Прокофьева Т.Н., Прокофьев В.Г.

Применение психологических техник в диагностическом процессе определения социотипа.

НИИ Соционики, socionics @ socionics . ru , victor @ socionics . ru

В этой статье мы делимся своим опытом применения психологических техник для создания на консультации таких условий взаимодействия с клиентом, которые обеспечивают повышение соотношения СИГНАЛ/ШУМ в диагностическом процессе, тем самым позволяют увеличить надежность и результативность определения социотипа.

Ключевые слова: соционика, определение соционического типа, психология, консультирование, соционическое интервью, сильные функции, слабые функции, фокус внимания, активное слушанье, установление контакта, работа с возражениями.

В первой статье [1] этой серии мы обосновали необходимость грамотного психологического подхода к клиенту на консультации по определению соционического типа. Мы продолжаем эту тему и переходим непосредственно к методической части.

Введение

Их задача – обеспечить такие условия взаимодействия, чтобы клиенту удалось адекватно передать необходимую нам информацию.

Как это сделать? Как пробиться через частокол штампов, социально желательного, «правильного» поведения и др.?

Есть два пути минимизации «шумового фона»:

- создать клиенту и поддерживать на протяжении всего интервью комфортную, дружескую обстановку, тем самым, «ослабив психологические зажимы», раскрыть клиента и увидеть его проявления наиболее полно и ярко;
- загнать человека в стресс, который просто выбивает его из играемых им ролей.

Понятно, что создание стресса клиенту в целях определения его психологического типа – это нонсенс. Это жестоко и недопустимо. Но если мы случайно оказываемся свидетелями такой стрессовой ситуации, то это надо иметь в виду.

Наш опыт соционико-психологического консультирования позволил сформулировать требования, разработать и внедрить в нашу практику специализированный комплекс психологических техник, тщательно отобранный из классического арсенала средств эффективного общения. И сейчас мы не только используем его сами, но и включили в наши образовательные программы, как необходимый компонент для проведения соционического интервью. Наши студенты в процессе учебы осваивают его на многочисленных тренингах.

Есть очень важный психологический феномен: люди обычно очень благодарны за проявленное к ним внимание. Мы живем в таком сложном мире: у каждого - работа, все куда-то несутся, тут бы свои вопросы решить, а не проявлять внимание к другому человеку. В этой ситуации, если вы просто посидели рядом и заинтересованно послушали человека, то он уже Вам будет благодарен: «Как же хорошо пообщались. Какой интересный собеседник!».

Поэтому главный элемент психологии диагностики - это:

Техника активного слушания! [2]

Это техника, при которой вы не просто слушаете, но и побуждаете человека говорить. Чем меньше вы сами скажете во время диагностики, тем ярче будет проявление типа: человек не будет повторять ваших слов, а говорить от себя. Техника активного слушания нам нужна, чтобы побуждать человека говорить, чтобы он не замыкался, чтобы не тянуть из него клещами, чтобы он не давал «отлупов» вместо ответов.

Многократно проверено на практике, что даже вне профессиональной сферы, для решения большей половины бытовых конфликтов на самом деле достаточно проявить внимание к партнеру и включить активное слушание.

А вот вскрывать человека, как консервную банку не стоит, он при таком подходе только еще больше зажимается, и диагностическая информация начинает поступать к нам в очень ограниченном и максимально искаженном виде.

Какие еще техники необходимо знать, в чем еще необходимо выработать практические навыки?

- **Фокус внимания**
- **Установление и поддержание контакта**
- **Выявление потребностей клиента и презентация консультативного процесса под эти потребности**

Эти техники многократно описаны в психологической литературе [3]. Мы же здесь дадим их описания с учетом нашей специфики применения.

Психологические методы работы с клиентом

Фокус внимания

Очень важно понимать, что **время** диагностического интервью (и соответственно **объем** получ аемой информации от человека) ограничены. Профессиональная фокусировка внимания позволяет нам минимизировать пропуски и соответствующие потери ценной информации. При этом важно отметить, что диагностический процесс существенно отличается от обычных переговоров тем, что в нем «фокус внимания» направлен не только
на смысл «сообщения», но и на «форму подачи»
информации
человеком
,
а также на его
невербальные
проявления и реакции
.
Каждая из этих составляющих несет в себе
маркеры проявлений его информационного метаболизма.

Поэтому для успешной профессиональной диагностики необходимо усиленно тренировать навыки управления своим «фокусом внимания». Это один из краеугольных камней нашей методики: ***«Весь фокус в фокусе внимания».***

Установление и поддержание контакта

содержит 7 составляющих:

1. Произвести достойное первое впечатление.

2. Представиться.

3. Естественно и дружески улыбаться.

4. Неоднократно произносить имя собеседника.

5. Делать комплименты собеседнику.

6. Совместные действия.

7. Контроль невербальных реакций собеседника.

Это очень важный элемент взаимодействия: пока мы не установим контакт с человеком, он с нами и «разговаривать не будет». Конечно, какие-то слова нам удастся от него получить (если уж человек пришел на диагностику), но в подавляющем большинстве мы услышим от него дежурные, социально приемлемые, для него (да и для нас) ничего не значащие фразы.

Очень важно, чтобы установление контакта было коротким и активным. Начиная с первой секунды, должно сопровождаться фокусом внимания в клиенте, в том числе учетом его невербальных реакций.

1. Произвести первое впечатление

Заранее заботимся о первом впечатлении. У нас для этого не будет второго шанса.

Для этого заранее продумать: какой выбрать имидж, прическу, одежду, макияж и украшения (для женщин), с чем подойти или чем встретить, как держаться в разговоре.

Первые 15 секунд - именно столько времени внимание собеседника сосредоточенно на Вас в начале контакта. За это время своим внешним видом, поведением, первыми приветственными словами, подкрепленными эмоциями, невербаликой, мы имеем возможность завоевать доверие клиента или потерять его.

Приоритеты первого восприятия (по мнению психологов)

- 55% от визуальных ощущений
- 38% от **звучания** голоса,
- 7% от вербального компонента.

2. Представление

«Никогда не разговаривайте с неизвестными» (М. Булгаков)

Очень важный компонент установления контакта – представление. Последующее преодоление совершенных ошибок на этом этапе во много крат сложнее. Усилия по восстановлению подорванного доверия не соизмеримы по затратам на его начальное формирование.

Кстати. По поводу первого впечатления: Однажды провели такой эксперимент. На психологическом тренинге общения каждый участник группы по очереди выступал в роли подсудимого, которому представлена одна минута, чтобы сказать последнее слово и просить помилования, а остальные были присяжными заседателями, выносящими вердикт: казнить его или миловать.

Оказалось, что решение «присяжные заседатели» принимали уже в течение первых 10-15 секунд; вся остальная речь «подсудимого» практически не имела значения.

3. Дружеская улыбка

- не требуют особых пояснений.

4. Произнесение имени собеседника

- практически гарантирует то, что Вы будете услышаны. *«Звучание собственного имени для человека – самая приятная мелодия»*
(Д. Карнеги)

5. Комплимент. Это тоже целая технология

Комплимент выражает наше позитивное отношение к человеку, **внушает собеседнику веру в его силу** , свою красоту, способности и т.д.

Если вы фокусировались на человеке, вы обязательно заметите что-то, что выделяет

его как личность, или что он желает видеть в себе. На этой основе и стоит построить свой **комплимент**. При этом можно внести небольшое преувеличение замеченного достоинства: *«У вас такие красивые глаза, (красивые волосы, доброжелательная улыбка, мужественная фигура…)»*, *« Это Ваш Хаммер я видел на стоянке? Круто!».*

Именно этим комплимент отличается от лести. Сравните: *"Вам очень идет этот цвет" (комплимент) и "Вы самая красивая в мире" (лесть).*

Можно говорить не о самом человеке, а о своих чувствах к нему: *«Мне нравится с Вами общаться»* , *«Ваша жизнерадостность меня восхищает», «Слушая вас, я в восторге от вашего умения говорить с разными людьми на их языке »*
и т.д.

Можно отметить достижения и достоинства его окружения (ребенка, мужа, дома, машины, …). Например, женщине с ребенком: *«Какой красивый ребенок!». Р*ебенок бывает красивым у красивых родителей, он ухожен, хорошо одет — все это комплименты родителям. Хвалим ребенка, а родители домысливают похвалу как комплимент себе.

Дать в качестве фона **антикомплимент себе:** *«Я возмущен. Почему Вы так все прекрасно сделали? Даже я так не смогу»*

С людьми уже знакомыми эффективны комплименты с юмором, (но без иронии и сарказма): *«Какая Вы сегодня красивая! Прямо как я!»*

Свойства, которые усиливают комплимент:

- искренность,
- краткость, конкретика, **единый смысл,** избегание двойственности выражений,
- указание на достоинства, которые понравились именно Вам,

- утверждение положительных качеств, а не нравоучение по их улучшению.

Принято делать комплименты женщинам. На самом деле выслушивать комплименты (но не лесть!) любят все, просто реакция мужчин бывает не так заметна. Есть **вещи, приятные каждому**
. Все хотят хорошо выглядеть (особенно женщины), добиваться успеха во всем, пользоваться уважением, признанием, любовью, иметь хорошую семью, дом, машину, умных, здоровых детей и т.д.

Комплимент удовлетворяет важнейшую психологическую потребность человека — **потр ебность в положительных эмоциях.**
Собеседник, удовлетворяющий эту потребность, становится желанным собеседником.
Комплимент способен создать атмосферу общности, даже сплоченности с незнакомыми нам людьми.

Если во время диагностики что-то пошло не так, как мы ожидали, или нам вдруг стало неловко, повисла какая-то слишком длинная пауза, из которой мы не знаем, как выпутаться, то лучшее продолжение - **сделать клиенту комплимент**, это помогает оперативно восстановить контакт
.

6. Совместные действия

Как это работает?

Мошенница на улице не знает, что вам интересно, что вам нужно. У нее с вами одна точка соприкосновения – ваш кошелек. Она подходит и спрашивает: «Подскажите, а где здесь стоматология?». Сейчас стоматология на каждом углу, и вы начинаете ей рассказывать. Все! Она установила с вами контакт.

В начале каждой консультации, чтобы снизить уровень эмоционального возбуждения клиента («экзаменационного волнения»), связанного с предстоящей процедурой, мы вовлекаем клиента в какую-либо активную деятельность.

Как один из вариантов для этого: предварительное предложение клиенту заполнить небольшой тест. Несмотря на слабую валидность тестов, в этом есть свой смысл. Это дает нам дополнительно информацию о том, **что клиент сам о себе думает**
.

7. Невербальные аспекты коммуникации

Невербалика для посвященного отражает внутреннее состояние человека. Наблюдение за ней у клиента помогает нам осуществлять мониторинг наличия/отсутствия контакта в процессе консультации и соответственно более оперативно управлять ситуацией, предпринимать необходимые действия, чтобы
в
какой-то момент констатировать: «Есть контакт!»

Невербальные признаки наличия контакта:

- улыбка, утвердительные кивки головой,
- человек подается вперед, говорит с удовольствием,
- в глазах появляется блеск, он их не отводит,
- принимает открытые позы, свободные жесты,
- поправляет одежду, прическу.

О неустановленном или потерянном контакта говорят:

- закрытая поза: скрещенные руки, ноги, закрывается сумкой (на коленях), из рук не выпускает стаканчик с водой и т.д.,
- хмурый вид, человек не смотрит в глаза,
- ответы штампами, длинные паузы, выглядит неуверенным, замыкается, смущается, краснеет,
- движение рук к лицу, к голове,
- зевота, усмешка, чистка ногтей.

Если же контакт установлен, его уже нельзя прерывать, а еще это значит, что **диагностическое интервью**
уже в самом разгаре.

Сами колебания уровня контакта также служат для нас в качестве диагностических маркеров.

Контакт нарушается, когда тема попадает в зону слабых соционических функций (или в зону личной проблемы. Это уточняется в дальнейшем общении). И, наоборот, в зоне его уверенности (в зоне сильных функций) контакт восстанавливается, человек начинает говорить с удовольствием, выступает экспертом и вызывает интерес у окружающих.

Владение навыком наблюдения и оценки невербальных проявлений во многих случаях позволяет решать еще одну проблему: вранья на диагностике.

Как эксперту распознать сознательную или неосознанную ложь клиента и не пасть ее жертвой? Часто, говоря: «Да», человек может всем своим видом показать, что «Нет, конечно, нет». Если человек говорит не искренне, это часто сопровождается тем, что подносит руку к лицу, как бы его прикрывая и т.д.

В.В. Гуленко по этому поводу заметил: *«Многие новички, особенно проходящие обучение*

в логических школах соционики, сосредотачиваются лишь на содержании слов респондента, прокручивая в голове, по какому «аспекту» они классифицируются. Мой же опыт подтверждает общеизвестный психологический факт, что невербальные сигналы несут гораздо больше информации о личности человека, чем семантика его слов…»
[3с]

Техника активного слушания!

Поддерживать установленный контакт долгое время, необходимое для проведения полноценного типирования нам позволяет **активное слушание,** которое обеспечивает **у держание внимания**
клиента на взаимодействии с экспертом.

Каким образом мы можем побуждать человека говорить?

Поднимая и закрывая диагностические темы, своими заинтересованными и в тоже время социально нейтральными вопросами, приятным расположением мы побуждаем человека к тому, чтобы он начал что-то увлеченно рассказывать о себе.
Раскрытию темы способствуют дополнительные короткие вопросы: Как это было? Что вы чувствовали? Что вы думали? А как остальные? И т.п.

На этом этапе нам приходится отслеживать несколько процессов параллельно:

- отслеживать комфортность ситуации для клиента, восстанавливая контакт при его потере,
- замечать, документировать или удерживать в памяти типологические проявления.

Это очень эффективная технология, требующая не слишком продолжительных

тренировок, но реально способствующая тому, чтобы разговорить клиента, помочь ему раскрыться и «выдать» нам достоверную диагностическую информацию.

Вербальные компоненты техники активного слушания:

1. «Угу-сообщения»

2. «Эхо»

3. «Парафраз»

4. «Уточнение»

5. «Резюмирование»

6. «Пауза».

Невербальные компоненты:

7. «Зрительный контакт глазами, дружеский взгляд»

8. «Посадка»

9. «Открытость позы»

10. «Отзеркаливание позы и ведение»

11 .«Отражение чувств»

Расшифровка вербальных компонентов

1. «**Угу-сообщения» - кивание головы,** произнесение сопровождающих слов типа «**угу », «да», «понимаю Вас...»**
Человек о чем-то активно говорит. А мы ему показываем, что мы его активно слушаем, а не «пустым местом» сидим, что человек нам интересен.
Важно реагировать на слова собеседника, но не следует переусердствовать. Гротескное реагирование и внимание могут вызвать напряжение и разрушить раппорт.

2. «**Эхо» - повтор окончания фразы** клиента при повисшей паузе. Вы повторяете последний кусочек его предложения, чтобы дать ему энергию на новую волну разговора.

3. «Парафраз»: «Правильно ли я Вас понял …?» - **перефразирование слов собеседника** , повторение своими словами, того, что человек только что сказал. Это дает возможность говорящему увидеть, что его слушают и понимают, а слушающему уточнить правильность понимания сказанного.

4 .«**Резюмирование» - подведение итогов**. Иногда очень уместно подытоживать разговор. При этом удачно начинать фразу со слов: «Если подытожить все сказанное, то …». Суть этого приема слушания в том, что мы своими словами подводим итог основным мыслям собеседника.

5. «Уточнение»: «Не могли бы Вы рассказать подробнее…?»

6.**«Пауза».** Очень часто бывает так, что, получив не удовлетворяющий ответ, диагност приступает к следующему вопросу. В этот момент лучше выдержать небольшую паузу. Она сигнализирует человеку, что здесь надо еще что-то раскрыть и поговорить немного на эту тему. Такие паузы дают возможность собеседнику подумать и продолжить свою мысль.

Расшифровка невербальных компонентов

7. **«Зрительный контакт глазами, дружеский взгляд».** (без комментариев)

8. **«Открытая поза эксперта».** Наша поза должна быть открытой: подбородок приподнят, руки и ноги не скрещены. Таким образом, мы впитываем всю информацию, без потерь, мы показываем, что мы открыты. Если поза закрытая, тело зажато, то значительную часть информации мы просто отвергаем и теряем. Это первое. А второе: в такой обстановке клиент бессознательно также закрывается, и мы теряем установившийся контакт.

9. **«Посадка».** Не стоит садиться напротив своего визави, даже через стол. Это поза несет оттенок конфронтации, что может помешать установлению доверительного контакта. Идеальная посадка под 135 градусов или параллельно, что снижает эффект противостояния. С одной стороны, мы друг друга видим, с другой стороны никто не лезет в чужое личное пространство. Расстояние должно быть достаточное для того, чтобы слушать друг друга и говорить, не повышая голоса. Нежелательно сажать клиента спиной к двери, и самим не стоит так садиться!

10. **«Отзеркаливание»** (позиционное эхо) – подражание посадке, движениям, жестам, несловесное сообщение: «Посмотри, я совсем такой же, как и ты». Ненавязчиво копируя некоторые жесты человека, его легче расположить к себе, успокоить и расслабить. Человек поневоле, неосознанно считает «своим» того, кто сидит так же как он.

11. **«Ведение» (от закрытой к открытой позе)** - необходимо, если человек уходит в

закрытую позу. Техника начинается с отзеркаливания, м
ы садимся в позу, похожую на его.
Затем следует легкое изменение своей позы в сторону ее большей открытости, свободы
, создавая комфорт клиенту, говоря ему комплименты.

12. **«Отражение чувств»,** при котором акцент делается не только на содержание сообщения, но и на эмоциональном состоянии собеседника. За
мечая чувства
собеседника, ему показывают, что его состояние понимают, ему сопереживают.
Фразы «Я понимаю ваше состояние...», «Я понимаю, что вам нелегко говорить об этом» и т. п. — показывают собеседнику, что его состояние понимают, ему сопереживают.

Очень важный дополнительный бонус практического освоения техник активного слушания - эти навыки прекрасно помогают нам в обыденной жизни. С их помощью можно улучшить личную коммуникабельность, повысить свою результативность и в переговорах, и при других взаимодействиях с людьми.

Активное слушание — это своего рода «ключ ко всем дверям», основа более глубокого личного контакта с партнером в любых переговорах!

Выявление потребностей клиента и презентация под потребности

Включает две задачи и два соответствующих пути их решения.

- **Стратегическая**. Обычно запрос на определение типа – это только повод для решения более важных для человека задач профессиональных, личностных. Поэтому в процессе интервью необходимо не забывать свою главную цель: выявлять актуальные потребности клиента, готовясь к завершающему этапу – этапу выработки рекомендаций. Определив подлинные причины обращения, мы получаем возможность сформировать определенный тематический коридор ведения интервью и тем самым ускорить решение насущных задач клиента. По окончанию диагностического интервью

только те наши рекомендации будут услышаны и взяты на вооружение клиентом, которые направлены на удовлетворение его осознанных (может быть даже только что в процессе консультации) потребностей.

- **Тактическая**. Поддержка контакта с клиентом на необходимом уровне. Нащупывая и поддерживая темы, интересные для клиента, мы создаем ему ситуацию комфортного общения, даем возможность выговориться. И приступаем, как только ч
еловек только вошел в аудиторию. Сразу включается фокус внимания: как он выглядит (чем он может интересоватся), чем уже заинтересовался? Так… он читает наш юмор на стенах. Вот с чего я начну разговор!

Выбор тем интервью

Рекомендуемые темы для обсуждения на интервью

- **о детстве клиента, школе и юношеских годах,**
- **о школьных предметах и учителях, об отношениях с одноклассниками,**
- **как человек последний раз провел отпуск (желателен рассказ о поездке в новое для него место),**
- **как собираетесь в отпуск, в командировку,**
- **какие книги ему нравятся (чем),**
- **какое у него хобби, чем привлекательно это занятие,**
- **любит ли готовить, что и как, «Рецепт расскажите, пожалуйста»,**
- **как покупает одежду, обувь, на что при этом обращает внимание,**
- **что для него вода, свеча, есть ли у него мечта (ее можно не озвучивать),**
- **как выбирал кружки, секции, в детстве, как ВУЗ, работу,**
- **что значит для него иерархия, равенство, «одинаковость» людей,**
- **что для Вас музыка, решительные действия.**

Почему мы говорим именно о темах? Потому, что необходимо не просто задать вопрос, а, применив вышеописанные техники, получить развернутый ответ (не менее 5 предложений).

Почему валидность тестов крайне низкая? Опыт показывает, что первая фраза ответа

может вообще не нести никакой информации, декларируя один из общепринятых штампов или быть жестко привязанной к аспекту вопроса:

«Что для Вас вода? – Вода – это жизнь»

«Как Вы провели отпуск? – Отдохнул!».

Проективная методика «Королевство»

Это особая и очень продуктивная тема, которая позволяет переключить внимание человека с задач, волнений и проблем текущего момента на активную деятельность в рамках необычной, нестандартной ситуации. Ее можно открывать, если с клиентом уже установлен контакт (по нашему опыту – во второй части интервью).

Началом служит вопрос:

- **Вы стали королем (королевой) сказочного королевства. Ваши действия?**

И далее тема может хорошо развиваться с помощью дополнительных уточнений:

- **Что народ будет есть, где жить, как королевство будет защищаться?,**
- **А если вдруг враг у ворот?,**
- **А если засуха, голод в королевстве?**
- **Ну все преодолели. Как отпразднуем победы?**

Внимание к типу задаваемых вопросов

Особое внимание необходимо уделять не просто смыслу, но и форме вопроса. В психологии рассматриваются 3 основных типа вопросов

- ***Закрытые вопросы***, которые предполагают ответы только «да» или «нет». Например, «Вы любите комфорт?».
- ***Альтернативные вопросы*** - предполагают выбор из данного диагностом перечня.

Для социодиагностики ответы на вопросы этих двух типов неинформативны, т.к. чаще всего содержат социально принятый («политкорректный») вариант ответа. Они не дают человеку самостоятельно проявить себя. Таких вопросов стоит избегать.

В диагностическом интервью необходимо человеку задавать вопросы третьего типа:

- ***Открытые вопросы*** - предполагают поле для развернутого ответа. Так, например, вместо вопроса: «Вы любите пляжный отдых или активный?», стоит спросить: «Что для вас пляжный отдых?». На такой вопрос невозможно ответить только да или нет. Начинаясь с «что? где? как? когда? каким образом?» и т.д., такие вопросы дают собеседнику свободу в семантическом плане. И тогда человек максимально «пробалтывается» соционически, сам не замечая того.

Нежелательные вопросы:

Вопросы о политических убеждениях, вероисповедании, зарплате, профессиональном опыте, интимной сфере, психологических проблемах.

Нежелателен вопрос **«почему?»** Они часто воспринимаются как упрек и вызывают агрессивную реакцию.

Наш опыт показывает, что мало информативные ответы мы получаем на вопросы, в формате:

«А как бы Вы поступили в случае …?»

«Вы любите/не любите …?»

«А Вы смогли бы …?»

Такие вопросы переводят человека в область его фантазий относительно успешности/неуспешности человека в том или ином виде деятельности. Поэтому, если даже сам человек уходит в мечтания (о своих возможностях), необходимо перевести разговор в плоскость: «А как это уже было с Вами? Расскажите о подобном случае».

Важно к этому добавить, что человек имеет право не отвечать на какой-то вопрос. И тогда, как бы нам не хотелось, но придется удержать себя в руках и спокойно это принять: «Да, не пошла эта тема. Эта тема человеку болезненна. Попробуем другую».

Вопросы и ответы из дискуссии на XX научном семинаре НИИ Соционики 28 октября 2010г.

- А вот бывает, что с разными людьми не удается установить контакт. Может, это у меня шаблон. Вот, например, заказчик. У него спрашиваешь, говоришь, а он молчит в ответ, или как будто на другом языке отвечает.

Т.Н. Активное слушание или активное говорение? Это активное слушание должно быть/

- Но тем не менее. Все равно бывает, что разговор заходит в тупик. Но не всегда же бывает, что он начинает вам активно говорить, а вы активно слушать. Иногда он молчит.

Т.Н. Активнее говорить он не начинает. Но чем активнее я слушаю, тем активнее он говорит.

В.Г. И для этого тоже необходимо тренироваться, нужна практика. На наших тренингах первое прохождение упражнения «Активное слушание» часто выглядит так: в основном говорят те участники, которые должны были вести активное слушание и почему-то не могут остановиться, они все говорят и говорят. Но достаточно быстро этот навык осваивается, и это одна из частых тем, возникающих на обратной связи. Участники с радостью делятся, как меняется характер взаимодействия с близкими и коллегами при простом следовании этой технике. Мы сейчас даже планируем сделать такой тренинговый курс «Успешные переговоры». За последнее время четко обозначилось и стало понятно, что туда должно войти, какие типологические элементы и психологические техники.

- Я может не совсем правильно вопрос задал. Сейчас я чувствую, что есть у меня определенный пробел в этой области. Вот какие ответвления вопросов надо задать человеку, с чего начать, чтобы он стал говорить?

Т.Н. Поняла. Вы спрашиваете человека, не просто расскажите о школе. Вы дайте человеку поле, на котором он может что-то для себя найти. Например, расскажите что-нибудь о Ваших школьных годах, какие предметы нравились, какие не нравились, может быть нравился учитель, поэтому нравился предмет, или предметы нравились сами по себе, как это было? И он уже сам начинает, вспоминая переходить на другие темы: там был класс дружный, там в школу ходил далеко от дома, сколько школ сменил и т.д. У него есть поле. А если он, например, отвечает вам односложно: что да, в школе было все хорошо, не знаю, что рассказывать. Отлично, были ли у Вас какие-нибудь увлечения? Музыка, книжки, игры с друзьями, может что-нибудь взрывали или что-нибудь вышивали? То есть опять вы человеку даете еще поле, и скорее всего, он что-нибудь об этом скажет. Потому что, если человек совсем молчун, то тогда это одно дело, а если просто, его не очень интересовала школьная тема, а внешкольная, тогда спросим об этом, и он расскажет об этом.

- Школа – это как начальное поле. А есть еще какое-нибудь начальное поле?

Т.Н. Таких полей много. Это вот полная папка опорных конспектов с вопросами на каждый признак. Например, поле: «Как вы выбираете одежду?» И опять же: расскажите, как вы приходите в магазин, что делаете, как? Нужно, чтобы на вопрос нельзя было ответить, да или нет. Поле о том, любите ли вы готовить? И опять же не «да, нет». А расскажите, есть ли любимое блюдо? А что готовили в последний раз?

Одна женщина говорила: «нет, я не люблю готовить. Я готовила один и тот же пирог 100 раз, и каждый раз он у меня получается по-разному, а почему – не знаю». А другая говорит: «Да, люблю готовить» - «А что готовили в последний раз» - «Куриную лапшу». «А как готовите?» - «Берешь куриное бедро, из него значит бульон». «Куриное бедро» – это уже даже звучит не вкусно сразу.

- А у меня вот тоже вопрос. Спрашиваешь человека про школу, а он говорит, что я вот сидел дома, и больше ничего не говорит, и видно, что сильно комплексует по этому поводу.

Т.Н. Но что-то все-таки скажет, например: «никуда я не ходил, дома сидел, книжки читал». Отлично. Сразу подключаетесь. Книжки? А были любимые книжки? Какие? Фантастику, приключения и т.д. То есть находите ту цепочку, то поле, где рано, или поздно, он все равно заговорит. Здесь нужна тренировка, как и с фокусом внимания. Не вскрыть, как консервную банку, а открыть.

Совсем сложный случай:

Человек говорит, что сидел дома. Хорошо. Сначала «Угу».

Потом вопрос задаем, сидел дома? «Да, сидел дома».

- А с чем-дома-то? (Если сидел дома и ничего не делал, значит, наверное, играл на компьютере).

- А были ли любимые игрушки?

- Играл один или с друзьями?

- А играли во что, в стрелялки, бродилки, стратегии?

И тут уже он видит, что его не осуждают за это, и значит, можно поговорить про это. Какая разница, о чем говорит человек, важно, чтобы он просто говорил. Активное слушание – это тренировка. Здесь задача открыть человека

- Ну, а если просто видно, что комплексует человек, и кажется, что лучше к нему уже не лезть?

Т.Н. Если человек сидит зажатый, начинаем сначала, с установления контакта. Улыбка, комплимент. Если собственное расслабление тела не помогло, пытаемся более мягким голосом поговорить. Обычно, улыбка и расслабление своего тела помогает очень сильно. Потому что мы не замечаем, как сами напрягаемся. Клиент напрягся, мы испугались, что не получается разговор, и сами напряглись, и клиент напрягается еще больше. А когда мы расслабленно у человека что-то спрашиваем, разве будет он от нас закрываться? Поэтому расслабились, улыбка, сели, и смотрим, клиент как-то расслабился, и готов уже общаться. Техники расслабления нам нужны как воздух. Если мы видим, что клиент на нас ополчился, значит мы сами не заметили, как ополчились на него. Расслабились, вздохнули, улыбнулись, создали себе комфортное состояние. Все это требует постоянной работы с собой, ежедневной тренировки.

- У меня такой вопрос. Мне кажется, очень многое зависит от типа человека. Приведу пример с себя. Вот, например, если со мной в паре окажется Бальзак, то какого-нибудь агрессивного Жукова мы просто не сдержим.

Т.Н. А почему Жуковы обязательно должны быть агрессивными? А не встречали агрессивных Есениных, Робеспьеров? Попытаюсь другими словами объяснить. Наш любимый мультфильм, который мы недавно разбирали на Мастер-Классе. «Крошка-енот» называется. Тот, который сидит в пруду, он какой?

- Отражение.

Т.Н. Да, отражение. То есть, как вы к человеку, так и он к Вам. «Не бывает хлопка одной ладонью».

- Вот бывают случаи, когда человек на диагностику приходит под воздействием своих друзей, знакомых, и в добавок он еще сомневается: «А оно мне надо? Что такое вообще соционика? И если вы специалисты в этой области, то покажите диплом. И кто вы вообще такой» Что в этом случае делать?

Т.Н. Если человек все же пришел, значит, он чего-то хочет. Поработайте с запросом. А диплом конечно лучше иметь, за спиной на стенке.

Выводы

- Мы измеряем человека человеком, и поэтому мы не можем не учитывать в этом процессе психологические факторы.
- Психологические техники, позволяют нам принимать во внимание, учитывать в процессе диагностики и грамотно работать как с состоянием клиента, так и с состоянием диагноста.
- Они же в обыденной жизни помогают значительно улучшить коммуникацию.

Список литературы

1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИОНИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ.ЧАСТЬ I / http://socionics.ru/diagnostic/713-socionicaphsihologiya

2. Техника активного слушания

3. Психологические техники

4. *Прокофьева Т.Н.* Методика диагностики типов информационного метаболизма. // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология, №9, 2006.

5. *Прокофьева Т.Н., Прокофьев В.Г.* Puzzle-технология. Стандарты качества соционической диагностики. http://socionics.ru/diagnostic/puzzle
6. *Гуленко В.В.* Соционическая диагностика: метод интервью. //- Киев, 01.02.1999 // Соционика, ментология и психология личности, 2002, № 2
7. *Прокофьева Т.Н.* Соционика. Алгебра и геометрия человеческих взаимоотношений. – М.: «Гном-пресс», 1999, – М.: «Алмаз», 2005.
8. Соционика для профессионалов. Соционические технологии в педагогике и управлении персоналом. Под ред. Т.Н. Прокофьевой. – М.: «Алмаз» , 2008. – 323 с.