

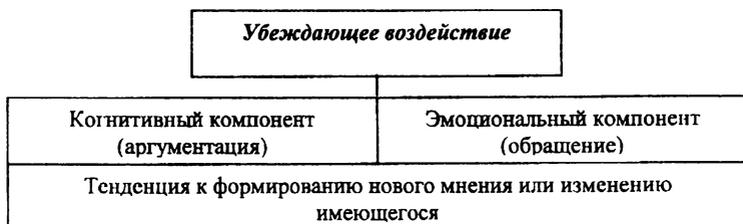
Булатова О. В.
Мелешина А. В.
Попова И. А.
Шахматова О. Н.

Особенности применения личностно ориентированных психотехнологий в учебном процессе ВУЗа

В настоящее время в сферах профессии «человек-человек» практикуется новый подход к феномену общения и его составляющим. В условиях рыночных, деловых отношений все больше возрастает роль ведения переговоров, где необходимыми являются навыки психологического воздействия, и в частности убеждения. Поэтому в данный момент при подготовке специалистов профессий этого типа необходимо дополнительно уделять внимание формированию этих навыков, что по сути дела подготовит почву для развития некоторых профессионально важных качеств (например, способность убеждать).

Убеждение представляет собой метод психологического воздействия на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основу убеждения составляет отбор и логическое упорядочение фактов и выводов согласно единой поставленной задаче.

Авторами была поставлена задача по формированию способности убеждать у студентов специальности «Организатор литейного производства». Эта способность конкретизировалась двумя важными умениями, а именно составлением и владением аргументацией и располагающим обращением к партнеру, что полностью реализует схему процесса эффективного убеждения. В данном случае схема принимает следующий вид:



В качестве способа формирования указанных умений был выбран социально-психологический тренинг.

Личностно ориентированные психотехнологии – упорядоченная совокупность действий, операций и процедур, направленных на развитие личности, инструментально обеспечивающих достижение диагностируемого и прогнозируемого результата в профессионально-педагогических ситуациях, образующих интеграционное единство форм и методов обучения при взаимодействии обучаемых и педагогов в процессе индивидуального стиля деятельности [2].

Социально-психологический тренинг – область практической психологии, ориентированная на использование активных методов групповой психологической работы с целью развития компетентности в общении.

Начало социально-психологическому тренингу положили Т-группы. Исследования Курта Левина в 30-х годах показали, что наиболее эффективно личность может менять свои взгляды и установки, находясь именно в группе. Первая Т-группа возникла случайно в 1946 году на семинаре социологов под руководством Л. Брэдфорда, Р. Липпитта и К. Левина. В разные периоды времени Т-группы использовались для решения самых разнообразных задач, включая получение членами группы знаний о межличностном поведении, прояснение вопросов теории групповой динамики, обсуждение проблем, с которыми участники столкнулись в реальных организациях, оказание им помощи в развитии навыков руководства и инструктирование по применению этих навыков в реальных ситуациях.

Целью проведения тренинга «Убеждение» было повышение компетентности участников в сфере убеждающего воздействия. В ходе тренинга предполагалось реализовать следующие задачи:

- приобретение знаний в области психологии убеждения;
- приобретение умений и навыков убеждающего воздействия;
- формирование умения адекватного использования приемов убеждения.

Программа тренинга включала в себя следующие элементы.

I. Вводная фаза

На этой стадии ведущие познакомили участников тренинга с его целями и задачами. Участники были проинформированы об актуальности данных навыков для их будущей профессии.

II. Фаза контакта

Целью данной фазы являлось создание дружественной атмосферы в группе, снижение уровня напряженности участников, усвоение ими групповых норм и правил. Для реализации этих необходимых условий было проведено упражнение *«Передай движение»*. Участникам предлагалось встать в круг и в точности повторять те движения и реплики, которые будут делать и произносить ведущие (организаторы тренинга). Последние располагались в кругу так, чтобы разделить его на три примерно равные части.

В результате проведения данной разминки был создан общий положительный эмоциональный фон группы, участники тренинга раскрылись и пошли на контакт с ведущими, было снято изначально возникшее напряжение перед выполнением новых нестандартных заданий.

III. Фаза лабилизации

На данном этапе участникам было предложено выполнить упражнение *«Фоторобот»*, которое предназначалось для того, чтобы вызвать у них интерес к теме тренинга и ускорить процесс включения в работу.

Трем группам, разделенным по принципу жеребьевки, давалось задание составить обобщенный портрет человека, способного убеждать, а затем зачитать полученные в каждой группе результаты. Описание должно было опираться на следующую схему, предложенную ведущими:

- внешний вид;
- возраст, образование;
- манера и культура речи;
- особенности голоса (интонации, тембр, степень эмоциональности);
- характерные фразы (какие слова и фразы чаще всего использует);

- особенности невербального поведения (жесты, позы, мимика).

На основе данных участниками вариантов описания ведущими был проведен их анализ и обобщение. Участникам наглядно было продемонстрировано, что их мнения во многом совпадают. Все три группы выделили такие качества, как опрятность, чистоту, аккуратность внешнего вида. По словам участников, человек способный убеждать должен быть высокообразованным, «вежливым, с правильной постановкой речи, спокойным, вызывающим доверие».

IV. Фаза обучения.

Целью этой фазы являлось отработка и усвоение различных приемов аргументации и методов убеждения, повышающих эффективность психологического воздействия. Для этого участники должны были выполнить два упражнения «Аргументация» и «Опровержение пословиц».

Перед проведением упражнения «Аргументация» ведущими были обозначены некоторые теоретические положения психологии убеждения, которые затем были подкреплены раздаточным материалом выданным каждому участнику.

Каждая группа получила задание – фразу, которую нужно доказать с использованием возрастающей аргументации. Участники должны были предложить минимум три аргумента (факты, юмористические фразы и риторические вопросы) в защиту предложенной позиции. Внутри каждой из групп проводилось обсуждение задания и подбор аргументов в течение 4–6 минут. После этого группы по очереди обнародовали полученные результаты, что дало возможность провести совместное обсуждение и оценку эффективности данного вида аргументации. Ярким примером выполненного задания могут служить аргументы к фразе «Муха и слон – абсолютно разные существа». Участниками была предложена следующая последовательность:

- 1) различный внешний вид;
- 2) разные размеры;
- 3) разная скорость размножения;
- 4) различный вид передвижения: слон ходит, а муха летает;

- 5) принадлежность к различным классам: муха – насекомое, слон – млекопитающее.

Из приведенного выше примера видно, что участники так увлеклись заданием, что вместо трех необходимых аргументов привели гораздо больше.

В упражнении «Опровержение пословиц» участникам было предложено ознакомиться с некоторыми методами убеждения и закрепить их на практике. Посредством этого задания отработывались следующие методы убеждения.

1. «Да..., но».
2. «Игнорирование».
3. «Сравнение».

Каждая группа получала по одной общеизвестной пословице, которую необходимо было опровергнуть, используя по очереди все три приема. Как аналог выполнения задания, ведущими был предварительно зачитан следующий пример: «Некоторые преподаватели считают, что большинство студентов – лентяи».

1. Да студенты часто не выполняют вовремя задания, но это вовсе не означает, что они лентяи, так как многим из них помимо учебы приходится работать.

2. Ну и что, что преподаватели так считают, а я знаю, что студенты очень занятые люди, и к тому же они все равно потом успешно сдают экзамены.

3. Возможно, студенты лентяи, но некоторые преподаватели так же не утруждают себя и не прилагают видимых усилий для того, чтобы заинтересовать студентов.

В качестве одного из заданий для групп была дана пословица «Лучше синица в руках, чем журавль в небе». Члены одной из групп опровергли ее таким образом:

1. Да, лучше, но иногда риск – благородное дело.
2. Это Ваше мнение. А я считаю, что людям необходимо иногда по мечтать.

3. Еще неизвестно какую птицу лучше держать в руках, синицу или журавля.

V. Заключительная фаза

На этой фазе проводилось упражнение «*Больше всего мне понравилось...*». Участники и ведущие встали в большой круг для проведения заключительной беседы, во время которой им была дана возможность высказать свои впечатления, задать любому человеку вопрос или сказать ему то, что не успел во время занятия. Для высказывания своего мнения участники использовали такие фразы, как «Мне больше всего на этом занятии понравилось, как ты...(обращаясь к кому-то из членов группы), как мы...(обращаясь ко всей группе)»; «Мне понравилось, что...».

Данный тренинг был проведен в группе студентов машиностроительного факультета второго курса. Необходимо заметить, что до и после тренинга не проводились замеры динамики формирования умений, но все же участники тренинговой группы проговорили пользу данного метода обучения для себя и дали положительные отклики.

Литература

1. Захаров В.П., Хрящева Н.Ю. Социально-психологический тренинг: учебное пособие. – Л., 1989.
2. Зеер Э.Ф., Шахматова О.Н. Личностно ориентированные технологии профессионального развития специалиста: Науч. методическое пособие. – Екатеринбург, 1999.
3. Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера: учебное пособие. – М., 1998.
4. Рудестам К. Групповая психотерапия. – СПб., 1999.