



DOBROSTAN

w b i u r z e

Jeszcze dziesięć lat temu wellness kojarzył się z różanym mydełkiem i ekskluzywnym masażem w SPA. Dziś pretenduje do miana filozofii życia XXI wieku, która nie tylko wkrada się powoli do naszych prywatnych systemów wartości i zajmuje tam stałe miejsce. Staje się też niezbędnym warunkiem satysfakcjonującej i owocnej pracy.

PRZED NAMI ŻŁOTY WIEK WELLNESSU W FIRMIE
– mówi trener psychologii biznesu *Beata Dyraga*.

Rozmawia DOROTA MIERZEJEWSKA Ilustracja PATRYK MOGILNICKI

Co to właściwie znaczy wellness?

To filozofia i styl życia zarazem. Branie odpowiedzialności za jakość swojego życia, troska o samopoczucie i zdrowie, harmonijne dbanie o różne obszary naszego życia. Dążenie do dobrostanu i równowagi ciała, umysłu, ducha, intelektu.

Powiedziałabym, że to obco brzmiące słowo kojarzy się raczej z salonem odnowy biologicznej...

W takiej formie upowszechniło się w Polsce w latach 90., ale tak naprawdę opisuje szersze pojęcie. Twórcą filozofii i osobą, która w 1959 roku jako pierwsza użyła terminu wellness, był amerykański lekarz Halbert Dunn. Połączył on pojęcie *wellbeing*, czyli dobre samopoczucie, ze słowem fitness. Oznaczało ono wszystkie działania, które mają prowadzić do dobrej formy fizycznej i psychicznej. Dunn, wymyślając ten termin, miał na myśli holistyczne podejście do życia. Podejrzewa się, że korzystał z filozofii XIX-wiecznych niemieckich knapistów, którzy byli znani z praktyk łączenia zdrowia z przyjemnością i integrowania aktywności fizycznej z dietą i równowagą emocjonalną. Dunn uznał też, że może pora kilka elementów zapożyczyć z kultury Wschodu i przeszczepić je w amerykańską profilaktykę zdrowia. Zainspirować racjonalnych Amerykanów koncepcją, że dusza i ciało to wzajemnie wpływające na siebie naczynia połączone. A profilaktyka zdrowia w Stanach to bardzo istotna sprawa, co wynika z tamtejszego systemu ubezpieczeń. Jeśli unikniesz choroby,

nie będziesz wydawał oszczędności życia na późniejsze leczenie. Amerykański wellness wyrósł więc z kultury zapobiegania chorobom. Dziś staje się filozofią XXI wieku w wielu krajach rozwiniętych.

Jak to się stało?

Do jej popularyzacji przyczynił się światowej sławy ekonomista i multimilioner Paul Zane Pilzer. Nazwał wellness rewolucją świadomości, która przez kolejne dekady będzie określała to, jak się odżywiamy, jak wyglądamy i spędzamy wolny czas. W latach 80. przewidział dynamiczny wzrost branży komputerowej, a na początku XXI w. – „branży zdrowia”. I jego prognoza się sprawdza. Pilzer zapowiedział, że aktywna „branża zdrowia”, czyli wellness, rozwinie się w odpowiedzi na „przemysł chorobowy”, czyli medycynę i farmację – sektory zarabiające na chorobach obywateli, a niekoniecznie rozwiązujące ich problemy zdrowotne. Dziś prawie każdy z nas jest zmuszony radzić sobie z niepowodzeniami, stresem oraz chorobami cywilizacyjnymi wynikającymi ze złego trybu życia, jedzenia żywności modyfikowanej, braku aktywności fizycznej i wciskania nam na każdym kroku medykamentów. I tak wellness stał się trendem również w Polsce.

Czym się właściwie przejawia?

Wystarczy spojrzeć na liczbę dostępnych warsztatów rozwoju osobistego czy duchowego, na poziom ►

DBANIE O PSYCHOFIZYCZNY DOBROSTAN MOŻE DOPROWADZIĆ NAS DO MATERIALNEGO DOSTATKU.

zainteresowania zdrowym odżywianiem, jogą, medytacją, liczbą biegających w parku czy trenujących triathlon. Kiedyś tego nie było. Ludzie poszukują dziś odpowiedzi na pytanie, jak aktywnie i praktycznie poprawić jakość życia. Dostrzegają połączenie między kondycją fizyczną a samopoczuciem, powodzeniem w pracy, ochroną środowiska a poczuciem osobistego szczęścia. Porównując obecny rynek w Polsce z końcówką lat 90., ostatnie 15 lat przyniosło gigantyczną zmianę w podaży usług „prozdrowotnych”. W ośrodku wellness, który wówczas prowadziłam, można było wziąć udział w zajęciach jogi – jednych z zaledwie trzech organizowanych w Warszawie. Dziś mamy jogę na każdym rogu.

Nowa filozofia padła na podatny grunt?

Tak. Przygniatająca większość Polek i Polaków – bo aż 61 proc. – jest po czterdziestce i choć trudno w to uwierzyć, za dekadę grupa ta ogarnie blisko trzy czwarte polskiej populacji. Przeciętny zatrudniony nie jest już młodym singlem, ale stateczną osobą w średnim wieku. Starzejące się społeczeństwo, coraz większa świadomość, szybki rozwój medycyny i imponująca długość naszego życia sprawiają, że dbanie o zdrowie i dobre samopoczucie traci rangę pustego frazesu. I... staje się stałym punktem na codziennej liście rzeczy koniecznych do zrobienia. Działania wellnessowe coraz częściej podejmowane są nie tylko przez osoby prywatne, ale też przez firmy i obejmują coraz więcej życiowych obszarów.

Aż trudno sobie wyobrazić, że w czasach pogoni za zyskiem firma inwestuje w działania poprawiające samopoczucie zatrudnionych.

A jednak. Coraz więcej pracodawców odkrywa wpływ kondycji psychicznej i fizycznej pracowników na jakość ich pracy. To jakby zobaczenie nieodkrytego dotąd dla firmy potencjału. Za programami *corporate wellness* stoi coraz więcej badań. Mówią one, że sport, dieta, profilaktyka zdrowia, możliwość relaksu i zapewnienie warunków sprzyjających zachowaniu równowagi pomiędzy pracą a życiem prywatnym wpływają na to, jak pracujemy. Zadowolony i zrównoważony pracownik jest o ponad 130 proc. mniej podatny na wypalenie zawodowe i aż o 32 proc. bardziej zaangażowany w pracę. Badania pokazują też, że programy wellness w firmach prowadzą do wyższej lojalności, a brak lojalności wobec szefów oznacza np. lewe zwolnienia. To też mniejsza rotacja zatrudnionych, wyższa elastyczność, kreatywność i umiejętność radzenia sobie ze zmianą. W firmie jest lepszy PR, komunikacja, współpraca. No i rzadziej występuje zjawisko tzw. biernej obecności.

A to jeden z największych problemów, z jakim zmagamy się w firmach.

Na czym polega?

Bierna obecność to termin przetłumaczony z angielskiego – *presenteeism*. Oznacza, że wprawdzie jesteś fizycznie na terenie firmy, ale tak naprawdę nie ma cię. Programy *corporate wellness* pomagają zwiększyć twój stopień koncentracji i zaangażowania w służbowe działanie. A budowane są na podstawie badań pokazujących przyczyny biernej obecności. Statystycznie najczęściej odpływamy z przyczyn mentalnych, tkwiąc np. w myślotoku na temat problemów w domu. Na drugim miejscu są bóle kręgosłupa, na trzecim – głowy, a na czwartym – problemy gastryczne. Niemożność skupienia się na zadaniach służbowych to znacznie większy problem dla pracodawców niż absencja ich podwładnych. Prowadzi do wydajności obniżonej nawet o 40 proc. Nieobecnych ciałem od razu zauważamy, nieobecnych duchem – niestety, nie.

Podobno istnieje sześć obszarów życia, w które można wprowadzić wellness.

Tak. Rozwój w tych obszarach uruchamia pełnię naszego życiowego potencjału i wpływa na jakość naszej pracy. Pierwszy obszar obejmuje zdrowy styl życia i kondycję fizyczną. Możemy dbać o sprawne ciało, mocny kręgosłup czy zdrową dietę. Kolejny obszar – psychiczno-emocjonalny – to działania w takich sferach, jak samoocena, radzenie sobie z uczuciami, poziom odporności psychicznej w warunkach stresu. Bardzo popularnymi ostatnio zajęciami w tym obszarze są warsztaty z umiejętności wypoczywania czy stresu informacyjnego. Uczą selekcjonować docierające do nas treści i wiedzę. Współczesny człowiek miesięcznie narażony jest na taką ilość docierających do niego informacji, z jakimi nasi dziadowie mieli do czynienia przez całe życie. Jest się przed czym bronić. A mniej treści to większa uważność i sprawność umysłowa.

Trzeci obszar?

To środowisko. Nasz dobrostan w tym wypadku zależy od tego, jak aranżują sobie środowisko zewnętrzne, żeby mi było dobrze. Na jakim materacu śpię, gdzie ustawię biurko. Ale też to, jak dojeżdżam do pracy: czy rowerem, czy autem, czy tramwajem. Czy mam fajne kolory w biurze, czy na ścianie wiszą zdjęcia moich dzieci, a na parapecie mam kwiaty. Albo czy w mojej firmie jest pokój do relaksu.

To chyba niezbyt często urządzone w firmach pomieszczenie?

Coraz częściej. Stoją w nim leżaki, jest miły zapach, można założyć na uszy słuchawki z relaksującą muzyką ▶

i popatrzeć na cieszące oko kolory. Przekonanie pracodawców do zorganizowania takiego pokoju nie jest trudne. Najistotniejsze to nauczyć pracowników korzystania z niego i pozwolić im doświadczyć efektów. Resetowanie zmysłów kilka razy w ciągu dnia sprawia, że ludzie pracują chętniej...

Duża część corporate wellness to praca nad balansem praca – życie...

Tak. Problemy w tym obszarze ujawniają się często podczas wewnętrznych badań satysfakcji pracowników. Z moich doświadczeń wynika, że problem ten może mieć różnorodne przyczyny począwszy od nie najlepszej organizacji pracy, skończywszy na złej komunikacji wewnętrznej czy polityce kadrowej. Wiele zależy od specyfiki miejsca pracy. Robimy ostatnio np. kompleksowy program w wybitnie męskiej firmie, która zajmuje się przenoszeniem fabryk za granicę. Trudna praca, ponieważ 11 miesięcy w roku jesteś poza domem. Uruchamia ci się syndrom marynarza. A to wszystko ludzie z rodzinami. Czym innym będą działania w obszarze balansu dla tej właśnie firmy, a czym innym np. u innego naszego klienta – z branży konsultingowej – zatrudniającego młodych singli, których praca przypomina pracę na giełdzie.

Nad jakimi jeszcze obszarami pracujecie?

Kolejny obszar naszych działań – społeczny – mieści w sobie relacje z ludźmi, umiejętności komunikacyjne, naszą rolę w społeczeństwie i w pracy, np. kobiety, ojca, szefa. Organizujemy tu np. warsztaty współpracy między kobietami a mężczyznami, kursy asertywności, skutecznej współpracy w zespole czy z trudnym klientem. No i ostatni obszar to obszar zawodowo-finansowy. Związany jest z rozwojem kompetencji zawodowych. Tu także mieści się moje poczucie misji, plany służbowe, kariera, kompetencje i moje CV.

Mam wrażenie, że obszary pracy w corporate wellness to wszystko wrzucone do jednego worka.

Trochę w tym racji, ale jedną z tajemnic skuteczności programów wellnessowych jest ich kompleksowość. Jeśli nie zadbam o wygodny fotel w biurze, to w pewnym

momencie będę miała chory kręgosłup. A jak będę miała chory kręgosłup, siądzie moje samopoczucie. A wtedy nie pójde do łóżka z mężem, czyli moje relacje domowe będą gorsze. Stres z domu będę przenosić do pracy itd. Poza tym to wielka sztuka, jak zrobić taki program tak, aby przyniósł konkretne wyniki. Widziałam w życiu różne programy *corporate wellness* w wielu krajach i wiem, jak łatwo wyrzucić pieniądze poprzez nieumiejętną strategię działania i błędne podejście organizacji. Także to włożenie do jednego worka bywa bardzo trudne...

Jak zmienia się moje miejsce pracy, kiedy zasmakuję filozofii i działań wellness?

Z czasem okazuje się, że w firmie jest jakby więcej świeżego powietrza. Ludzie mniej się boją, chętniej ze sobą rozmawiają, są wobec siebie bardziej otwarci. Zdecydowanie lepiej sobie radzą emocjonalnie np. z trudnymi klientami. Atmosfera w biurze poprawia się niewspółmiernie. Rozglądasz się i widzisz, że ludzie są bardziej elastyczni w obliczu zmiany i odporniejsi na nią, co jest niezwykle trudne dla naszej kultury. W kulturze zachodniej trzymamy się tego, jak powinno być, w przeciwieństwie do wschodnich kultur – gdzie jest znacznie więcej akceptacji dla tego, co jest. W zeszłym tygodniu wróciłam z pobytu w Indiach i jak zwykle zadziwiło mnie wielkie poczucie tymczasowości wszystkiego, co się tam dzieje, a jednocześnie tego, że nikt nie ma z tym problemu. Nie twierdzę, że stajemy się bardziej „wschodni”, ale z pewnością zmniejsza się poziom stresu w organizacji. Zmieniają się też nieco firmowe stołówki, pojawia się przestrzeń do relaksu i do integracji. Ludzie częściej uśmiechają się do siebie i chętniej angażują się w pracę.

Polsce zainteresowanie programami wellness na większą skalę pojawiło się dwa lata temu. Czyżby kryzys rozwinął nas mentalnie?

Tak. Pobudził nas do refleksji. Pokazał, w jak bardzo galopującym tempie żyjemy i jak bardzo nie sprawdzają się podążanie w życiu i biznesie jedynie za twardymi wskaźnikami zysku kosztem wszystkiego i wszystkich. Zwrócił naszą uwagę na całkiem inne wartości. I może przekreślił nasze myślenie o 180 stopni. Bo to dbanie o nasz psychofizyczny dobrostan tu i teraz może doprowadzić nas do materialnego dostatku. A przez cały XX wiek uważaliśmy, że jest dokładnie odwrotnie. ●



BEATA DYRAGA prekursorka wellnessu korporacyjnego w Polsce, trener psychologii biznesu, coach, nauczyciel świadomego rozwoju. Założycielka firmy PRODLIALOG (www.prodialog.pl). Jest też twórcą i nauczycielem Praktyki Świadomej Obecności, propagatorem ruchu Obecny – Podaj Dalej (www.beatadyraga.pl; www.obecnypodajdalej.pl).