

УДК 330.16

ББК 88.4

Е.Л. ТРОФИМОВАКандидат психологических наук,
доцент каф. социальной и экономической
психологии БГУЭП**К.С. ЧЕРЕМУХИНА**Ст. преподаватель каф. социальной
и экономической психологии БГУЭП
г. Иркутск

ОЛИМПИАДА КАК ФОРМА ПОВЫШЕНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Аннотация: Авторы делятся опытом по проведению олимпиад по психологии в экономике и управлении для школьников. Олимпиада рассматривается как одна из активных, успешных форм повышения интереса к проблемам экономической психологии. Приводятся примеры конкретных тестовых заданий, раскрывается содержание деловых игр, ситуативных упражнений, творческих проектов.

Ключевые слова: формы повышения познавательной активности, олимпиады по экономической психологии, экономическая психология, психология управления, экологическая психология.

Возрастающая конкуренция на рынке труда, особенно в периоды сложных социальных изменений, экономического кризиса, повышает требования к психологической подготовке будущих специалистов. Формирование успешной конкурентоспособности должно осуществляться уже в период школьного обучения. На наш взгляд, одним из эффективных, активных способов формирования конкурентоспособности в период обучения в школе являются олимпиады по предметам, в том числе олимпиады по психологии в экономике и управлении.

Опыт проведения кафедрой социальной и экономической психологии (СЭП) Байкальского государственного университета экономики и права (БГУЭП) под руководством зав.кафедрой, докт. психол. наук, профессора А.Д. Карнышева совместно с Департаментом образования Иркутской области первоначально конкурсов по проблеме «Чело-

век в экономике» (2003, 2004, 2005 гг.), а затем уже муниципального и областного этапов олимпиады «Психология в экономике и управлении» (конец 2005–2009 гг.) показал, что старшеклассники школ не только заинтересованно относятся к такого рода конкурсам, но и проявляют хорошие знания даже в тех областях, которые, казалось бы, им еще «не по плечу», что отражает естественное стремление молодых людей к ускоренному и оперативному освоению всего того, что им необходимо для экономической социализации.

Мы также с уверенностью можем утверждать, что проведение олимпиад для старшеклассников «Психология в экономике и управлении» стало хорошей традицией.

Поскольку в образовательных учреждениях Иркутской области учебные спецкурсы «Психология в экономике и управлении» (аналоги: «Человек в экономике», «Психология управления» и т.д.) толь-

ко начинают вводиться, подготовленные олимпиады и задания рассчитаны не столько на его конкретное содержание, сколько:

- на понимание психологических аспектов тем, которые рассматриваются в ходе изучения общеобразовательных предметов (экономическая география, история, литература и т. д.);
- на знания, которые во многих образовательных учреждениях преподносятся через преподавание курса «Психология»;
- на умения учащихся видеть значение и влияние «человеческого фактора» в тех экономических реалиях (потребительское поведение, распределение семейного бюджета, торговля, реклама, маркетинг и т.д.), с которыми ему постоянно приходится встречаться в повседневной жизни, включая экономическую социализацию в семье;
- на способность обобщать и понимать те экономические знания, советы, рекомендации, которые постоянно подаются в средствах массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение), а также распространяются на многочисленных сайтах Интернета;
- на креативность и творчество в мышлении, на способность принимать решения в нестандартных ситуациях;
- на личную заинтересованность старшеклассников, которые стремятся примерить на себя «экономическое платье» прежде всего в вопросах выбора профессии, овладения навыками предпринимательской деятельности, в связи со стремлением самим заработать «на карманные расходы», умениями рационально использовать полученные средства и т.п.

Целью олимпиад являлось привлечение внимания школьников к знаниям по психологии и их применению в практических областях, прежде всего в разных сферах экономической деятельности, в управлении, маркетинге и т.п.

Содержание заданий олимпиады ориентировано на программу школьных предметов «психология» и «экономика», а также предлагаются творческие

задания на общую эрудицию по житейской проблематике экономической психологии, психологии управления, экологической психологии.

В целом, задания распределяются по следующим разделам:

- Основы психологии: прежде всего это вопросы, касающиеся психических процессов, психических свойств личности.
- Экономика и психология: основные направления взаимодействия.
- Личность в экономике: экономические роли, потенциалы деловой активности, мотивы, самооценка в их управленческом и экономическом значениях.
- Человек в организации: организация и коллектив, формальные и неформальные отношения.
- Психология руководства и лидерства в экономических структурах.
- Психологические аспекты предпринимательства: психологический портрет предпринимателя, его роли, угрозы предпринимательству и риск.
- Психология поведения потребителя: группа и потребительское поведение человека, маркетинг, брэнд товара и фирмы.
- Психология собственности и денег: виды собственности, типология собственников, «денежные» типы личности.
- Психология делового взаимодействия: этика делового общения, коммуникативные барьеры, сотрудничество и конфликты с клиентами и партнерами.
- Человек в мире профессий: психологическое обеспечение профессионального самоопределения, типы профессий, требования к ним.
- Этнопсихологические аспекты мировой экономики: национальные особенности экономического поведения и делового общения, стереотипы и предрассудки о представителях других народов.

Учитывая остроту вопросов межнационального взаимодействия в экономике (проблемы мигрантов,

роста транснациональных корпораций, международная торговля и т.п.), на областной олимпиаде для школьников в 2006–2009 годах существенное внимание в заданиях было уделено пониманию школьниками психологических характеристик традиций, этнических норм других народов, проявляющихся в экономической сфере и особенно в деловых и межличностных контактах.

В 2009 году в связи с развитием особых экологических зон в Байкальском регионе кафедра социальной и экономической психологии БГУЭП проводит большую работу по экологическому туризму, проблемам природоохранной деятельности и поэтому новая олимпиада будет проводиться под названием «Психология в экономике и экологии». Вопросы и задания, представленные к этой олимпиаде, несомненно, будут способствовать повышению компетентности школьников в области экологической и туристической деятельности.

Олимпиада включает в себя следующие формы.

1. **Тестовые задания.** Примерные тестовые задания для олимпиады:

Специалисты по рекламе рассказывают такую историю из области рекламной психологии: «Жили-были две фирмы, занимающиеся продажей товаров по почте. Посылочная торговля всегда подразумевает каталог. Обе фирмы продавали одно и то же, адресовались одним и тем же людям и преуспевали до обидного одинаково, пока одна из них не видоизменила свой каталог – причем вроде бы, в невыгодную сторону. После этого дела у нее пошли лучше, чем у конкурента». Подумайте, какое именно изменение было внесено?

1. Уменьшила формат каталога
2. Увеличила формат каталога
3. Выпустила более красочный каталог
4. Выпустила каталог в мягкой обложке

В сказке «Ледяная избушка» заяц жил в лубяной избушке, а лиса в ледяной. Пришла весна – и у лисы избушка растаяла. Пришла лиса к зайцу и попросилась переночевать, да и выгнала зайца из его избушки. Кем является лиса?

1. Ниспровергателем собственности
2. Профаном

3. Захватчиком собственности
4. Транжирой
5. Меценатом
6. Скрягой

Один из корпоративных принципов фирмы «Маусита» гласит: «Если ты совершил случайную ошибку, фирма простит тебя. Если же ты – тебе нет прощения». В каком случае фирма не прощает своего сотрудника?

1. если сделал ошибку преднамеренно
2. если отступил от морального кодекса
3. если нагрубил руководителю фирмы
4. если без уважительных причин повздорил с коллегами

2. **Творческое задание.** Приведем варианты творческих заданий, разработанные ст. преподавателем Бажиной У.Н.

Представьте себе, что вы – сотрудник рекламного отдела молодой туристической фирмы. У Вашей фирмы есть своя база на Байкале.

За 40 минут вы должны придумать и изобразить на бумаге рекламу вашей фирмы и ваших услуг. Вам необходимо сформулировать **ключевую идею** рекламной кампании. Это должны быть **изображение** (эмблема фирмы или характерный образ услуг) и **слоган** (крылатая фраза, лозунг или основное сообщение рекламы), которые могут стать стержнем разнообразной рекламной продукции: календарей, буклетов, листовок вашей фирмы, могут быть использованы в щитовой рекламе, рекламе на транспорте, в СМИ и т.д.

В вашем распоряжении 2 листа бумаги. Предложите, пожалуйста, 2 варианта вашей идеи, один из которых будет рассчитан на российских клиентов, второй – на туристов из другой страны (любой из стран Азии, Европы, Америки – на Ваш выбор).

По истечении 40 минут, во время презентации разработанных вами рекламных материалов, у вас будет возможность аргументировать элементы созданного рекламного образа. Время презентации – до 2 минут для одного участника. Порядок выступлений определяется жребием.

Жюри оценивает рекламу и выступление по следующим критериям

- Использование психологических знаний – применение в рекламе и аргументация в ходе презентации различных психологических приемов привлечения и удержания внимания, приемов убеждения, использования психолингвистических знаний, методов NLP и т.п.
- Критерий целевой аудитории – создание двух рекламных продуктов, единых с точки зрения цели, но ориентированных на разные целевые аудитории, аргументация этих различий.
- Содержательность – отражение в рекламном материале обобщающей идеи, миссии вашей турфирмы (гармоничное единство изображения, слогана и т.п.). Решение нескольких рекламных задач в 4–5 словах слогана (информирование, повышение узнаваемости, привлечение клиентов, отстройка от конкурентов и т.п.).
- Презентация – умение кратко, ясно и убедительно представить свою рекламу.

Другой вариант задания: представьте себе, что выиграли тренд на разработку участка земли на берегу Байкала под строительство туристического комплекса.

За 40 минут вы должны придумать и изобразить на бумаге проект вашего туристического комплекса. Вам необходимо разработать презентацию вашего комплекса для привлечения инвесторов. Инвесторы – иностранные бизнесмены (страна, с жителями которой вам предстоит вести переговоры, определяется жребием). Презентация должна содержать краткий рассказ о проекте и аргументы выгоды вложения капитала в вашу идею для инвесторов с учетом их национальных психологических особенностей.

В вашем распоряжении лист ватмана для подготовки проекта и презентационный лист, на котором вы запишите кратко текст презентации (это необходимо для более объективной оценки вашей работы).

По истечении 40 минут все материалы конкурса необходимо сдать жюри. Во время презентации разработанных вами рекламных материалов у вас

будет возможность аргументировать элементы созданного рекламного образа.

Третий вариант задания: представьте себе, что вы являетесь сотрудником природоохранной организации, которая проводит рекламную кампанию под лозунгом «Байкалу – чистые берега».

За 30 минут вы должны придумать и изобразить на бумаге проект рекламных материалов для этой кампании. Вам необходимо сформулировать ключевую идею рекламной кампании. Это должны быть изображение (эмблема фирмы или характерный образ услуг) и слоган (крылатая фраза, лозунг или основное сообщение рекламы), которые могут стать стержнем разнообразной рекламной продукции: календарей, буклетов, листовок вашей фирмы, могут быть использованы в щитовой рекламе, рекламе на транспорте, в СМИ и т.д.

3. Важным этапом олимпиады является **деловая игра**. Нами используются несколько вариантов деловых игр. Например, деловая игра «Суд собственника», разработанная к олимпиаде в 2006 году.

Участники олимпиады выступают в роли защитника или обвинителя в судебном процессе. В соответствии с жеребьевкой они разбиваются на пары, таким образом получая партнера в судебном процессе, жеребьевкой получают свою роль и тип собственника, которого будут защищать (один партнер) и обвинять (другой партнер).

Судебный процесс проходит в три этапа.

На первом этапе партнерам необходимо совместно предложить как можно больше сказочных или литературных персонажей для каждого из приведенных типов собственника (захватчик собственности, скопидом, транжира, несведущий собственник, ниспровергатель собственности). Список персонажей в письменном виде сдается жюри.

Партнеры в паре определяют одного героя, суд над которым состоится.

Следующий этап представляет собой собственно суд, очередность выступления также определяется жеребьевкой. В паре прокурор выступает первым, а адвокат – вторым.

Прокуроры и адвокаты индивидуально в течение 10 минут готовят речь. Суд начинает слушание: сначала выступает прокурор, затем с ответным сло-

вом – адвокат (на выступления сторонам отводится по одной минуте). Далее суд приступает к прениям сторон (3–5 минут на пару). Остальные участники внимательно слушают и принимают участие в голосовании за оправдательное или обвинительное решение, таким образом в паре определяется победитель.

По итогам выступлений определяются победители, которые будут принимать участие в финальном конкурсе.

Другой вариант этапа деловой игры предполагает прохождение каждым участником психологических станций.

Например, во время коммуникативного тренинга старшеклассники были разбиты на 4 команды и далее работали в малых группах. Участникам по командам необходимо было посетить несколько психологических станций. На каждой станции предлагалось выполнить соответствующее практическое задание. Оценивались знания, креативность, а также практические навыки взаимодействия в команде.

Примеры заданий на станциях.

Станция «Психология управления»: участники получали ситуацию и в паре должны были проиграть действия руководителя с позиции различных управленческих стилей, а затем аргументировать выбор наиболее оптимального стиля управления для указанной ситуации.

Станция «Деловое общение»: группе предлагалась игра «Я иду в поход, я беру с собой...». Старшеклассники должны были отгадать условие, которое определяло, что можно взять в поход. Чем раньше участник догадывался, тем больший балл получал. Если угадывали все члены команды, то присваивался дополнительный балл.

Станция «Политическая психология»: старшеклассники сначала индивидуально получали задание составить психологический портрет идеального политика (из 10 качеств), затем, объединив усилия с другими участниками команды, составляли групповой портрет.

Станция «Экономическая психология»: команда принимала участие в игре «накопление капитала». В игре каждый участник – директор пред-

приятия, имеющий первоначально прибыль в 500 у.е. Этап накопления капитала состоял из 5 шагов. Каждый шаг – это решение участника относительно того, как распорядиться прибылью: положить в банк, отправить деньги на развитие производства, на обучение персонала, вложить в социальную сферу и т.д. В ходе игры участник заполнял индивидуальный бланк.

Станция «Двери»: школьникам необходимо было творчески решить задачу и найти способ оптимального взаимодействия в рамках одной международной фирмы представителей разных национальностей, учитывая при этом их этнопсихологические характеристики. Оценивалось количество идей, их оригинальность и реалистичность.

Станция «Крестики-нолики»: участникам предлагалось сыграть в известную игру, однако, для того чтобы сделать ход, следовало верно ответить на вопрос, касающийся одной из областей психологии. Оценивались скорость и количество правильных ответов.

Станция «Сказочный бизнес»: старшеклассники должны были продемонстрировать свои знания в области психологии управления и общую эрудицию. Требовалось для конкретных должностей сотрудников туристической фирмы подобрать сказочный или мультипликационный персонаж, который по своим психологическим характеристикам соответствовал требованиям, предъявляемым профессией.

Станция «Притча»: учащиеся получали набор предложений, соответственно определив логическую последовательность которых, можно было составить притчу. Кроме этого необходимо было ответить на основной смысловой вопрос притчи. Оценивались сообразительность, логика и креативность мышления.

Станция «Рекламный критик»: участникам предлагался набор рекламных примеров, которые они в течение последнего месяца могли видеть на баннерах нашего города. Следовало распределить представленные рекламные образцы на две группы: удачная и неудачная реклама. Ответ требовалось обосновать.

Анализ результатов прошедших олимпиад показывает следующие положительные тенденции.

Во-первых, с каждым годом мы отмечаем высокую степень заинтересованности школьников проблематикой экономической психологии, социальной психологии, политической психологии, психологии управления, экологической психологии и практическим использованием знаний по этим направлениям.

Во-вторых, увеличивается количество школьников и школ, желающих участвовать в этом проекте. Представители ряда учебных заведений области на протяжении последних лет регулярно оказываются в списке претендентов на победу. Среди школьников есть ребята, которые становятся участниками олимпиады второй и даже третий раз.

В-третьих, ежегодно уровень подготовки старшеклассников растет по сравнению с предыдущими учебными годами.

В-четвертых, положительным результатом является то, что победители и участники олимпиады поступают на нашу специальность «Психология в экономике и управлении» и уже в качестве студентов проявляют себя творчески как в учебной, научной, так и в общественной жизни и деятельности кафедры и факультета. Например, победители олимпиады 2006 года, ныне являющиеся студентами 3-го курса (В. Катышева, Р. Ермаков, А. Разуваев) под руководством проф. А.Д. Карнышева ведут студенческую лабораторию по проблемам экономической этнопсихологии, проводят интересные научные исследования и публикуют полученные результаты.

В-пятых, очень хочется отметить интерес преподавателей психологии к данному мероприятию, их творческий подход, умение увлечь своих учеников психологией и обеспечить старшеклассникам серьезный уровень подготовки. Кафедра СЭП БГУЭП под руководством зав. кафедрой СЭП, докт. псих. н., профессора А.Д. Карнышева с 2006 года ведет курсы для учителей: например, «Экономическая социализация старшеклассников», «Формирование межкультурной компетентности в процессе обучения». И преподаватели психологии, чьи ученики принимают участие в олимпиадах «Психология в экономике и управлении», регулярно обучаются по предлагаемым нами программам. В какой-то степени мы наблюдаем соревнование не только между школь-

никами, но и между психологами-преподавателями разных школ Иркутска и Иркутской области.

Наряду с положительными тенденциями нужно отметить и некоторые слабые моменты. Ежегодный анализ результатов олимпиад помогает выявить недостаточный уровень подготовки в каких-либо направлениях психологии. На основании аналитических данных организаторы олимпиад рекомендуют образовательным учреждениям усилить подготовку по тем разделам психологии, в которых школьники не имеют достаточной теоретической и практической подготовки. Это:

- деловое общение, психология коммерческих переговоров;
- мотивация, мотивация потребительского поведения;
- социализация, экономическая социализация;
- психология собственности, отношение к деньгам, богатству;
- корпоративная культура, командное взаимодействие;
- психология экономического поведения и предпринимательства;
- психология рекламы;
- способности человека, их значение и роль в экономике;
- мышление и интеллект, интуиция, творческое решение управленческих задач;
- социальная психология (особенно область конфликтологии, психологии малых и больших групп);
- кроме того, продемонстрирован недостаточно высокий уровень знаний в области этнопсихологии, и, к сожалению, старшеклассники, прежде всего, не знакомы с историей, экономикой, культурой, традициями, обычаями и этнопсихологическими особенностями этносов, проживающих в Сибири и непосредственно в Иркутской области.

Кроме того, в рамках школьного образования необходимо уделять больше внимания:

во-первых, формированию межкультурной ком-

петентности школьников, поскольку осуществление межкультурного обучения позволит не только предотвратить конфликты на межнациональной почве, но и создать потенциальную базу для проявления толерантности и гостеприимства, подготовить к эффективному межкультурному общению, в том числе и с туристами из ближнего и дальнего зарубежья;

во-вторых, формированию экологического сознания современных школьников. В настоящее время мы остро почувствовали необходимость решения различных экологических проблем нашего региона, например связанных с охраной и созданием туристическо-рекреационных зон на озере Байкал и др. Поэтому включение новых заданий по экологической психологии в будущей олимпиаде 2009 года будет способствовать активизации внимания к данным вопросам и развитию экологической социализации старшеклассников.

В заключение хотим отметить, что такие ежегодные олимпиады направлены:

- на формирование коммуникативной компетентности – то есть способствуют приобретению знаний по общению и деловому взаимодействию, развивают коммуникативные навыки и умения;
- на приобретение социальной компетентности – развиваются адаптивные способности учащихся, они обучаются гибкому поведению в различных жизненных ситуациях, конструктивному разрешению конфликтов в школе, в семье;
- на личностное развитие – у школьников повышается уверенность в себе, формируется гибкость, дивергентность мышления, стрессоустойчивость, учащиеся овладевают приемами саморегуляции.