

**ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ
АКТИВИЗИРУЮЩЕЙ
ПРОФКОНСУЛЬТАЦИОННОЙ МЕТОДИКЕ**

Активизирующие методики направлены на формирование субъекта профессионального самоопределения и предполагают не только формирование у консультируемого подростка интереса (мотивации) к рассмотрению своих проблем, но и вооружение его доступным и понятным средством для планирования, корректировки и реализации своих профессиональных перспектив.

Активизирующая методика во многом близка к игровой методике, но имеет и свои особенности.



Главные
характеристики
активизирующей
профконсультационной
методики:

1) Интересность,
увлекательность процедуры
методики для данных
клиентов.



2) Личная значимость
обсуждаемых в методике
вопросов.



3) Добровольность
участия клиентов в
процедуре данной
методики.



4) Двухплановость действия (как и в игре), предполагающая, с одной стороны, план реальных действий (реальные эмоции, разговоры, действия), а с другой стороны, план вымышленных действий.



5) организация совместного с клиентом рассмотрения ориентационных проблем, что, в свою очередь, предполагает:



выделение общей цели
работы;



использование общего
средства для решения
проблем и целей;



обеспечение постепенного перевода средства решения проблем во внутренний план действий клиента, т. е. профконсульт должен не просто показать, как это средство используется, не обучить клиента использовать такое средство самостоятельно в решении своих проблем;

помощь клиенту в построении
своего средства для решения
многообразных
профориентационных проблем. Но
в основе активизации все-таки,
лежит специально
сформированный интерес.

Таким образом, **активизирующая методика** — это не просто «интересная» для клиента методика, но, прежде всего, методы вооружающие клиента средством для самостоятельных действий.



Место активизирующей
методики в
профконсультационном
процессе.

Работа профконсультанта может рассматриваться как своеобразное посредничество между самоопределяющимся клиентом и культурой, а в более простых вариантах — как посредничество между клиентом и организацией, профессией и т.п.

Если представить образно, то активизирующая методика находится как бы между пространством выбора, клиентом и профконсультантом.

Понимаемая таким образом методика обеспечивает следующие важные условия организации профконсультационного процесса:

1) Методика становится одинаково доступной как психологу, так и консультируемому клиенту;



2) Сводится к минимуму возможность манипуляции сознанием клиента;



3) Методика соотносится с рассматриваемыми «пространствами» самоопределения (отражает их), что позволяет рассматривать ее как простую и понятную (для клиента и для профконсультанта) модель этого «пространства».

Профконсультант получает дополнительные возможности для более творческой самореализации в своем труде;



Основные модели
(схемы) активизации
самоопределяющихся
клиентов:

В самом общем плане внешние и внутренние средства активизаций могут быть представлены следующим набором:

обаяние самого консультанта;

«психотерапевтический миф, создающий основу для доверительных отношений между клиентом и психологом;

информационное воздействие (например, «ошарашивание клиента «впечатляющими» фактами или какой-то неожиданно информацией, показывающей осведомленность психолога и знание им своего дела);

логическое воздействие на клиента.

