

УДК 659.1.01

МЕТОДЫ НЛП КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Маршалова Е. С.

Санкт-Петербургский государственный университет морского и речного транспорта им. адм. С. О. Макарова (бывш. СПбГУВК), Санкт-Петербург, Россия (198035, г. Санкт-Петербург, ул. Двинская, 5/7), e-mail: e_marshallova@mail.ru

В статье автором обосновывается необходимость обучения студентов специальности 031600 «Реклама и связи с общественностью» методам НЛП в формате активного обучения. Раскрывается понятие активного обучения и обосновывается актуальность его применения в обучающей среде. В статье также кратко описывается суть метода НЛП, а также его влияние на развитие коммуникативной компетентности студентов, являющей одной из базовых для выпускников данного направления. В статье автор приводит краткую методику разработанной программы обучения студентов, которая была реализована в курсе обучения будущих специалистов на базе СПбГУВК. В статье также приводятся результаты проведенного эксперимента по реализации данной методики, свидетельствующие о положительной динамике изменения коммуникативной компетентности студентов после обучения по данной методике.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, НЛП, методы активного обучения, имитационное моделирование.

NLP TECHNIQUES AS MEANS OF IMPROVEMENT COMMUNICATIVE COMPETENCE OF STUDENTS "ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS" SPECIALTY

Marshalova E. S.

Saint-Petersburg State University of Maritime and River Transport of them adm. S. O. Makarova, St. Petersburg, Russia (198035, St. Petersburg, 5/7 Dvinskaya st.), e-mail: e_marshallova@mail.ru

In the article the author explains the need of training the students of specialty 031600 "Advertising and Public Relations" NLP techniques in active learning format. Reveals the concept of active learning and the actuality of its use in the learning environment. The paper also briefly describes the essence of the method of NLP, as well as its influence on the development of communicative competence of students, is one of the base for the graduates of this trend. In the article the author gives a brief methodology developed program of training of students, which was implemented in the course of the training of future specialists at SPbGUVK. The article also presents the results of the experiment on the implementation of this technique, showing the positive dynamics of the communicative competence of students after training in this technique.

Key words: communicative competence, NLP, active learning, simulation.

Введение

На сегодняшний момент в России наблюдается тенденция значительного усиления роли общения в деловой коммуникации. Важность индивидуального подхода к собеседнику (клиенту, партнеру, коллеге) признается руководителями и менеджерами всех уровней.

Согласно паспорту специальности 031600 «Реклама и связи с общественностью», умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные деловые отношения с представителями различных организаций и структур является одной из ключевых

компетенций выпускника данной специальности. Однако, несмотря на это, на практике коммуникативная компетентность выпускников далека от совершенства. Под коммуникативной компетентностью мы, вслед за Е. В. Сидоренко, понимаем совокупность способностей, знаний и умений, необходимых для эффективного общения в ситуации делового взаимодействия.

Цель исследования

Цель исследования состоит в рассмотрении возможности применения технологий НЛП в деятельности специалиста по рекламе в условиях личных продаж и разработке программы экспериментального обучения с включением НЛП-техник в его инструментарий.

По нашему мнению, метод нейролингвистического программирования (НЛП) может существенно повысить эффективность деятельности специалиста, выпускника специальности «реклама и связи с общественностью» в ситуации делового взаимодействия.

Материал и методы исследования

Объектом нашего исследования является использование НЛП-техник как эффективного способа повышения коммуникативной компетентности специалистов по рекламе и связям с общественностью. С учетом анализа методической литературы и предшествующих исследований в данной области, мы разработали методику обучения, которая была реализована на базе Санкт-Петербургского государственного университета водных коммуникаций в группах студентов 2 и 4 курсов дневного отделения специальности «Реклама», общим количеством 43 человека.

Под методом НЛП мы вслед за Коротковой В. А. определяем «метод практической и теоретической эффективной коммуникации с людьми; изменения ограничивающих себя убеждений, комплексов и других проблем; закрепления позитивных состояний; копирования стратегий успешных людей» [2].

Данной теме посвящено много работ таких ученых, как: Дилтс Р., Любимов А. Ю., О'Коннор Дж. и других. Однако в большинстве научных работ дается подробное описание того, что нужно сделать для достижения того или иного результата, но ничего не говорится о том, как это сделать.

В нашем исследовании мы проанализировали возможность обучения будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью техникам НЛП в процессе их профессионального обучения. Мы также разработали программу интенсивного активного обучения будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью техникам НЛП и

реализовали ее на территории Государственного университета морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова (бывш. СПбГУВК). Экспериментальной базой проведения исследования являлись студенты 2 и 4 курсов дневного отделения специальности «Реклама». Разработанные нами экспериментальные занятия прошли апробацию в период, когда специальности «Реклама» и «Связи с общественностью» еще не были объединены, однако после тщательного изучения паспортов данных специальностей мы сделали заключение, что оба направления во многом дополняют друг друга, а коммуникативные навыки, в частности навыки эффективных личных продаж, одинаково необходимы студентам, готовящимся как к рекламной, так и к PR-деятельности. Поэтому разработанная нами программа обучения универсальна и может внедряться в курс обучения студентов объединенной специальности.

Путем экспертного опроса, а также качественного и количественного анализов мы выявили трудовые операции, вызывающие наибольшие затруднения у будущих специалистов по рекламе при общении с клиентами, и подобрали техники, которые помогут повысить уровень коммуникативной компетентности студентов.

В рекламе и PR технологии НЛП дают инструменты, которые могут повысить эффективность рекламной и PR кампании. Технологии НЛП используются, во-первых, для определения профиля целевой аудитории, во-вторых, для разработки самих рекламных и PR идей, и как инструмент анализа эффективности данных идей.

Менеджер, ориентированный на интересы покупателя, находит подход к любому клиенту, приводит доводы, убедительные для каждого конкретного человека, отлично рекламирует товар и настраивает своего оппонента на позитивный исход любой бизнес-коммуникации. НЛП предоставляет инструменты для достижения таких эффектов коммуникации, как: управление состоянием собеседника, вызов состояния доверия, уважения, интереса, желания. Использование этих инструментов позволяет менеджеру ощутимо поднять качество продаж и переговоров.

Методы активного обучения техникам НЛП дают возможность в сжатые сроки обучить будущего специалиста по рекламе и PR необходимым базовым техникам общения и взаимодействия, позволяющим решать актуальные проблемы, возникающие у него в ходе профессиональной деятельности.

Многие современные программы и методики обучения включают в себя разнообразные ситуации, тренинги, ролевые игры, упражнения, эксперименты и творческие проективные задания. Именно практические задания, построенные на игровом моделировании, дают

возможность обучаемым перейти от пассивного потребления информации к активному участию в процессе познания. Программа инновационного обучения, построенная на игровом моделировании, меняет принцип «сядь и прочитай это/посмотри на это» – на «сделай это и действительно научись» [5, с.34].

За основу нашего исследования мы взяли труды таких авторов, как Джонсон Р. и Бакли Р., по разработке эффективных программ обучения. Мы также опирались на методологию, разработанную Панфиловой А. П., так как, на наш взгляд, она наиболее полно отвечает условиям нашего исследования таким, как: простота внедрения в учебный процесс, краткосрочность применения, работа с большими аудиториями, возможность верификации.

Ключевым звеном экспериментальных занятий мы выделили технологию имитационного моделирования и метод ситуационного анализа. Имитационная деятельность зачастую кажется непродуктивной, так как ее результаты отсрочены во времени и выражаются в виде умственных знаний, умений, навыков, опыта, поведения и образа мыслей, которые весьма трудно измерить, тем не менее, она намного эффективнее многих традиционных способов обучения.

Использование в учебном процессе инновационных технологий с применением методов ситуационного анализа призвано облегчить усвояемость предлагаемого преподавателем материала, а также повысить заинтересованность студентов в процессе обучения, что впоследствии положительно скажется на их профессиональных успехах. Преимуществом игрового обучения является то, что негативные действия или неправильно принятые решения не ведут к катастрофическим последствиям для участников такого обучения, но в то же время дают опыт соответствующих переживаний и развивают навыки выхода из кризисных ситуаций, спровоцированных таким поведением.

Технологии НЛП в сочетании с методами активного обучения дают возможность в сжатые сроки обучить студента, обучающегося по специальности «Реклама», необходимым базовым техникам и навыкам общения, позволяющим решить актуальные проблемы, возникающие у него в ходе профессиональной деятельности.

Основными принципами такой программы являются:

- короткие сроки обучения;
- получение практических навыков использования НЛП-техник;
- направленность на применение в сфере коммуникации/продаж;
- легкость в освоении для людей с разным уровнем базовой подготовки в области НЛП.

При составлении данной программы мы опирались на следующие источники: Джонсон Р. «40 упражнений НЛП», Сидоренко Е. «Технологии создания тренинга», «Тренинг влияния», «Тренинг коммуникативной компетентности» и другие.

Нами было разработано 3 обучающих экспериментальных занятия с элементами ситуационного анализа для студентов 2 и 4 курсов очной формы обучения.

Так как учебное время ограничено и не позволяет провести полноценный тренинг НЛП, для реализации целей исследования из составленного нами пилотажного тренинга были выбраны следующие элементы для экспериментальных занятий:

1. Теоретическая основа нейролингвистического программирования.
2. Структура построения занятия с элементами ситуационного анализа.
3. Базовые компоненты практических упражнений.

Логика учебного процесса не позволяет объединить студентов разных курсов для проведения единого занятия, но мы полагаем, что базовыми техниками НЛП в одинаковой мере могут овладеть как студенты младших, так и студенты старших курсов.

Результаты эксперимента

Перед началом занятия участникам предлагалось заполнить тесты, определяющие уровень их знаний приемов НЛП, которые могут быть использованы в их профессиональной деятельности. Эта методика была выбрана потому, что по окончании тренинга нам необходимо выяснить динамику развития навыка использования технологий НЛП, а тест достижений показывает динамику знания – основу динамики навыка.

Тесты состоят из вопросов, касающихся основ НЛП: авторов теории, основных понятий, принципов и эффективности применения техник НЛП в деловом общении. По окончании занятия участники заполнили аналогичные тесты.

На первом занятии для студентов 4 курса анализ теста достижений показал, что наибольшие затруднения у студентов 4 курса вызывает достижение взаимопонимания с партнером (клиентом) при деловом общении по телефону, установление с ним контакта. Также прослеживается разница в знаниях и умении применять эти знания на практике. Поэтому целью занятия мы определили отработку практических навыков использования техник НЛП для достижения взаимопонимания с собеседником при телефонном общении.

По окончании была проведена его валидация, то есть оценка его эффективности.

Исходя из данных, полученных в результате первоначального тестирования, можно заключить, что до обучающего занятия многие участники уже имели некоторую базовую

подготовку в области НЛП. Наибольшие трудности, однако, вызвала теоретическая часть теста. Из общего числа опрошенных лишь один смог правильно указать имена создателей теории нейролингвистического программирования. Также трудности вызвали вопросы, касающиеся основных принципов теории НЛП, а также понятия «эмпатическая коммуникация». Девять из 14 опрошенных правильно раскрыли понятие раппорта, однако проведенный ранее анализ достижений выявил трудности в практическом применении данных знаний у студентов.

Общий показатель эффективности для группы студентов 4 курса вырос на 31 %. Однако среди общей эффективности можно выделить наибольший и наименьший приросты показателя. Так, можно говорить о том, что теоретические знания в области НЛП возросли более чем на 50 %. Однако у студентов сохранились трудности в определении этапов НЛП-общения.

В целом результаты тестирования показывают значительное улучшение показателей, что позволяет заключить, что в целом проведенное занятие позволило участникам получить новые знания и навыки в области НЛП, а также закрепить уже имеющуюся теоретическую базу по данному вопросу.

Второе и третье занятия были проведены для студентов 2 курса и были идентичны, так как анализ результатов достижений выявил трудности в одних и тех же областях общения. Также подразумевается, что все студенты 2 курса имеют одинаковую базовую теоретическую подготовку по навыкам делового общения.

Как показал анализ теста достижений, в ситуации делового общения у студентов 2 курса трудности возникают еще на этапе выявления целей, потребностей и ценностей партнера по коммуникации. При этом ситуация общения по телефону, при которой не учитываются невербальные сигналы собеседника, лишь усложняет задачу.

Учитывая разницу в базовой теоретической и практической подготовке студентов разных курсов, мы посчитали нецелесообразным проведение для студентов 2 курса занятия, аналогичного занятию, проводимому для студентов 4 курса. Цель занятия для студентов 2 курса – отработка навыков использования техник НЛП для выявления ценностей, определяющих поведение делового партнера при заключении сделки в ситуации общения по телефону.

В среднем по двум группам наблюдался примерно одинаковый рост показателей. В целом показатель эффективности для двух групп студентов 2 курса вырос на 57 процентов.

Вывод

Согласно результатам исследования, общий показатель эффективности для 3 групп студентов вырос на 49 %. При проведении анализа результатов тестирования на уровень знаний методов НЛП и их применения стало понятно, что в целом проведенные занятия позволили участникам получить новые знания и навыки в области НЛП, а также закрепить уже имеющуюся теоретическую базу по данному вопросу.

Анализ feet-back анкет показывает, что сами студенты считают подобные занятия более интересными и эффективными. Подавляющее большинство участников отметило целесообразность проведения подобного рода занятий в лекционных курсах по развитию коммуникативной компетентности.

Заключение

В потоке информации, получаемой студентами всех курсов, недостаточное внимание уделяется отработке на практике полученных теоретических знаний по данной области. Игровой подход к проведению занятий облегчает понимание студентами новой для них информации, а также повышает процент ее усвояемости. Он также помогает сохранить концентрацию и рабочий настрой на протяжении всего занятия.

Список литературы

1. Бакли Р., Кэйпл Дж. Теория и практика тренинга. – СПб.: Питер, 2002.
2. Брегман Г., Гоз И. Захватывающий текст и ВАК. [Электронный ресурс] // Psychology online Russia, март 2000. Электрон. дан.: 1 файл. – <http://www.psychology.all.ru/nlpwrite.htm> – 15.03.00.
3. Дилтс Р. Изменение убеждений с помощью НЛП / Пер. с англ. В. П. Чурсина. – М.: Независимая фирма «Класс», 1997.
4. Джонсон Р. 40 упражнений НЛП. – М.: КСП+, 2001.
5. Панфилова А. П. Игровое моделирование в деятельности педагога. – М.: Академия, 2006.
6. Сидоренко Е. В. Мотивационный тренинг. – М.: Речь, 2006.
7. Сидоренко Е. В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. – М.: Речь, 2008.
8. Сидоренко Е. В. Технологии создания тренинга. От замысла к результату. – СПб.: Речь, 2008.

Рецензенты:

Харченкова Людмила Ивановна, доктор педагогических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, г. Санкт-Петербург.

Литвиненко Мария Васильевна, доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой дистанционных образовательных технологий федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный университет геодезии и картографии» (МИИГАиК), г. Москва.