

Forgács Attila, Barlai Róbert, Fodor László, Kulikné Láng Zsuzsanna, Jachimovitsné Kapitány Magda

Kommunikációs tréning tapasztalatai a Külkereskedelmi Főiskolán

A hallgatói véleményezések tartalomelemzése

Bevezetés

A tréningcsoport (T-group) módszer és elnevezés mint a személyiség és különféle képességek hatékony fejlesztési módja eredetileg Kurt Lewin (1946) nevéhez fűződik (13, 14). A tréningcsoportok elméletét és gyakorlatát számos hatás fejlesztette, melyek közül a Moreno-féle pszichodramát, a londoni Tavistock Institute pszichoanalitikus szellemi hatását, valamint a humanisztikus pszichológia, az ún. encounter-csoportok tapasztalatait emelik ki leggyakrabban (3).

A tréningmódszer a személyes tapasztalat átélésére, a csoportdinamikára és a társadalomtudományok ismeretrendszerére épül. A résztvevők a csoporttörténekek személyes átélésén keresztül jutnak el az új ismeretekhez, belátásokhoz, munkájukhoz nélkülözhetetlen kommunikációs és kapcsolatépítő készségekhez (18). A csoport reflexiói és visszajelzései elősegítik a résztvevők tudatos szakmai viselkedésváltozását. A tréningek a személyes bevonódás által az attitűd valamennyi szintjén (kognitív, emocionális és viselkedéses szinten) változásokat érnek el (2).

A tréning nem hagyományos módon folyó oktatás, ahol a tréner aktív és a csoport tagjai a passzív befogadó szerepét töltik be. A tréning *a résztvevői, problémacentrikus tanulás* elvére épít, a foglalkozásokon a résztvevőké a főszerep, a tréner nem oktató, hanem a folyamatokat katalizáló szerepben dolgozik. A feladata az érdeklődés, a személyes átélés, a bizalom, a nyitottság megfelelő szintjének és egy olyan atmoszférának a megteremtése, melyben a résztvevők készek a személyes megnyílásra, illetve a saját és a társak viselkedésének elemzésére (5, 7).

A tréningek egyes szakaszai három részből állnak: (1) kérdőíves önértékelés, (2) saját élményű gyakorlati rész, valamint az ehhez szervesen kapcsolódó (3) rendszerező, elméleti rész. A gyakorlati szakaszban a résztvevők egy társadalmi, kommunikációs vagy egyéb pszichológiai problémát modellező csoportos feladatot kapnak. A csoportos megoldások során a résztvevők személyesen bevonódnak a tárgyalt problematikába. Az egyéni és csoportos

megoldási törekvéseket speciális technikákkal (az előzőleg kitöltött tesztek kiértékelésével, video-feedbackkel, csoportos visszajelzésekkel, az elméleti háttér megvilágításával) elemezzük. Az elméleti részben az átélt tapasztalatok és ismeretek tematikus megbeszélése irányított csoportvitán keresztül történik. Az elméleti részben a történetek értelmezése, valamint a korrekciós modellek és a viselkedési alternatívák kidolgozása történik (1, 6, 8, 9, 10).

A tréning hatására fejlődik a résztvevők önismerete, belső autonómiája, fokozódik magabiztossága. A szociális percepció fejlődésével, valamint a csoportok és dinamikájuk megértésével javul az egyéni szociális hatékonyság. A részképességek területén is fejlődés várható: javul a döntési készség, emelkedik a kreativitási szint, valamint a kommunikáció és az időgazdálkodás hatékonysága. A módszer a csoport légkörére is kedvező hatással van, az együttes élmények által a csoporttagok kapcsolatai szorosabbá válnak, erősödik a bizalom, az egymás megértésére és elfogadására törekvés szintje (5, 15).

A tréningmódszer gyakorlati értékét és népszerűségét az is bizonyítja, hogy az Egyesült Államokban a 60-70-es években körülbelül tízmillió ember vett részt valamilyen tréningcsoportban (20). Hazánkban a 80-as évek elejétől alkalmazzák a tréning módszerét a gyakorlati szakemberek. 1979-ben az ENSZ Iparfejlesztési Intézete, az UNIDO támogatásával 16 tréner-konzultánst képeztek ki Magyarországon (7, 19). 1997-ben jött létre a Tréner Kerekasztal, mely a hazai tréningpiacon vezető szerepet betöltő, üzleti súlylyal rendelkező cégek (pl. Concordia, Omegaglen, Easy Learning, Eurocontact, IMS, TMA) kulturált együttműködését hivatott ellátni. Az utóbbi években több külföldi tréner cég (pl. Hay Management, Anderson, Coopers) hozott létre magyarországi divíziót.

A tréningmódszer alapkonceptiójára építve, számos speciális tematikájú tréning található a hazai piacon is. A számtalan alternatívából csak néhány jellemző tréningtípust kívánunk felsorolni: kommunikációfejlesztő tréning, konfliktuskezelő tréning, sales training, vezetői tréning, empátiafejlesztő encounter training, csapatépítő tréning, relaxációs tréning, imaginációs tréning, önismeret-fejlesztő tréning, outdoor-training stb. (22, 23).

Manapság egyre több hazai felsőoktatási intézményben alkalmazzák a tréningcsoportos képzés valamilyen formáját (4, 8, 9, 11, 15, 17, 21, 22). Éppígy a nagyvállalatok döntő többsége, illetve egyre több költségvetési intézmény rendszeresen szervez a munkatársai számára tréninget (16). A nagyvállalatok 73%-ánál a tréningek havonta kerülnek lebonyolításra. A cégek maradék 27%-a elegendőnek tartja, ha alkalmazottait negyed-, vagy félévente küldi tréningekre. A vállalatok 84%-a egy-egy tréningre 20-25 főt küld. Azért nem többet, mert a tréningek célja (csapatépítés, kapcsolatok kialakulása, empátiafejlesztés) nagyobb létszámú csoportban nem elég hatékony (16). Egy 10-12 fős csoport háromnapos tréningje körülbelül kétmillió

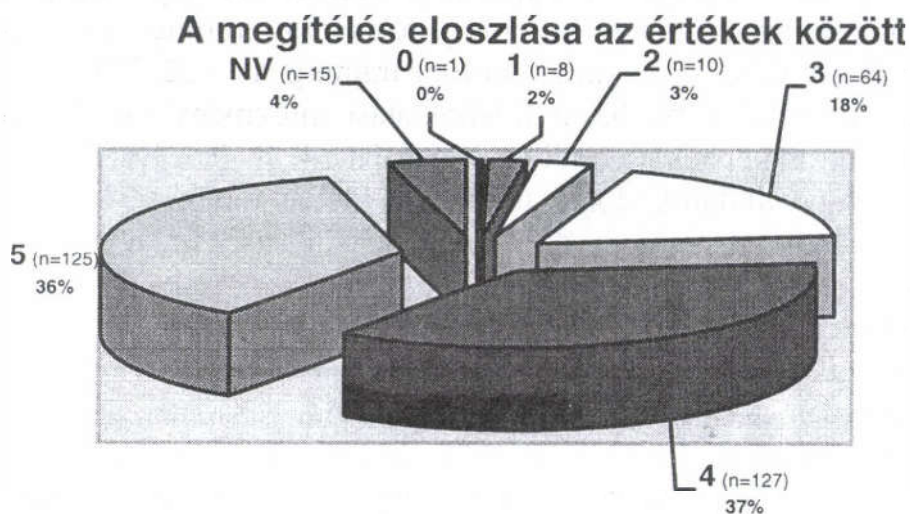
forintba kerül. A cégek 87%-a a 2-3 napos tréninget preferálja, amely rendszerint a hét utolsó napjára esik (16). A legfrissebb adatok szerint a magyarországi cégek kb. nettó 1.549 millió Ft-ot költöttek különféle készségfejlesztő tréningekre (12). A 17 legjelentősebb hazai tréningcégnél cégenként 50 millió Ft-nál magasabb éves nettó árbevétele származott a tréningekből (12). A Külkereskedelmi Főiskolán – az országban elsőként – 1990 óta szervezünk kommunikációs és konfliktuskezelő tréningeket. A kommunikációs tréning 40 órás tanegysége a szorgalmi időszakot megelőző hetekben, ötnapos formában működött, majd 1994-től a program rövidült és háromnapossá szűkült. 1997-ben a tréning programja akkreditálásra került. A főiskola jelentős tréningképző hely, amit az is bizonyít, hogy a Kommunikáció Tanszéken működik az ország egyik legelismertebb tréningiskolája, mely a Magyar Pszichológiai Társaság, valamint a Szervezetfejlesztők Magyarországi Társasága által ajánlott trénerképző hely.

Vizsgálati minta és módszer

A Külkereskedelmi Főiskolán tanuló 350 elsőéves hallgató vélekedését vizsgáltuk meg a főiskolán 2000-ben szervezett kommunikációs tréninggel kapcsolatban. Az elemzett tréningcsoportok száma 25. A hallgatók a tréning végén egy 10 kérdésből álló kérdőívet kaptak kitöltésre. A kérdőív egy 6 fokozatú Likert-skálát, illetve 9 nyitott kérdést tartalmazott. A kutatásban két zárt (megítéléses) feladat kvantitatív elemzését, valamint további négy nyitott kérdés tartalomelemzését végeztük el. Először megalkottuk a tartalmi kategóriákat, majd megállapítottuk a tartalmi kategóriák előfordulási gyakoriságát.

Eredmények és értékelésük

1. A kommunikációs tréning kvantitatív megítélése



A tréningek értékelésének átlaga, a 0-tól 5-ig terjedő Likert-skálán **4,04** lett.

A hallgatók 36%-a (n=125) a maximális, 5-ös értékkel nagyon hasznosnak ítélte a tréninget. A hallgatók 37%-a (n=127) 4-es, 18%-a (n=64) 3-as, a 3%-a (n=10) 2-es, 2%-a (n=8) 1-es, 0,3%-a (n=1) nullás értékelést adott a tréningre. A megkérdezettek 4%-a (n=15) nem adott választ a kérdésre.

2. A tréningek erőssége a hallgatók értékelése szerint

A résztvevők 12 tartalmi kategóriát említettek meg. A kategóriákat az említések gyakoriságának sorrendjében közöljük.

Mások megismerése. Ebbe a tartalmi körbe az ismerkedésre, a barátok szerzésére és az emberismeretre vonatkozó utalások kerültek. A tréningmódszer legfontosabb hatótényezőjeként a hallgatók egyharmada említette meg a kategória valamelyik elemét. A hatótényező fontossága abból eredhet, hogy a tréningek a gólyatábor után, a szorgalmi időszak elején kerültek megrendezésre. A hallgatók egyik legjelentősebb pszichikus feladata ilyenkor a szociális integráció az új környezetben. A tréningmódszer a többi oktatási formánál alkalmasabbnak tűnik a szociális beágyazó funkció betöltésére, a hallgatók véleménye szerint.

Csapatépítés. Ebbe a tartalmi körbe az olyan proszociális utalások kerültek, mint a kapcsolatteremtés, csapatmunka, a bizalom és az együttműködés. A három nap alatt a részt vevő hallgatók olyan intenzív közös élményeket éltek át, ami növelte a csapatszellemet. A tréningmódszer ezen fontos hatótényezőjét a hallgatók egyharmada említette meg. A hatótényező fontossága az elsőéves hallgatói csoportok státuszából érthető meg.

Önismeret-fejlesztés. A tréningmódszer harmadik legfontosabb hatótényezőjeként a hallgatók egynegyede említette meg az önismeret fejlesztését. A hatótényező fontossága abból eredhet, hogy a résztvevők döntő része a serdülőkor végén, az ifjúkor elején jár, amely életkor egyik legfontosabb feladata az identitás megtalálása. A folyamatot segíti az önismeret bővítése.

Feszültségoldás. Ebbe a tartalmi körbe olyan utalások kerültek, mint a gátlások oldódása és az oldottabb hangulat. A tréningmódszer ezen fontos hatótényezőjét a hallgatók 15%-a említette meg. A hallgatók – az olykor látványos kompenzálási törekvések ellenére – minden bizonnyal sok feszültséggel teszik meg első lépéseiket a főiskolán, illetve a felnőtt életben. A hallgatók jelentős része úgy érezte, hogy a tréning segített a gátlások és a szorongások egy részének oldásában.

A problémamegoldó készség fejlődése. Ebbe a tartalmi körbe olyan utalások kerültek, amelyek a gyakorlatok problémamegoldást fejlesztő jellegét emelték ki. A hallgatók 15%-a említette meg a kategóriát.

A kommunikációs készség fejlődése. Ebbe a tartalmi körbe azok az utalások kerültek, amelyek a tréningek címében meghirdetett célra vonatkoztak. A tréningek manifesztált tartalma annyira nyilvánvaló volt, hogy csak a hallgatók 13%-a említette meg ezt a kategóriát. A tréning erősségeit inkább a latens hatótényezők vonatkozásában fogalmazták meg.

Szemponyváltás. Ebbe a tartalmi körbe azok a válaszok kerültek, amelyek a gondolkodás és a percepció komplexebbé válását implikálták. A hallgatók 13%-a utalt a kategóriára.

Tárgyi ismeret növekedése. A résztvevők 9%-a abban látta a tréning fő hozamát, hogy a tárgyi ismerete és a tapasztalata megnőtt.

Módszer megismerése. A résztvevők 9%-a magában a tréningmódszerben definiálta a 3 nap hozamát.

3. A tréningek gyenge pontjai a hallgatók értékelése szerint

A hallgatók 23%-a nem nevezett meg semmilyen tényezőt. A minta további része összesen 302 gyenge pontra hívta fel a figyelmet, melyeket 11 tartalmi kategóriába soroltunk. A résztvevők a tréning kétszer annyi erősségét, mint gyenge pontját nevezték meg. A kategóriákat az említések gyakoriságának sorrendjében közöljük.

Időbeosztás. Ebben a tartalmi körben a tréning hossza, a feladatok száma és sűrűsége, a kezdési és zárási időpontok alkalmatlansága került megnevezésre. A résztvevők 23%-a utalt a kategóriára.

Unalmas részletek. A résztvevők 15%-a említette meg, hogy a tréningnek volt olyan szakasza, amit túlságosan hosszúnak talált, vagy amiben kevésbé volt aktív.

Elfáradás. A hallgatók 12%-a panaszkodott arra, hogy a tréning során elfáradt.

Rövid az idő. A résztvevők 12%-a azt gondolta a tréning gyenge pontjának, hogy kevés volt rá az idő.

Valami rossz minőségű volt. 20 hallgató a feladatok jellegére, 7 fő az elméletek hozamára, míg 1-1 fő a fénymásolatok minőségére, illetve a szervezésre panaszkodott.

Valami hiányzott. A hallgatók 5%-a (17 fő) hiányolt valamit a tréningből. A hiányérzetnek olyan sokféle tárgya volt, hogy további kategorizálást nem tudtunk végezni, ezért felsoroljuk őket: PR feladatok, etikettismeretek, tanulási módszerek ismertetése, a főiskola bemutatása, hosszabb szünetek, szabad levegő, szabad társalgás, kényelmes székek, konkrét tanácsok, mélyebb barátság, csapatmunka, személyes szint, motiváció, dinamizmus, előzetes ismeretek felmérése, a tesztek pontos értékelése, találkozás egy másik csoporttal, több videós feladat, több önismereti feladat, több információ a test-

beszédre vonatkozólag. A megemlített tényezők egy része reális, míg a többi irreális elvárás a kommunikációs tréningekre vonatkozólag.

Kellemetlen szituáció. A hallgatók 4%-a (14 fő) említette meg, hogy a tréning során valamilyen kellemetlen élmény érte. A feladatok túl személyesek voltak, vagy a megoldásuk kudarcos volt.

Tréning célja. A válaszadók 4%-a (14 fő) érezte úgy, hogy a tréning célját nem sikerült teljes mértékben elérni.

A tréning hozama. A hallgatók 3%-a (9 fő) említett meg olyan szempontokat, melyek a tréning hozamára vonatkoztak.

A tréner. A tréner személyiségére, tevékenységére vonatkozóan 6 fő, a résztvevők 2%-a tett negatív megjegyzést.

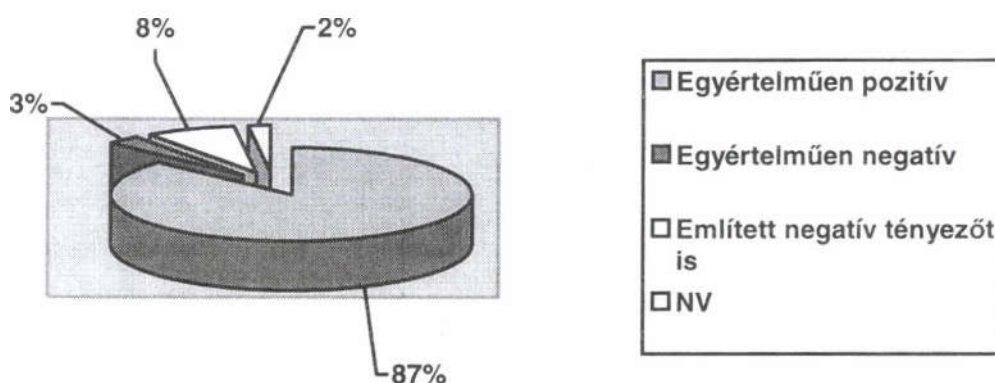
Konfliktus a hiányzás miatt. Mindössze 4 fő, a minta alig 4%-a gondolta azt, hogy a tréningen való részvétel és a többi óráról való hiányzás konfliktusokat okozhat neki.

A tréning ellenértéke. Egyetlen hallgató (az egész minta 0,2%-a) kifogásolta, hogy a tréningért a főiskola számára fizetni kell.

4. A tréner munkájának értékelése

A hallgatók 87%-a (n=306) egyértelműen pozitívan értékelte a tréner munkáját. A megkérdezettek 8% (n=20) a pozitívumok mellett valamilyen negatív szempontot is megfogalmazott az értékelés során. 9 fő, az egész minta 3%-a egyértelműen negatív attitűddel viszonyult a tréneréhez. 6 fő (2%) nem értékelte a trénerét.

A tréner értékelése



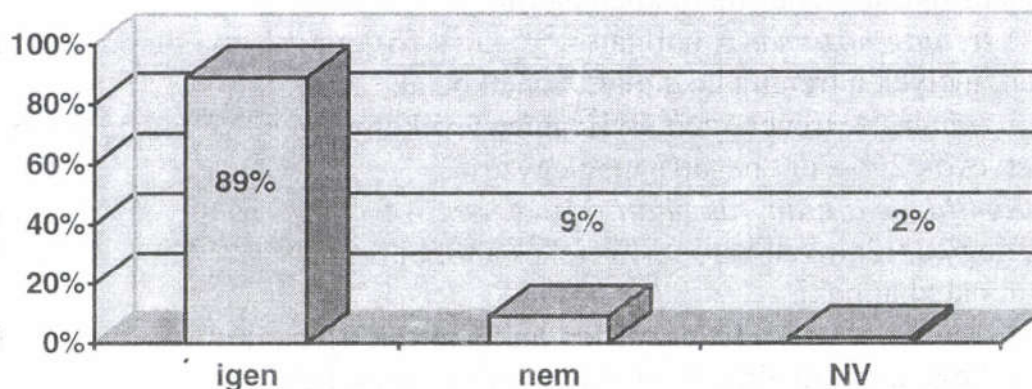
A hallgatók döntő többsége felsőfokban értékelte a trénerét. A válaszokból kitűnik, hogy a tréner nem pusztán egy technikát alkalmaznak, hanem az egész személyiségüket használják a tréning során. A trénerrel könnyen azonosultak a diákok.

9 hallgató (az egész minta 3%-a) egyértelműen negatívan vélekedett a tréner munkájáról. A kritikák egy része komolyan megszívlelendő, míg bi-

zonyos szempontok a tréningvezetés szabályaiból következnek, ezért nem róhatók fel a tréner hibájaként. Valamennyi elutasító választ közöljük.

5. A résztvevők motiváltsága

Megkérdeztük a résztvevőket, hogy a későbbiekben kívánnak-e részt venni hasonló módszerű foglalkozáson.



A résztvevők 89%-a, 310 fő igennel, míg 9%-a, 31 fő nemmel válaszolt. 9 megkérdezett, az egész minta 2%-a nem adott választ a kérdésre.

Megbeszélés

A Külkereskedelmi Főiskola hallgatóinak döntő többsége pozitív attitűdökkel viszonyul a kommunikációs tréningekhez. A képzés ezen formáját, valamint a főiskola hazai trénerképzésben kivívott státuszát érdemes lenne megőrizni. A kutatásunk eredményei megiszívlelendő szempontokat biztosítanak a tréning módszerének továbbfejlesztéséhez.

Hivatkozások

- Adair J. 1987. *Training for Communication*. McGraw Hill Co.
- Babington B.S. & Farrel B.A. 1979. *Training in small groups*. Pergamon Press.
- Back K.W.: Beyond Words 1973. *The Story of Sensitivity Training and the Encounter Movement*. Penguin Books.
- Bagdy E. és Telkes J. 1988. *Személyiségfejlesztő módszerek az iskolában*. Tankönyvkiadó, Bp.
- Bagdy E. és Bugán A. 1997. A pszichológiai csoportmunka mint a személyiség fejlődésének, fejlesztésének színtere és eszköze. In: *A pedagógus hivatásszemélyisége*. (Egy pályaszocializációs kísérlet tanulságai) (szerk.: Bagdy E.) KLTE, Debrecen. 55–86.
- Bagdy E. 1997. Kommunikációfejlesztő tréningcsoportok dinamikai sajátosságai az egyetemi pályaszocializációs csoportmunkában. In: *A pedagógus hivatásszemélyisége*. (Egy pályaszocializációs kísérlet tanulságai) (szerk.: Bagdy E.) KLTE, Debrecen. 148–159.

- Barlai R. és Torma K. 1984. *A tréningcsoportok alkalmazásának néhány hazai tapasztalata a vezetőképzésben*. Kézirat.
- Barlai R. és Szatmáriné Balogh M. (szerk.) 1997. *Önismeret, kommunikáció, csoportjelenségek dióhéjban*. Olvasókönyv a kommunikációs tréningek résztvevői számára. Külkereskedelmi Főiskola, Bp.
- Dávid I. és Páskuné Kiss J. 1993. *Kommunikációs képességek fejlesztése az iskolában* (Elmélet és gyakorlatgyűjtemény) KLTE, Debrecen.
- Friedman, P. G. & Yarbrough E. A. 1985. *Training Strategies from Start to Finish*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Gesztes O. és Viktor Cs. 1999. *Nagyító. Középiskolások iskolán kívüli képzése*. Pax Christi Kiadó, Szeged.
- Jelinek G. (szerk.) 2001. *Listák Könyve. Magyarország üzleti és szolgáltatási kalauza*. Budapest Business Journal. 8. kiadás.
- Lewin K. 1972. *A mezőelmélet a társadalomtudományban*. Gondolat, Bp.
- Lewin K. 1975. *Csoportdinamika*. KJK. Bp.
- Páskuné Kiss J. és Koncz I. 1996. Kommunikációs képességek fejlesztése. In: *Pszichológia a tanárképzésben*. (Szerk.: Balogh L. és Tóth L.) KLTE, Debrecen. 62–75.
- Petőfalvi Á. 2001. Magyarországi nagyvállalatok, multinacionális cégek képzés-továbbképzési tréninglehetőségei hazánk kastélyaiban. In: *Szakmai füzetek 9*. (Szerk.: Majoros P.) BGF, Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Bp. 35–55.
- Pék Gy., Szeverényi P. és Forgács A. 1996. *Az orvosi pszichológia oktatásának debreceni modellje: kialakulása, fejlődési lehetőségei*. A Magyar Pszichológiai Társaság XII. Országos Tudományos Nagygyűlése. Bp. 173.
- Pfeiffer J.W. & Jones E. 1986. *A Handbook of Structured Experiences for Human Relations Training*. McGraw Hill Co.
- Rudas J. (szerk.) 1984. *Önismereti csoportok*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Rudas J. 1990. *Delfi örökösei. Önismereti csoportok: elmélet, módszer, gyakorlatok*. Gondolat, Bp.
- S. Faragó M. 1986. *Beilleszkedés és szakmai szocializáció a felsőoktatásban*. Tankönyvkiadó, Bp.
- Smith S. 1998. *Kommunikáció az ápolásban*. Medicina, Bp.
- Stuart R. R. 1999. *Csapatépítő játékok trénereknek*. Műszaki Könyvkiadó, Bp.