

Секция «Психология»

Влияние эмоционального интеллекта и тактик самопрезентации на профессиональное становление студентов направления «психология»

Маслякова Валентина Александровна

Студент

Тюменский государственный университет, Факультет психологии, Тюмень, Россия

E-mail: valentina-bgrv@mail.ru

Значимая проблема современной психологии — исследование эмоциональной компетентности как профессионально значимого качества личности. Эмоциональная компетентность будущего психолога обусловлена уровнем развития эмоционального интеллекта и выбором тактик самопрезентации. Целенаправленное использование тактик самопрезентации позволяет человеку создавать определенный имидж, который способствует достижению успеха. Индивиды с развитым эмоциональным интеллектом обладают выраженными способностями к пониманию собственных эмоций и эмоций окружающих, к управлению эмоциональной сферой, которые определяют высокую адаптивность и эффективность в общении и взаимодействии с людьми, что в полной мере может выступать в качестве основы для оценки и прогнозирования результативности профессиональной деятельности психолога. Термин «эмоциональный интеллект» в психологии появился не так давно. Первые работы, раскрывающие суть эмоционального интеллекта принадлежат Дж. Мейеру и П. Сэловею [2]. Они впервые дали определение эмоционального интеллекта как, группы ментальных способностей, способствующих осознанию и пониманию человеком собственных эмоций и эмоций окружающих. Д. Гоулмен [4], рассматривает эмоциональный интеллект — как способность человека истолковывать собственные эмоции и, эмоции окружающих с тем, чтобы использовать полученную информацию для реализации собственных целей. В отечественной психологии эмоциональный интеллект рассматривается, как способность понимать отношения личности, репрезентируемые в эмоции, и управлять эмоциональной сферой на основе интеллектуального анализа и синтеза (Г.Г. Горская [3]). Под самопрезентацией мы понимаем в различной мере осознаваемый и постоянно осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс предъявления — «Я-информации» в вербальном и невербальном поведении субъекта самопрезентации с учетом социальной ситуации [1]. Исходя из специфики поведения субъекта, С. Ли, Б. Куигли [1], выделяют двенадцать самопрезентационных тактик, семь из которых относятся к ассертивному типу: преувеличение своих достижений, приписывание себе достижений, пример для подражания, желание/старание понравиться, просьба/мольба, запугивание, негативная оценка других, а пять — к защитному типу: оправдание с отрицанием ответственности, отречение, препятствование самому себе, извинение, оправдание с принятием ответственности. В исследовании мы предприняли попытку выявить связь между уровнем развития структурных компонентов эмоционального интеллекта и тактиками самопрезентации у студентов направления «Психология». При проведении исследования использовались следующие диагностические методы: методика Н. Холла на определение уровня развития компонентов эмоционального интеллекта, шкала измерения тактик самопрезентации С. Ли, Б. Куигли. В исследовании приняли участие 47 студентов направления «Психология» в возрасте от 17 до 22 лет. Экспериментальная часть исследования осуществ-

лялась поэтапно: на I этапе выявлялись структурные компоненты и уровни развития эмоционального интеллекта, с помощью теста Н. Холла. По результатам тестирования (28,0обучающихся имеют высокие показатели по шкале «Эмоциональная осведомленность», студенты способны установить сам факт наличия эмоционального переживания у себя и у другого; определить эмоцию, найти её словесное выражение; а также понять причины, и следствия, к которым она может привести. На среднем уровне развития у студентов находятся такие компоненты эмоционального интеллекта как самомотивация; эмпатия; распознавание эмоций других людей. Наименее развитым оказался компонент — «Управление эмоциями» (81,0имеют низкие показатели по данной шкале, т.е. обучающиеся не способны управлять своими эмоциональными состояниями: не умеют контролировать интенсивность эмоций, их внешнее проявление. II этап позволил проанализировать и выявить тактики самопрезентации. По результатам диагностики было определено, что студенты чаще всего студенты в своем поведении используют следующие тактики самопрезентации: «извинение» (38,0подражания» (32,0относятся к стратегии самопрезентации — «аттрактивное поведение», целью которого является создание благоприятного впечатления о себе. Использование этих тактик может быть обусловлено выбором профессии (установлении контакта с клиентом). На III этапе мы применили метод математической обработки данных (метод ранговой корреляции Спирмена). Прямая корреляционная связь была обнаружена между компонентом эмоционального интеллекта «Эмоциональная осведомленность» и тактикой самопрезентации «Пример для подражания», коэффициент корреляции составил $r_s = 0,54$. Возможно, данный показатель свидетельствует о том, что человек умеющий определять эмоции, причины их возникновения и следствия к которым они приведут, может пытаться предъявлять свое поведение, как наиболее привлекательное, вызывающее уважение, подражание. Обратная корреляционная связь была обнаружена между компонентом эмоционального интеллекта «эмпатия» и тактиками самопрезентации «желание/старание понравиться» ($r_s = - 0,66$), «негативная оценка других» ($r_s = - 0,52$), что свидетельствует об отсутствии у субъекта, умеющего понимать чувства других людей и быть готовым оказать эмоциональную поддержку, тактики поведения направленной на действия, вызывающие у окружающих симпатию, с целью получения определенной пользы для себя, а так же высказывание негативных и критических оценок в адрес других людей. Подводя итоги нашего исследования, можно сделать следующие выводы. При выявлении уровня развития структурных составляющих эмоционального интеллекта наименее развитым оказался компонент — «управление эмоциями», студенты не имеют навыков по управлению своими эмоциональными состояниями, с целью повышения качества профессиональных навыков и умений у студентов рекомендуется, разработать программу, направленную на развитие данного компонента. Выявленные статистически значимые корреляционные связи свидетельствуют, о том, что развитые компоненты эмоционального интеллекта, могут оказывать влияние на выбор более продуктивных тактик самопрезентации, необходимых для успешного становления субъекта в профессиональной сфере.

Литература

1. 18 программ тренингов: Руководство для профессионалов. / Под науч. ред. В.А. Чикер. – СПб.: Речь, 2007. – С. 368.

2. Андреева, И.Н. Понятие и структура эмоционального интеллекта. // Социально-психологические проблемы ментальности: 6-я Междунар. научно-практ. конф. 26-27 ноября 2004 г., г. Смоленск: В 2 ч. – Смоленск: Изд-во СГПУ, 2004. – Ч. 1. –С. 22-26.
3. Андреева, И.Н. Эмоциональный интеллект: исследование феномена. // Вопросы психологии. – 2006. – №3. – С. 78-86.
4. Гоулман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. – М., 2008. – С. 301