

IV РОЗДІЛ
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

УДК 159.923.2:378

Ардашева. А. В., Попова Г.В
г. Харьков, Украина

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА СТОРИТЕЛЛИНГА В ОБЩЕНИИ

Актуальность проблемы. Сложность и многоплановость процессов общения в современном обществе требует от человека значительных ресурсов, связанных с управлением впечатлением о себе. На наш взгляд актуальным является рассмотрение психологических закономерностей применения нарративных инструментов личной самопрезентации в деловом общении в среде технических специалистов. Специалисты в технических сферах традиционно считают второстепенными вопросы личной коммуникации (в том числе самоподачи) по сравнению с предметными рабочими проблемами. Однако общественная практика функционирования личности в организации доказывает важность коммуникативной компетентности личности в любой сфере профессиональной деятельности. В процессе обучения в Вузе необходимо целенаправленно формировать у будущего профессионала не только техническую, но и социальную компетентность, в частности умение самоподачи. Среди нарративных инструментов самоподачи – сторителлинг как метод влияния на собеседника.

Цель статьи – исследовать возможности сторителлинга в общении среди студентов инженерных специальностей.

Обзор литературы. Существует большое количество исследований, посвященных феноменам коммуникативной самопрезентации. Данную проблему разрабатывают В. Н. Чикер, О. А. Пикулева, В. Н. Панферов, В. В. Хороших, А. А. Бодалев, В. Н. Куницына, Е. В. Сидоренко, Ю. Н. Емельянов, Ю. С. Крижанская и др. В последнее десятилетие ученые рассматривают такой феномен общения как нарративную практику. Нарративная практика в виде рассказывания личных историй (сторителлинг) может быть рассмотрена как инструментальный компонент самопрезентации. Истории человека

формируют его имидж, который говорит не только о его внешнем облике, но о и внутреннем мире. Сторителлинг – это метод донесения информации путем рассказывания поучительной, смешной или трогательной истории с реальными или вымышленными героями, его используют для того, чтобы достичь определенной цели, повлиять на собеседника, дать информацию о себе. Вероятно, мы неоднократно были свидетелями того, как лидер организации использует метод сторителлинга для мотивации сотрудников к деятельности. [1, 2]

Период студенчества представляет собой важный этап вхождения личности в мир делового взаимодействия. Поступая в высшее учебное заведение, человек попадает в новую социальную среду, и становится частью студенческого коллектива и коллектива Вуза. Этот период позволяет студенту обогатить свой социальный опыт в сфере построения межличностных взаимодействий. Студенты часто, даже вне учебного времени общаются друг с другом. При этом сам процесс общения может быть как формальным, деловым, так и неформальным. У студентов в начале обучения в Вузе преобладает именно неформальное общение. По мере продвижения в обучении в жизни студента возникает изменение соотношения неформального и формального общения в сторону формального взаимодействия на деловом уровне, которое ограничивается служебными и социальными статусами людей. В студенческом возрасте закладывается стиль общения во всех сферах жизни (в частности и в деловом общении), развивается коммуникативная компетентность в целом. Коммуникативная компетентность — это способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. В состав компетентности включают совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающих эффективное общение [3, 4].

Изложение основного материала.

В период студенчества активно развивается и формируется профессиональная коммуникативная компетентность – это сложное психологическое образование, которое формируется на базе социального интеллекта в условиях конкретной профессиональной деятельности. Это можно представить в виде системы важных для работника отношений, знаний, умений и навыков в системе профессионального общения. Студенты в период обучения в Вузе могут активно приобретать инструменты коммуникативного воздействия и самоподачи, в том числе инструменты нарративной практики в виде сторителлинга.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

Как студенты могут использовать сторителлинг? Студенты могут использовать сторителлинг для:

- установления контакта с людьми;
- влияния на слушателя;
- самопрезентации;
- мотивации и самомотивации;
- обучения.

Однако, довольно часто студент не придает значения своим личным историям, фрагментарно осознает их роль в деловом взаимодействии. Об этом свидетельствуют результаты анкетирования, проведенного нами среди студентов инженерных специальностей НТУ «ХПИ».

В анкетировании приняло участие 10 студентов инженерных специальностей НТУ «ХПИ». Результаты приведены в Таблицах 1- 3.

Таблица 1 Частота использования историй для влияния на партнера по деловому взаимодействию

Частота использования историй	%
Часто	20
Редко	50
Никогда	30

По приведенным данным можем сделать вывод, что большинство испытуемых в той или иной степени используют истории для влияния на собеседника: 20 – часто, 50% - редко. Однако есть и такие (30 %), которые не осознают этого. Можем предположить, что только некоторые респонденты достаточно осознано, влияют на партнера по деловому общению с помощью историй, а большинство (80%) это делают гораздо менее осознанно, либо вообще не придают этому значения.

Таким образом, в анкетировании студентов НТУ «ХПИ» выявилось, что они используют рассказывание историй спонтанно, не связывают их с понятием «деловое взаимодействие».

Еще одним направлением исследования роли сторителлинга в общении и жизни студентов явился контент-анализ историй, которые студенты размещают на своих страницах в социальных сетях. Было проанализировано 10 страниц. Результаты приведены в Таблице 2.

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ**

Таблиця 2 Соотношение разных видов историй, которые размещены на личных страницах студентов в социальных сетях

Вид историй	%
Истории типа «Кто я»	10
Истории, объясняющие «Зачем я здесь»	0
Истории о «вїденнї» (понимании проблемы, ситуации)	30
Поучительные истории	20
Истории, демонстрирующие «Ценности в действии» - что такое "хорошо" и "плохо"	30
Истории, говорящие о том, что «Я знаю, о чем вы думаете»	10

По данным контент-анализа мы можем сделать вывод, что студенты в социальных сетях наиболее часто обращаются к историям, демонстрирующим «Ценности в действии» - что такое "хорошо" и "плохо" (30%) и истории о «вїденнї» (понимании проблемы, ситуации) (30%), а также поучительные истории (20%). Гораздо в меньшей степени их интересуют истории типа «Кто я» (10%) и истории говорящие о том, что «Я знаю, о чем вы думаете» (10%) и не интересуют истории объясняющие «Зачем я здесь» (0%).

Результаты анализа анкетирования по поводу того, какие истории воспринимаются студентами, как повлиявшие на них, приведены в таблице 3.

Таблиця 3 Процентное соотношение разных видов историй, которые повлияли на студентов

Вид историй	%
Истории типа «Кто я»	0
Истории, объясняющие «Зачем я здесь»	0
Истории о «вїденнї» (понимании проблемы, ситуации)	0
Поучительные истории	80
Истории, демонстрирующие «Ценности в действии» - что такое "хорошо" и "плохо"	20
Истории, говорящие о том, что «Я знаю, о чем вы думаете»	0

По данным из таблицы мы можем сделать вывод, что на студентов чаще всего влияют поучительные истории (80%) и истории, демонстрирующие «Ценности в действии» - что такое "хорошо" и "плохо"

(20%). И реже влияют истории: типа «Кто Я» (0%); истории, объясняющие «Зачем я здесь» (0%); истории о «вѣдении» (понимании проблемы, ситуации) (0%); истории, говорящие о том, что «Я знаю, о чем вы думаете» (0%).

Из приведенных данных видно, что студенты в меньшей степени используют истории, однако на них сильно влияют истории демонстрирующие «Ценности в действии» - что такое "хорошо" и "плохо" и поучительные истории, так как этот возраст сенситивен к формированию жизненных ценностей. В дальнейшем развивая и используя этот метод можно повысить успеваемость и желание студентов учиться. А также этот метод является одним из перспективных направлений для развития коммуникативной и профессиональной компетентности.

Список литературы: 1. *Психология* / [Бреннер А. И., Вансовская Л. И., Коваленко М. И. и др.]; под ред. А. А. Крылова. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 1998. – 378 с. 2. *Бороздина Г.В.* Психология делового общения: учебное пособие / Г.В. Бороздина. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с. 3. *Попова Г. В.* Прагнення студентів технічного ВНЗ до особистісно-професійного самовдосконалення. / Г. В. Попова // Вісник Харківського національного педагогічного університету ім.Г.С.Сковороди. Серія «Психологія». – Вип. 30. – 2009. – С. 244-254. 4. *Романовський О. Г.* Мовна компетенція як складова формування особистості управлінця XXI століття / О. Г. Романовський, І. В. Полянська, В. Ф. Шевченко // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. пр. / ред. Л. Л. Тovaжнянський, О. Г. Романовський. – Харків : НТУ "ХПИ", 2011. – Вип. 28 (32). – С. 3-9.

Bibliography (transliterated): 1. *Psihologija* / [Brenner A. I, Vansovskaya L. I., Kovalenko M. I. i dr.]; pod red. A. A. Kryilova. - [2-e izd.]. - SPb.: Peter, 1998. - 378 s. 2. *Borozdina G.V.* (2006) Psihologiya delovogo obscheniya: uchebnoe posobie [Psychology of business communication: Textbook], INFRA-M, Moscow, Russia. 3. *Popova H.V.* (2009) Prahnennya studentiv tekhnichnoho VNZ do osobystistno-profesiynoho samovdoskonalennya [Aspiration of technical universities students to personal and professional self-improvement] Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho pedahohichnoho universytetu im. H.S. Skovorody. Seriya «Psyhholohiya», vol. 30. – pp. 244-254. 4. *Romanovs'kyy O.H.* (2011) Mовна kompetentsiya yak skladova formuvannya osobystosti upravlintsya XXI stolittya / O.H. Romanovs'kyy,

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

I.V. Polyans'ka, V.F. Shevchenko [Language competence as a part of identity formation of the XXI century manager] Problemy ta perspektyvy formuvannya natsional'noyi humanitarno-tekhnichnoyi elity : zb. nauk. pr. / red. L.L. Tovazhnyans'kyu, O.H. Romanovs'kyu. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2011. – Vyp. 28 (32). – S. 3-9.

Ардашева Г. В., Попова Г. В.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ СТОРИТЕЛЛІНГА У
СПІЛКУВАННІ

Стаття присвячена знайомству з методом сторітеллінга. Розгляду для чого корисний цей метод і як його застосовують в спілкуванні, чи використовують його студенти інженерних спеціальностей. А також дослідженню того які історії читають студенти в соціальних мережах і які історії на них впливають.

Ключові слова: нарративна практика, сторітеллінг, самопрезентація, формальне та неформальне спілкування, комунікативна компетентність, студенти інженерних спеціальностей.

Ardasheva A., Popova G.

APPLICATION OF STORYTELLING IN COMMUNICATING

The article is devoted to the method of storytelling. Consider, for what and how to use in communicating how it is used, students of engineering specialties. As well as the study of what the students are reading stories on social networks and what stories they are affected.

Keywords: narrative practice, storytelling, self-presentation, formal and informal communication, communicative competence, the students of engineering specialties.

Ардашева А. В., Попова Г. В.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА СТОРИТЕЛЛІНГА В ОБЩЕНИИ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

Стаття посвячена методу сторителлінга. Розглянуто для чого і як використовують в общении, як используют его студенты инженерных специальностей. А также исследованию того какие истории читают студенты в социальных сетях и какие истории на них влияют.

Ключевые слова: нарративная практика, сторителлинг, самопрезентация, формальное и неформальное общение, коммуникативная компетентность, студенты инженерных специальностей.

Стаття надійшла до редакційної колегії 23.09.2016

УДК 159.9

*Гащенко О.О., Попова Г.В.
м. Харків, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЙНА ГРА ЯК МЕТОД ВПЛИВУ НА ЦІННІСНУ СФЕРУ ОСОБИСТОСТІ

Актуальність проблеми. У сучасних умовах значно розширилися можливості професійно орієнтованої взаємодії викладача та студента, завдяки новим формам організації навчальної діяльності – використанню інтерактивних методів навчання у ВУЗі таких, як ділові ігри, тренінги, кейс-стаді, дискусії тощо. Для них притаманна постійна взаємодія, учасники якої знаходяться в режимі безперервного діалогу, бесіди. Ці заходи орієнтовані на взаємовідносини студентів як з викладачами, так і один з одним, так і з предметною областю. Причому домінуючу позицію можуть та повинні займати саме студенти, роль викладача зводиться до спрямування їх роботи на досягнення основних цілей ігрового заняття. Результати багатьох досліджень підтвердили, що використання інтерактивних методів є дуже ефективним шляхом навчання, який сприятиме оптимальному засвоєнню нового і закріпленню старого матеріалу. Якщо студенти стають суб'єктами навчального процесу, вони можуть легше розуміти і запам'ятовувати те, що вчать. [1].

Розвиваюча функція гри є дуже актуальною для Вузів, де відбувається не тільки навчання, але і розвиток особистості студента. Можемо констатувати, що ігри, що пов'язані з навчанням, вже поступово