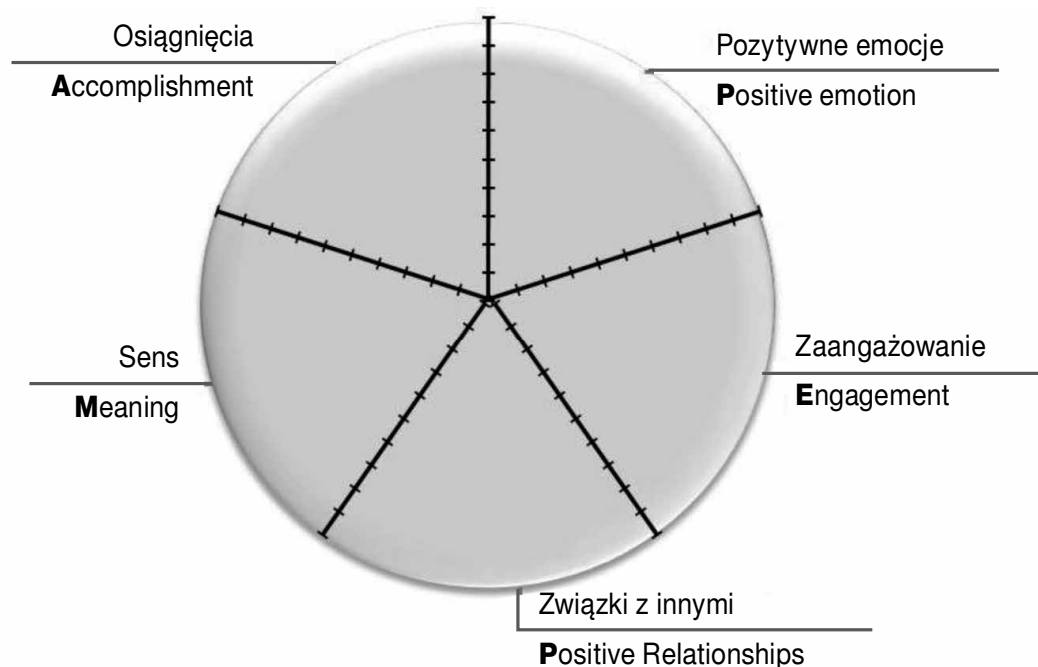
## Teoria dobrostanu Martina Seligmana

Martin Seligman dokonał w późniejszym okresie modyfikacji koncepcji autentycznego szczęścia, ponieważ uznał istnienie jeszcze dwóch aspektów mających wpływ na poziom szczęścia człowieka. Zaktualizowana wersja jego koncepcji (Seligman, 2011) została przez niego nazwana „Teorią dobrostanu”. Autor definiuje

dobrostan jako konstrukt składający się z pięciu mierzalnych i niezależnych od siebie komponentów. Trzy pierwsze składniki pozostały formalnie takie same jak w teorii *Autentycznego szczęścia*. Są to: 1) *pozytywne emocje*, 2) *zaangażowanie* i 3) *sens*. W zaktualizowanej formie koncepcja została rozszerzona o dwa dodatkowe elementy: 4) *osiągnięcia* i 5) *pozytywne związki z innymi ludźmi*. Osiągnięcia rozumiane są jako cele same w sobie, np. dążenie jednostki do sukcesów, wysokich wyników, wygranych i mistrzostwa w danej dziedzinie. Motywacja płynie tu z potrzeby osiągnięć i nie musi łączyć się ani z przyjemnościami, ani z głębszym poczuciem sensu, ani też poprawiać relacji z innymi ludźmi. Piąty, relacyjny element uwzględnia jeden z najbardziej podstawowych motywów ludzkiego zachowania, jakim jest potrzeba tworzenia więzi z innymi ludźmi (McAdams, 1990; Stevens i Fieske, 1995), będąca częścią naszego gatunkowego dziedzictwa (Baumeister i Leary, 1995).

Model dobrostanu Seligmana znany jest w literaturze psychologicznej pod akronimem PERMA, stanowiącym skrót od pierwszych liter angielskich nazw kolejnych komponentów, czyli: *Positive emotion, Engagement, Relationships, Meaning i Accomplishment* (rysunek 2).

Rysunek 2. Model PERMA ze skalą dostosowany do pracy z klientem coachingu



Źródło: opracowanie własne na podstawie Seligman (2011).

Jak podaje Seligman (2011), każdy ze składników dobrostanu musi spełnić trzy kryteria: „1. Musi przyczyniać się do poprawy samopoczucia. 2. Wielu ludzi musi

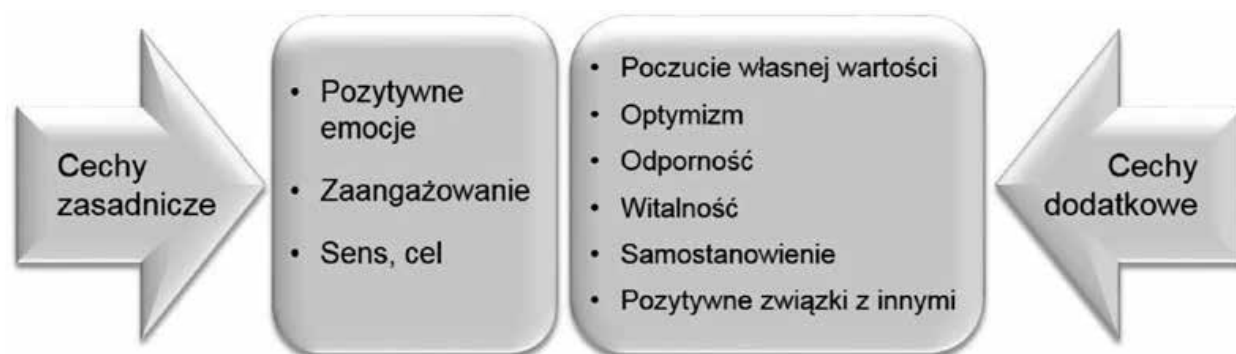
go poszukiwać dla niego samego, a nie tylko po to, żeby w ten sposób uzyskać jakiś inny element. 3. Musi dawać się zdefiniować i zmierzyć niezależnie od pozostałych elementów” (Seligman, 2011, s. 33).

W teorii dobrostanu pozytywne emocje oceniane są wyłącznie w odniesieniu do subiektywnych myśli i uczuć osoby, która ich doświadcza – to ona dokonuje samooceny w tym zakresie. Podobnie jest w przypadku zaangażowania, którego odczuwanie ma również charakter czysto subiektywny. Pozostałe trzy komponenty dobrostanu (sens, związki z innymi oraz osiągnięcia) zawierają w sobie zarówno subiektywne, jak i obiektywne miary. Do określania dobrostanu niewystarczające jest posiadanie tylko subiektywnych kryteriów oceny, potrzebne są też wskaźniki obiektywne. Według Seligmana (2011) człowiek może być bowiem błędnie przeświadczony, że doznaje stanu pochłonięcia daną czynnością, odnalazł głębszy sens swojego życia, ma duże osiągnięcia czy dobre związki z innymi ludźmi. Dobrostan nie może zatem istnieć wyłącznie w umyśle danej jednostki, ponieważ stanowi on połączenie pozytywnych uczuć z realnym sensem, rzeczywistymi osiągnięciami czy prawdziwymi dobrymi relacjami.

Zdaniem Seligmana (2011) życiowe decyzje i wybory ludzi motywowane są chęcią maksymalizacji każdego z pięciu komponentów dobrostanu, a nie, jak w przypadku teorii Autentycznego szczęścia, maksymalizacją poczucia szczęścia i zadowolenia z życia. Poddając krytyce swoją poprzednią teorię, Seligman (2011) posługuje się naukowo potwierdzonym faktem, że pary, które nie mają dzieci, są przeciętnie bardziej szczęśliwe i zadowolone z życia niż pary, które posiadają dzieci. Zdaniem Seligmana oznacza to, że maksymalizacja szczęścia nie może stanowić głównego celu dla gatunku ludzkiego, ponieważ w ten sposób ludzkość nie przetrwałaby. Dopiero szersze ujęcie dobrostanu, w którym uwzględniony jest głębszy sens oraz relacje z innymi ludźmi umożliwia wyjaśnianie wielu życiowych decyzji, takich jak np. posiadanie dzieci czy opieka nad starszymi bliskimi osobami. Poczucie szczęścia i zadowolenia z życia stanowią tylko subiektywne aspekty dobrostanu, które są ważne, jednak na pełny dobrostan składają się także aspekty obiektywne.

Miernikiem dobrostanu rozumianego zgodnie z teorią Martina Seligmana jest osobisty *rozkwit* (życie pełnią życia) (Seligman, 2011). Pojęcie rozkwitu nie jest jak do tej pory w literaturze psychologicznej jednoznacznie dookreślone. Operacyjną definicję „rozkwit”, nawiązującą bezpośrednio do tej koncepcji, zaproponowała dwójka badaczy z Uniwersytetu w Cambridge – Felicia Huppert i Timothy So (2009). Według nich pojęcie „rozkwit” dotyczy posiadania wszystkich trzech „cech zasadniczych”, wśród których wyróżnione zostały: pozytywne emocje, pochłonięcie/zainteresowanie oraz sens/cel, a ponadto co najmniej trzech spośród sześciu „cech dodatkowych”, takich jak: poczucie własnej wartości, optymizm, odporność, witalność, samostanowienie i pozytywne związki z innymi (rysunek 3).

Rysunek 3. Elementy składowe operacyjnej definicji rozkwitu



Źródło: opracowanie własne za: Huppert i So (2007, s. 48).

## Cnoty i mocne strony charakteru jako droga do eudajmonistycznego szczęścia

Kolejna różnica między starą i nową wersją teorii Martina Seligmana dotyczy kwestii cnót i zalet charakteru. Teoria Autentycznego szczęścia zakładała, że ludzie, dokonując swoich wyborów, kierują się osiągnięciem jak najlepszego samopoczucia i rola mocnych stron ograniczała się wyłącznie do wspierania doświadczenia zaangażowania. W nowej wersji teorii podstawą wszystkich pięciu komponentów dobrostanu są natomiast *mocne strony charakteru*. Innymi słowy, jednostka wykorzystując swoje zalety sygnaturowe, doświadcza więcej emocji pozytywnych, uzyskuje więcej poczucia sensu, zdobywa więcej osiągnięć i buduje bardziej pozytywne związki z innymi ludźmi. Jest to bliskie arystotelesowskiej idei *eudajmonii*, której esencję stanowi dążenie przez człowieka do najwyższego osiągalnego dobra, czyli szczęśliwość, do której prowadzą działania zgodne z cnotami.

Klasyfikacja cnót (*virtues*) i mocnych stron charakteru (*character strengths*) VIA (*Values in Action* – Wartości w działaniu) została stworzona przez Christophera Petersona i Martina E. P. Seligmana i opisana w książce pt. *Character strengths and virtues: A handbook and classification* (2004). Książka ta nazywana jest też *Podręcznikiem zdrowia psychicznego (Manual of the sanities)*. Sformułowana przez nich lista cnót i zalet charakteru jest swoistym pozytywnym odpowiednikiem klasyfikacji zaburzeń psychicznych stworzonym przez Amerykańskie Towarzystwo Psychiatryczne (*Diagnostic and statistical manual of mental disorders* – DSM).

We współpracy z Katherine Dahlsgaard, Seligman i Petersen dokonali przeglądu cnót wskazywanych w dziełach: Arystotelesa, Platona, Św. Tomasza z Akwinu, Św. Augustyna, w Starym Testamencie, Talmudzie, Upaniszadach i Koranie oraz dziełach Konfucjusza, naukach Buddy i Lao-cy, a także w Busido (kodeksie Samu-



rajów) oraz pracach Benjamina Franklina (za: Seligman, 2005, s. 180). W wyniku wykonanej przez nich analizy około 200 różnych katalogów cnót wyróżniono 6 cech obecnych w prawie każdej religijnej i filozoficznej tradycji. Są to:

- mądrość i wiedza (*Wisdom/Knowledge*),
- odwaga (*Courage*),
- miłość/humanitaryzm (*Humanity*),
- sprawiedliwość (*Justice*),
- umiarkowanie (*Temperance*),
- transcendencja (*Transcendence*).

Jakości te są zbyt abstrakcyjne, aby możliwa była ich psychologiczna operacjonalizacja oraz naukowy pomiar. Z tego względu autorzy posłużyli się pojęciem zalet sygnaturowych i stworzyli klasyfikację tzw. *mocnych stron charakteru*, dzięki którym możliwe jest osiągnięcie tych cnót i które stanowią ich swoiste przejawy. W polskiej literaturze psychologicznej można spotkać się z dwoma sposobami tłumaczenia źródłowej nazwy: *character strenghts*. Bywa ona tłumaczona jako silne strony charakteru (np. Trzebińska, 2008, Gulla i Tucholska, 2007) lub jako mocne strony charakteru (Najderska i Ciecuch, 2013). Autorki niniejszego artykułu posługują się określeniem „mocne strony charakteru”, zgodnie z terminologią zaproponowaną przez Małgorzatę Najderską i Jana Ciecucha: „Każdej cności przyporządkowany jest zbiór kilku mocnych stron charakteru. Stanowią one zestaw pozytywnych cech człowieka, których posiadanie w różnych kulturach i okresach historycznych uznawane było za istotne dla osiągnięcia dobrego, szczęśliwego życia. Przejawiają się one w myślach (*thoughts*), uczuciach (*feelings*) i zachowaniach (*behaviors*)” (Peterson i Seligman, 2004; Park, 2009; za: Najderska i Ciecuch, 2013, s. 66).

Seligman (2005) podkreśla, że w odróżnieniu od talentów, które są w znacznej mierze wrodzone i automatyczne, zalety są cechami moralnymi, bardziej podlegają woli jednostki i są w znacznie większym stopniu podatne na rozwój.

**Wartości w działaniu. Klasyfikacja cnót i mocnych stron charakteru VIA (Peterson i Park, 2007, s. 270; VIA–Classification of character strengths).**

#### 1. Mądrość i wiedza (*Wisdom/Knowledge*) – siły poznawcze obejmujące gromadzenie i stosowanie wiedzy.

- **Kreatywność/twórczość (*Creativity [originality, ingenuity]*):** myślenie o nowych i kreatywnych sposobach robienia pewnych rzeczy; obejmuje osiągnięcia artystyczne, jednak nie ogranicza się tylko do nich.

- **Ciekawość** (*Curiosity [interest, novelty-seeking, openness to experience]*): zainteresowanie bieżącymi doświadczeniami; uznawanie wszystkich przedmiotów i tematów za fascynujące; eksplorowanie i odkrywanie.
  - **Ocena/myślenie krytyczne** (*Judgment [critical thinking]*): zastanawianie się nad rzeczami i analizowanie ich ze wszystkich stron; unikanie pochopnych wniosków, umiejętność zmiany zdania pod wpływem dowodów; uczciwa ocena wszystkich dowodów.
  - **Zamięłowanie do uczenia się** (*Love of Learning*): doskonalenie nowych umiejętności, poszerzanie swojej wiedzy na różne tematy oraz z różnych dziedzin, samodzielne lub formalnie w instytucjach edukacyjnych. Cecha ta w oczywisty sposób jest związana z ciekawością, ale wykracza poza nią, opisuje tendencję do systematycznego poszerzania wiedzy.
  - **Perspektywa** (*Perspective [wisdom]*): zdolność do oferowania mądrej rady innym; sensowne patrzenie na świat.
2. **Odwaga** (*Courage*) – siły emocjonalne, obejmujące ćwiczenia woli ukierunkowane na osiągnięcie celu na przekór zewnętrznym barierom.
- **Dzielność** (*Bravery [valor]*): niewycofywanie się pod wpływem gróźb, wyzwań, trudności lub bólu; opowiadanie się za tym, co dobre, nawet jeśli wywołuje to sprzeciw; działania zgodne z własnymi przekonaniem, nawet jeśli są niepopularne; obejmuje dzielność fizyczną, ale nie ogranicza się do niej.
  - **Wytrwałość/pilność** (*Perseverance [persistence, industriousness]*): Kończenie tego, co się zaczęło; trwanie przy obranym kursie działań, mimo przeszkód; załatwianie rzeczy tak, aby „mieć je z głowy”; znajdowanie przyjemności w przeprowadzaniu zadań do końca.
  - **Autentyczność** (*Honesty [authenticity, integrity]*): Mówienie prawdy, a szerzej – prezentowanie siebie w autentyczny sposób, bycie bezpretensjonalnym, przyjmowanie odpowiedzialności za swoje uczucia i działania.
  - **Zapał** (*Zest [vitality, enthusiasm, vigor, energy]*): Podchodzenie do życia z ekscytacją i energią, nierobienie rzeczy połowicznie lub bez pełnego zaangażowania; traktowanie życia jako przygody; poczucie ożywienia i pobudzenia.
3. **Miłość/Humanitaryzm** (*Humanity*) – siły interpersonalne obejmujące „opiekowanie się” i „obdarzanie sympatią” innych osób.
- **Intymność/Miłość** (*Love*): ceniecie bliskich relacji z innymi, w szczególności tych, w których dzielenie się i troska są odwzajemniane; bycie blisko ludzi.
  - **Życzliwość/dobroć** (*Kindness [generosity, nurturance, care, compassion, altruistic love, „niceness”]*): świadczenie przysług i dobrych uczynków innym; pomaganie im; troszczenie się o nich.

- **Inteligencja społeczna** (*Social Intelligence* [*emotional intelligence, personal intelligence*]): Bycie świadomym motywów i uczuć własnych oraz innych ludzi; wiedza na temat tego, co kieruje zachowaniem innych.
4. **Sprawiedliwość** (*Justice*) – siły obywatelskie leżące u podstaw zdrowego życia społeczności.
- **Postawa obywatelska/praca zespołowa** (*Teamwork* [*citizenship, social responsibility, loyalty*]): dobra praca jako członka grupy lub zespołu; bycie lojalnym wobec grupy; wykonywanie przydzielonych zadań.
  - **Uczciwość** (*Fairness*): traktowanie wszystkich ludzi tak samo, zgodnie z normą uczciwości i sprawiedliwości, niepozwalanie, aby uczucia osobiste wpływały zniekształcająco na decyzje podejmowane wobec innych; dawanie każdemu uczciwej szansy.
  - **Przywództwo** (*Leadership*): zachęcanie grupy, której jest się członkiem, aby wykonywała swoje zadania i jednocześnie utrzymywała dobre relacje wewnątrz grupy, organizowanie działań grupowych i pilnowanie, aby zostały one wykonane.
5. **Wstrzemięźliwość/Umiarkowanie** (*Temperance*) – siły chroniące przed nadmiarem.
- **Przebaczenie/miłosierdzie** (*Forgiveness*): wybaczenie tym, którzy postąpili źle; dawanie ludziom drugiej szansy; brak mściwości.
  - **Skromność/pokora** (*Humility*): pozwalanie, aby własne osiągnięcia mówiły same za siebie; nieposzukiwanie poklasku; nieuznawanie siebie za bardziej wyjątkowego, niż się jest.
  - **Roztropność/rozwaga** (*Prudence*): bycie ostrożnym w swoich wyborach; niepodjęcie nadmiernego ryzyka; niemówienie i nierobienie rzeczy, których można żałować.
  - **Samokontrola/samoregulacja** (*Self-Regulation* [*self-control*]): regulowanie tego, co się czuje i robi; zdyscyplinowanie; kontrolowanie swoich apetytów.
6. **Transcendencja** (*Transcendence*) – siły wytwarzające związki z szerszym uniwersum i nadające sens.
- **Szacunek/docenienie piękna i doskonałości** (*Appreciation of Beauty and Excellence* [*awe, wonder, elevation*]): zauważanie i docenianie piękna, doskonałości i/lub wprawnego wykonawstwa we wszystkich obszarach życia, od natury, przez sztukę, matematykę i nauki ścisłe, po codzienne doświadczenia.
  - **Wdzięczność** (*Gratitude*): bycie świadomym dobrych rzeczy, które się przydarzają i bycie wdzięcznym za nie; poświęcanie czasu na wyrażanie podziękowań.

- **Nadzieja** (*Hope [optimism, future-mindedness, future orientation]*): oczekiwanie nadejścia w przyszłości tego, co najlepsze i praca nad tym, aby to osiągnąć; wiara, że dobra przyszłość jest czymś, co można osiągnąć.
- **Pogoda ducha/poczucie humoru** (*Humour [playfulness]*): zamiłowanie do śmiechu i przekomarzania; uśmiechanie się do innych ludzi, dostrzeganie jasnej strony; robienie (niekoniecznie opowiadanie) żartów.
- **Duchowość** (*Spirituality [faith, purpose]*): spójne przekonanie dotyczące wyższego celu i znaczenia wszechświata; wiedza na temat swojego miejsca w szerszym planie; przekonania na temat sensu życia, które kształtują zachowanie i dają poczucie komfortu.

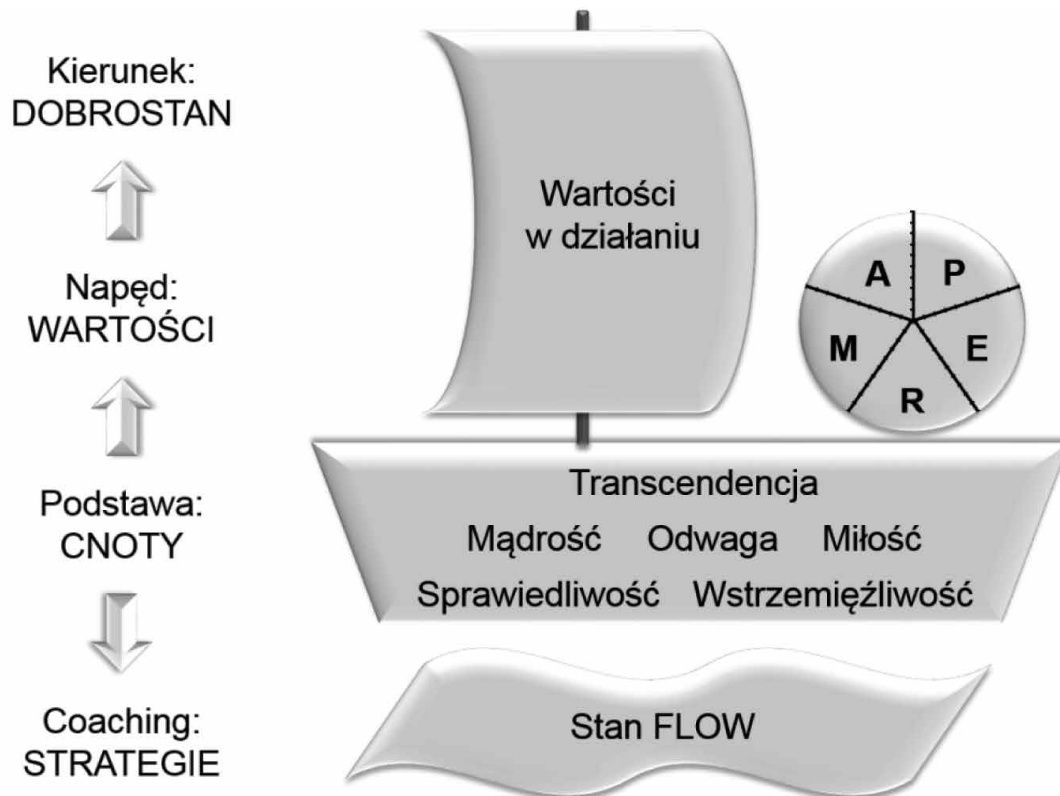
Na świecie dostępnych jest kilka wersji kwestionariusza do pomiaru mocnych stron charakteru. Pierwszą wersję stanowi kwestionariusz *Valeus in Action – Inventory of Strengths* (VIA-IS) autorstwa Petersona i Seligmana (2004). Jest on dostępny na stronie internetowej: <https://www.viacharacter.org/www/>. Kolejną wersję tego narzędzia – *International Personality Item Pool – Values in Action* (IPIP-VIA) – opracował Goldberg i można ją znaleźć pod adresem: [www.ipip.ori.org](http://www.ipip.ori.org). Polskiej adaptacji dokonali Najderska i Ciecuch (2013). Zastosowanie tych narzędzi może posłużyć w procesie coachingowym do poszerzania samoświadomości klienta oraz budowania strategii rozwojowych spójnych z posiadanymi przez niego cnotami i hierarchią wartości. Nie można zapominać o tym, jak fundamentalną rolę odgrywa uwzględnienie wartości osobistych klienta w procesie coachingu (Czarkowska i Wujec, 2013).

## Implikacje praktyczne

Opisane wcześniej koncepcje teoretyczne można zastosować w praktyce podczas procesu coachingowego. Podstawą naszego autorskiego Modelu coachingu PERMA, służącego urzeczywistnianiu dobrostanu poprzez wartości w działaniu (rysunek 4) są *cnoty* wyróżnione przez Seligmana i Petersona (2004). Z tego względu pierwszym krokiem może być dokonanie przez klienta samooceny własnych zalet sygnaturowych za pomocą wymienionych powyżej kwestionariuszy lub listy zawierającej opis mocnych stron, którą otrzyma od coacha. Na tej podstawie podczas coachingu możliwe będzie zaprojektowanie **strategii** uwzględniających wartości klienta, co wzmacnia jego spójność i autentyczność w działaniu. Korzystanie z tych cnót w codziennych aktywnościach w każdej dziedzinie życia prowadzi do doświadczania stanu **flow** i daje dostęp do głębokiej wewnętrznej motywacji klienta, której napęd stanowią właśnie **wartości w działaniu**. Celem

całego procesu coachingowego staje się wówczas dążenie do pełnego i autentycznego życia w **rozkwicie**, które pozwala urzeczywistniać pięć aspektów wyróżnionych w teorii **dobrostanu PERMA** (pozytywne emocje, zaangażowanie, pozytywne związki z innymi, sens i osiągnięcia). Model przedstawiony jest na rysunku 4.

Rysunek 4. Autorski Model coachingu PERMA – urzeczywistnianie dobrostanu poprzez wartości w działaniu



Źródło: opracowanie własne.

Dla każdego z pięciu komponentów dobrostanu proponujemy przykładowe ćwiczenia, wspierające zastosowanie naszego modelu coachingu PERMA, które coach może zaproponować klientowi podczas spotkań lub jako zadania domowe.

### P (*Positive emotion*)

#### Ćwiczenie 1: Lista emocji pozytywnych

Wybierz jedną ze swoich mocnych stron i przywołaj z pamięci wybrane sytuacje ze swojego dotychczasowego życia, w których w sposób naturalny korzystałaś/łeś z tej mocnej strony w swoich działaniach. Stwórz listę pozytywnych emocji, których wtedy doświadczałaś/łeś.

## E (*Engagement*)

### Ćwiczenie 2: Nowe zastosowanie dla swoich mocnych stron w nowy sposób

Spośród posiadanych mocnych stron wybierz jedną. Opisz, jak korzystasz z niej w swoich codziennych aktywnościach. Następnie, stosując metodę burzy mózgów, zastanów się, jak kiedy i gdzie przez najbliższy tydzień będziesz mógł używać jej w nowy sposób w swoim życiu zawodowym, prywatnym lub w czasie wolnym. Podczas tego tygodnia notuj swoje odczucia i uzyskane dzięki temu efekty działań.

## R (*Relationships*)

### Ćwiczenie 3: Mapa konstruktywnych relacji

Korzystając z posiadanych przez siebie mocnych, narysuj mapę relacji, na której umieścisz siebie pośrodku, a dookoła ważne osoby (rodzinę, przyjaciół, znajomych, współpracowników itd.). Na strzałkach łączących ciebie z pozostałymi osobami wypisz swoje mocne strony, które rozwijasz dzięki tym relacjom. Zastanów się, jakie działania możesz podjąć, aby wzmacniać te jakości i budować nowe relacje.

## M (*Meaning*)

### Ćwiczenie 4: Życie w zgodzie ze swoją misją

Wybierz 5 głównych (spośród możliwych 24) swoich mocnych stron. Zrób ich listę i pokaż pięciu osobom, które słabo cię znają. Zapytaj je, do czego powołana jest osoba mająca takie cechy. Dla jakiego większego dobra potrzebnego na świecie można by było wykorzystać te zalety? Uzyskane od nich odpowiedzi połącz z tym, co sam odpowiadasz sobie na pytania wspomagające formułowanie twojej życiowej misji: Po co jestem? Czemu służę większemu od siebie? Co chcę współtworzyć? Jaki mógłby być mój unikalny wkład w dobro świata? Czerpiąc inspirację z tego, co wiesz o sobie i co usłyszałeś od obcych osób, pomyśl, jakie trzy pierwsze kroki możesz zrobić w swoim codziennym życiu, aby stopniowo urzeczywistniać swoje powołanie w działaniach każdego dnia.

## A (*Accomplishment*)

### Ćwiczenie 5: Używanie mocnych stron do realizacji celów i pokonywania trudności

Wybierz 5 głównych (spośród możliwych 24) swoich mocnych stron i zastanów się, w jaki sposób możesz wykorzystać je do realizacji swoich aktualnych celów,

nad którymi pracujesz w procesie coachingu. Zastanów się, jak możesz zastosować swoje mocne strony, aby przeciwdziałać potencjalnym trudnościom, które mogą pojawić się na drodze do realizacji tych celów.

Zadaj sobie pytania: w jaki sposób możesz użyć swoich mocnych stron, aby przybliżyć się do osiągnięcia twoich celów? Jak możesz użyć swoich mocnych stron do przeciwdziałania lub pokonania potencjalnych trudności, które mogą pojawić się na twojej drodze?

## Podsumowanie

W artykule przedstawiony został autorski model coachingu PERMA, służący urzeczywistnianiu dobrostanu poprzez wartości w działaniu. Podstawę teoretyczną tego modelu stanowią *Teoria dobrostanu* autorstwa Martina Seligmana (2011) oraz stworzona przez Christophera Petersona i Martina Seligmana koncepcja *cnót i mocnych stron charakteru* (2004). Intencją autorek było: zainspirowanie coachów praktyków do sięgania po modele teoretyczne i wyniki badań empirycznych z obszaru psychologii pozytywnej; wzbogacenie w ten sposób arsenału narzędzi użytecznych w coachingowej praktyce, a także wniesienie wkładu w rozwój *Positive Psychology Coaching* (PCC).

## Bibliografia

- Baumeister, R.F. i Leary, M.R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117: 497–529.
- Brickman, P. i Campbell, D.T. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. W: M.H. Apley (red.), *Adaptation level theory: A symposium* (s. 287–302). New York: Academic Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2009). Flow. W: S. J. Lopez (red.), *The Encyclopedia of Positive Psychology* (s. 394-400). Chichester: Wiley-Blackwell.
- Czapiński, J. (2012). Psychologiczne teorie szczęścia. Dwa ujęcia: „dół góra” i „góra-dół”. W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna: nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Czarkowska, L.D. (2010). Profesjonalizm i proces profesjonalizacji w coachingu. W: *Coaching Review*, 1: 40–55.
- Czarkowska, L.D. i Wujec, B. (2013). Etyka w coachingu. Model siedmiu wartości telicznych i autotelicznych wspierających rozwój świadomości przywódców i menedżerów w procesie coachingu na tle zmian świadomości społecznej. W: L.D. Czarkowska (red.), *Leadership Coaching jako odpowiedź na wyzwania współczesnego świata*. Warszawa: Poltext.

- Diener, E., Lucas, R.E. i Scolon, C.N. (2006). Beyond the hedonic treadmill: Revisions to the adaptation theory of well-being. *American Psychologist*, 61: 305–314.
- Fredrickson, B.L. (2009). *Pozytywność. Naukowe podejście do emocji, które pomaga zmienić jakość życia*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Fredrickson, B.L. i Losada, M.F. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60: 678–686.
- Fredrickson, B.L. (2013). Updated Thinking on Positivity Ratios. *American Psychologist*. Advance online publication.
- Gable, S. i Haidt, J. (2005). What and why is positive psychology? *Review of General Psychology*, 9(2): 103–110.
- Gulla, B. i Tucholska, K. (2007). Psychologia pozytywna: cele naukowo-badawcze i aplikacyjne oraz sposób ich realizacji. *Studia z psychologii w KUL*, 14: 133–152.
- Huppert F.A. i So, T. T. C. (2009). *What percentage of people in Europe are flourishing and what characterises them? Document prepared for the OECD/ISQOLS meeting “Measuring subjective well-being: an opportunity for NSOs?”*.
- Kauffman, C. Boniwell, I. i Sielberman, J. (2015). Coaching oparty na psychologii pozytywnej. W: L.D. Czarkowska (red.), *Business coaching jako dźwignia rozwoju przedsiębiorczości* (s. 249–263). Warszawa: Poltext.
- Linley, A. i Harrington, S. (2005). Positive psychology and coaching psychology: Perspectives on integration. *The Coaching Psychologist*, 1(1): 13–17.
- McAdams, D.P. (1990). *The Person*, San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Najderska, M. i Ciecuch, J. (2013). Polska adaptacja kwestionariusza do pomiaru mocnych stron charakteru *International Personality Item Pool–Values in Action (IPIP-VIA)*. Wyniki wstępne. *Studia Psychologica UKSW*, 13(1): 65–83.
- Peterson, C. i Park, N. (2007). Klasyfikacja i pomiar sił charakteru: implikacje dla praktyki. W: P.A. Linley i S. Joseph (red.), *Psychologia pozytywna w praktyce* (s. 263–283). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Peterson, C. i Seligman, M.E.P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. New York: Oxford University Press.
- Seligman, M.E.P. (2005). *Prawdziwe szczęście. Psychologia pozytywne a urzeczywistnienie naszych możliwości trwałego spełnienia*. Poznań: Media Rodzina.
- Seligman, M.E.P. (2011). *Pełnia życia. Nowe spojrzenia na kwestię szczęścia i dobrego życia*. Poznań: Media Rodzina.
- Snyder, C.R. (2002). Hope theory. Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13: 249–275.
- Stevens, L.E. i Fieske, S.T. (1995). *Motivation and Cognition in social Life: a Social Survival Perspective*. *Social Cognition*, 13, 189-214.
- Tedeschi, R.G. i Calhoun, L.G. (2004). Posttraumatic growth: conceptual foundations and empirical evidence. *Psychological Inquiry*, 15(1): 1–18.



Trzebińska, E. (2008). *Psychologia pozytywna*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

VIA–Classification of character strengths za: <http://www.viacharacter.org/www/Character-Strengths/VIA-Classification>

Werner-Maliszewska, A. i Zawadzka, A. (2015). Rola regulacji emocji i emocji pozytywnych w efektywnym funkcjonowaniu przedsiębiorców oraz firm. W: L.D. Czarkowska (red.), *Business coaching jako dźwignia rozwoju przedsiębiorczości* (s. 55–64). Warszawa: Poltext.