

STUDII ȘI CERCETĂRI: PSIHLOGIE

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И КОММУНИКАТИВНО-ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СКЛОННОСТЕЙ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

Диана ФИЛИПОВ, Каролина ПЛАТОН

Кафедра прикладной психологии

Articolul are drept scop determinarea particularităților esențiale ale inteligenței emoționale și înclinațiilor comunicativ-organizaționale la studenții-designer.

În calitate de subiecți experimentali au servit studenții de la Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă”, Universitatea Tehnică din Moldova, Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice.

Cercetarea ne-a permis să constatăm ca studenții-designer manifestă inteligență emoțională la un nivel scăzut și un nivel mediu al înclinațiilor comunicativ-organizaționale. Dezvoltarea inteligenței emoționale și a înclinațiilor comunicativ-organizaționale este un proces complex și de lungă durată, astfel indicii integrali ai inteligenței emoționale la studenții-designer din primul și ultimul an de studiu nu denotă schimbări. Indicele general al inteligenței emoționale corelează cu toate componentele sale, dar o relație mai strânsă s-a evidențiat la „perceperea emoțiilor altor persoane”, „identificarea emoțiilor”, „dirijarea emoțiilor personale”. Înclinațiile comunicativ-organizaționale corelează cu indicele general al inteligenței emoționale și toate componentele sale, dar o relație mai strânsă s-a evidențiat la „perceperea emoțiilor altor persoane”, „automotivarea”.

In the course of the work there was carried out the investigation of the peculiarities of "emotional intellect" and organizational inclinations of the students - designers.

Insufficient study of psychological peculiarities of the personality of student - designer, which allow him to realize the heightened demands of the modern society in the course of which he must orient maximally rapid in situation and to adapt to it determinates the *urgency of the given research*.

The *object* of research is "emotional intellect" and communicative - organizational inclinations of the students - designers.

The *aim* of the given work is the analysis of the peculiarities of "emotional intellect" and communicative-organizational inclinations of the students - designers.

Students - designers have a low level of "emotional intellect" and during the process of study this level does not grow.

It was revealed that students - designers have a middle level of communicative -organizational inclinations with the tendency to a high one. The organizational inclinations have a more distinct character. At the same time there is the lack of development of communicative -organizational inclinations in the process of study. In this way, our second hypothesis is also refuted.

The correlation connection of the communicative inclinations with "emotional intellect" of the students - designers it is observed according to the following scales: self-motivation and recognition of emotions of other people.

The correlation connection of organizational inclinations and "emotional intellect" of the students - designers it is observed according to the scale of the recognition of emotions of other people. Presence of connection with the given scale leads to the correlation connection of the organizational inclinations with the integral level of "emotional intellect".

At the analysis of the diagram of the peculiarities of "emotional intellect" of the students - designers it is clearly observed a very low indicator according to the scale of "control of personal emotions". This confirms out fourth hypothesis.

В профессиограмме дизайнера описываются требования, предъявляемые к человеку, выбравшему эту профессию. Очевидно, что компоненты эмоционального интеллекта и развитые коммуникативно-организационные склонности необходимы для успешной адаптации студентов в данной профессии, особенно учитывая современные тенденции развития дизайна, клиентоориентированность дизайнерского проекта: учет психологических и физиологических особенностей личности клиента, влияние социального фактора и пр.

Малоизученность психологических особенностей личности студента-дизайнера, позволяющих ему реализовать повышенные требования современного общества, когда он должен суметь максимально быстро сориентироваться в обстановке и адаптироваться к ней, и определяет *актуальность данного исследования*.

Исследование направлено на изучение особенностей эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров.

Целью данной работы является исследование особенностей эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров.

Для достижения цели исследования были выдвинуты следующие *гипотезы*:

1. Уровень эмоционального интеллекта у студентов-дизайнеров 4-го курса выше, чем у студентов 1-го курса.
2. Выраженность коммуникативно-организационных склонностей у студентов-дизайнеров 4-го курса выше, чем у студентов дизайнеров 1-го курса.
3. Существует взаимосвязь между коммуникативно-организационными склонностями и эмоциональным интеллектом студентов-дизайнеров.
4. Студенты-дизайнеры обладают низким уровнем управления своими эмоциями.

Для проверки выдвинутых гипотез были поставлены следующие *задачи*:

1. Изучить научную литературу и проанализировать результаты научных исследований, посвященных изучаемой проблеме.
2. На основании данных научной литературы и теоретического анализа определить общую характеристику понятий «эмоциональный интеллект», «коммуникативно-организационные склонности» и их значение для студента-дизайнера.
3. Составить выборку и подобрать подходящие методы исследования особенностей эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студента дизайнера.
4. Провести практическое исследование данной темы.
5. Обработать полученные в результате исследования данные и статистически проверить достоверность выдвинутой гипотезы.

Объект исследования – эмоциональный интеллект и коммуникативно-организационные склонности студентов-дизайнеров.

Используемые методы: изучение литературы, изучение ранее проведенных исследований, касающихся эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей, анализ, синтез, генерализация теоретических данных, тестирование при помощи методики Холла, выявляющей особенности эмоционального интеллекта, анкета Б.А. Федоришина (КОС), определяющая выраженность коммуникативно-организационных склонностей, статистическая обработка данных, качественный и количественный их анализ.

При исследовании особенностей эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров использована методика оценки «эмоционального интеллекта» Н.Холла. Методика Н.Холла направлена на выявление способности понимать отношения личности, репрезентируемые в эмоциях, и управлять эмоциональной сферой на основе принятия решений. Она состоит из 30 утверждений и содержит 5 шкал:

- 1) эмоциональная осведомленность,
- 2) управление своими эмоциями,
- 3) самомотивация,
- 4) эмпатия,
- 5) распознавание эмоций других людей.

В результате тестирования получены данные по 5-ти шкалам и интегральному уровню эмоционального интеллекта испытуемых.

При исследовании коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров использована анкета Б.А. Федоришина (КОС).

Анкета содержит 40 вопросов, которые относятся к двум шкалам: коммуникативные склонности и организационные склонности.

По содержанию обе методики представляют собой личностные опросники, способ применения которых может быть и индивидуальным, и групповым. По используемому материалу это невербальные тесты, по внешним характеристикам – бланковые, без использования технических средств.

Методика Холла «Эмоциональный интеллект» и тест «КОС» являются удачными вариантами применения опросников в групповой форме диагностики при условии, что каждый испытуемый имеет перед собой текст опросника и бланк для ответов. Этим достигается преимущество в экономии времени и удобство в использовании как для экспериментатора при обработке результатов, так и для испытуемых. Данные два метода относятся к методам с высоким уровнем формализации, то есть имеют строгую процедуру применения, строгие правила предъявления материала, невмешательства диагноста в деятельность субъекта, строгую процедуру обработки данных. Таким образом, соблюдение данных правил способствует большей достоверности полученных результатов.

Еще одним преимуществом этих методов является то, что они позволяют быстро собрать информацию об испытуемых и о проблеме исследования, на основе которой можно осуществить обработку и количественную и качественную интерпретацию полученной информации, а также можно предпринять качественное и количественное сравнение данных одного испытуемого с другим.

Преимуществом методики Холла «Эмоциональный интеллект» является и то, что с её помощью можно выявить не только интегральный уровень эмоционального интеллекта испытуемых, но и его особенности по шкалам.

Если говорить о методе обработки информации, полученной при ответах испытуемого на вопросы теста, он соответствует высокому уровню формализации, четко обозначен, стандартизирован и не допускает субъективности диагноста, являясь таким образом удобным в использовании и объективным при обработке информации.

Данные две методики являются субъективными, то есть при ответе на вопросы теста испытуемый может подделать результаты под влиянием фактора социальной желательности, то есть пытаться показать качества своего характера в лучшем свете.

Будучи субъективными, данные методики имеют ряд недостатков: это влияние фактора социальной желательности, а также ситуационных факторов, влияние субъективности самооценки испытуемых и других факторов.

В качестве испытуемых для проведения исследования особенностей эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров были отобраны 2 группы по 47 человек: группа 1-го курса и 4-го курса. В исследовании участвовали студенты следующих учебных заведений: Молдавского государственного педагогического университета, Технического университета, Академии искусств.

Исследование проводилось с 25.03.09 по 10.04.09.

На первом этапе исследования была определена выборка. На втором этапе было проведено тестирование с помощью методики Холла «Эмоциональный интеллект» и анкетирование по Б.А. Федоришину «Коммуникативно-организационные склонности». Тестирование проходило непосредственно в вузах.

На третьем этапе исследования были обработаны результаты, проведен качественный и количественный анализ, в результате которого были выявлены особенности эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров, сравнены результаты 1-го и 4-го курсов, выявлена взаимосвязь эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров.

В статистических подсчетах и в выявлении достоверности выдвинутых гипотез использовали *t* критерий Стьюдена.

$$t = \frac{\bar{M}_1 - \bar{M}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

где

M_1 — средняя первой выборки;

M_2 — средняя второй выборки;

s_1 — стандартное отклонение для первой выборки;

s_2 — стандартное отклонение для второй выборки;

n_1 и n_2 — число элементов в первой и второй выборках.

Таблица 1

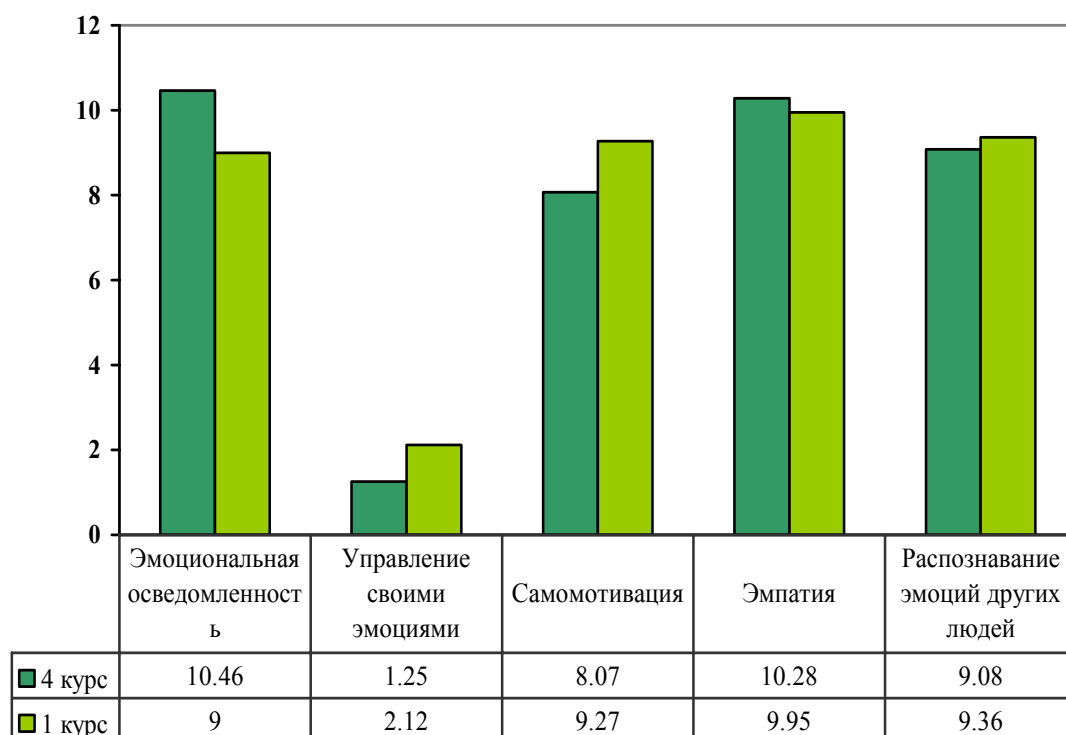
Результаты подсчетов достоверности различий между выборками студентов-дизайнеров по эмоциональному интеллекту

Компоненты эмоционального интеллекта	Студенты 4-го курса		Студенты 1-го курса		Т-критерий	Значимость различий*
	\bar{x}_1	s ₁	\bar{x}_2	s ₂		
1. Эмоциональная осведомленность	10,46	4,52	9,00	5,62	1,70	Значимые при $p \leq 0,05$
2. Управление своими эмоциями	1,25	7,91	2,12	7,14	-0,58	Незначимые
3. Самомотивация	8,07	6,43	9,27	5,63	1,01	Незначимые
4. Эмпатия	10,28	4,52	9,95	5,92	0,31	Незначимые
5. Распознавание эмоций других людей	9,08	5,01	9,36	5,71	- 0,26	Незначимые
6. Интегративный уровень ЭИ	39,33	19,25	38,70	23,35	0,14	Незначимые

* При значении степени свободы - $\nu = (n_1 + n_2) - 2$ -, равном 101; табличные значения t-критерия: 1,65 (при $p \leq 0,05$) и 2,38 (при $p \leq 0,01$).

Данные, представленные в таблице, показывают, что студенты-дизайнеры обладают низким уровнем эмоционального интеллекта и что в процессе обучения данный уровень не повышается. Таким образом, первая гипотеза не подтверждается. Однако выявляется незначительная тенденция к повышению показателя шкалы *эмоциональная осведомленность*, что может являться следствием накопления жизненного опыта. Полагаем, что отсутствие развития эмоционального интеллекта обусловлено пренебрежением в высших учебных заведениях эмоционально-волевой стороной личности студента.

Гистограмма 1. Особенности эмоционального интеллекта студентов дизайнеров 1-го и 4-го курсов, по шкалам:



Гистограмма 2. Особенности интегрального уровня эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров 1-го и 4-го курсов:

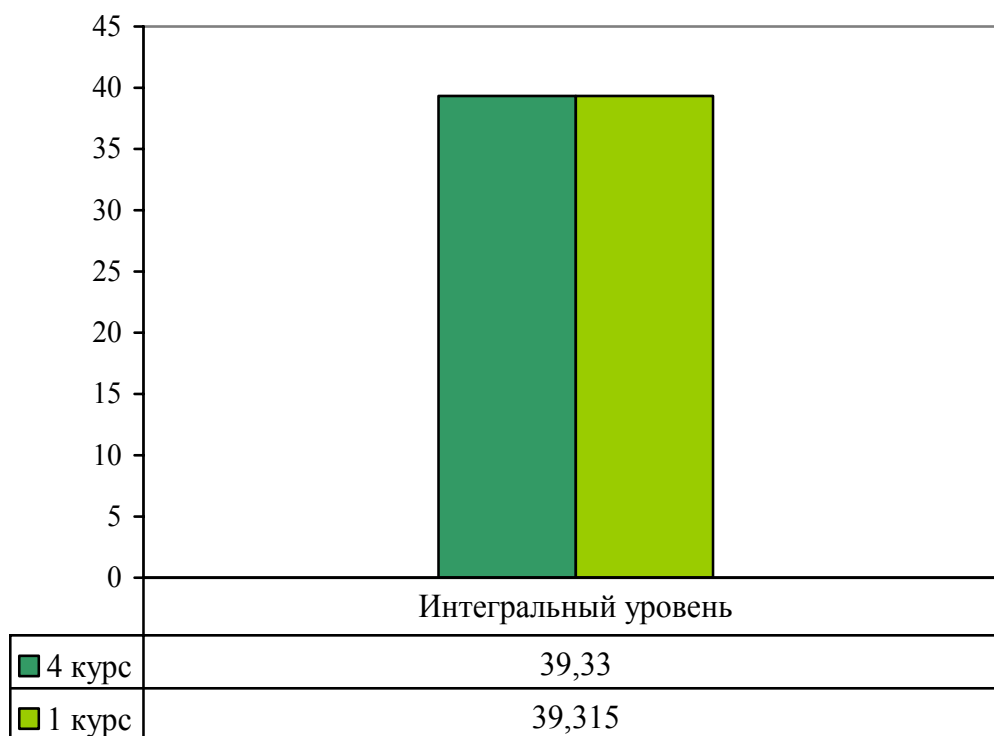


Таблица 2

Различия в коммуникативных и организаторских склонностях студентов-дизайнеров 1-го и 4-го курсов

Коммуникативно-организаторские склонности	Студенты 4-го курса		Студенты 1-го курса		Т-критерий	Значимость различий*
	\bar{x}_1	s_1	\bar{x}_2	s_2		
Коммуникативные склонности	12,25	4,36	11,14	5,35	0,73	Незначимы
Организаторские склонности	13,15	2,92	13,04	3,00	0,11	Незначимы

* При значении степени свободы - $\nu = (n_1 + n_2) - 2$, равном 39; табличные значения t-критерия: 2,0 (при $p \leq 0,05$) и 2,7 (при $p \leq 0,01$).

Результаты, представленные в таблице 2, свидетельствуют о среднем уровне коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров с тенденцией к высокому. Организационные склонности носят более выраженный характер. И тоже отсутствует развитие коммуникативно-организационных склонностей в процессе обучения. Таким образом, вторая гипотеза также опровергается. Отсутствие развития коммуникативно-организационных склонностей мы объясняем недостаточным стимулированием организационной, командной деятельности студентов.

Для проверки гипотезы о существовании взаимосвязи между коммуникативно-организационными склонностями и эмоциональным интеллектом студентов-дизайнеров, была проведена статистическая обработка данных с помощью коэффициента корреляции Пирсона. Данный статистический метод позволяет определять тесноту и направление корреляционной связи между двумя признаками.

Гистограмма 3. Особенности интегрального уровня эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров 1-го и 4-го курсов:

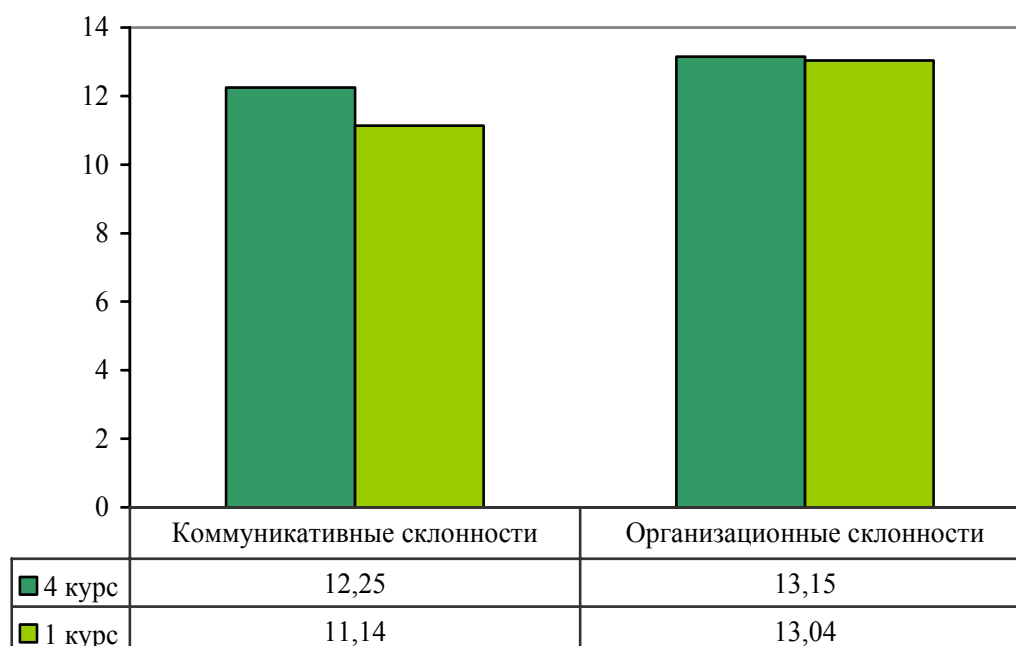


Таблица 3

Корреляционная связь коммуникативных склонностей с компонентами эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров

Коммуникативные склонности	Коэффициент корреляции	Уровень значимости (p)	Значимость различий
1. Эмоциональная осведомленность	-0,037	0,819	Незначимые
2. Управление своими эмоциями	0,216	0,175	Незначимые
3. Самомотивация	0,339	0,03	Значимые при $p \leq 0,05$
4. Эмпатия	0,214	0,179	Незначимый
5. Распознавание эмоций других людей	0,446	0,003	Значимые при $p \leq 0,01$
6. Интегративный уровень ЭИ	0,369	0,018	Значимые при $p \leq 0,05$

Корреляция коммуникативных склонностей с эмоциональным интеллектом студентов-дизайнеров прослеживается по следующим шкалам: самомотивация и распознавание эмоций других людей. Наличие связи с этими компонентами ведёт к корреляционной связи коммуникативной склонности с интегральным уровнем эмоционального интеллекта.

Объяснение связи коммуникативных склонностей с самомотивацией: в процессе обучения к студенту предъявляются определенные требования, которые при наличии коммуникативной склонности интериоризируются и становятся внутренними мотивами.

В свою очередь, распознавание эмоций других людей напрямую связано с коммуникативным процессом и коммуникативными склонностями, так как влияет на эффективность коммуникации.

Таблица 4

**Корреляционная связь организаторских склонностей и компонентов
эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров**

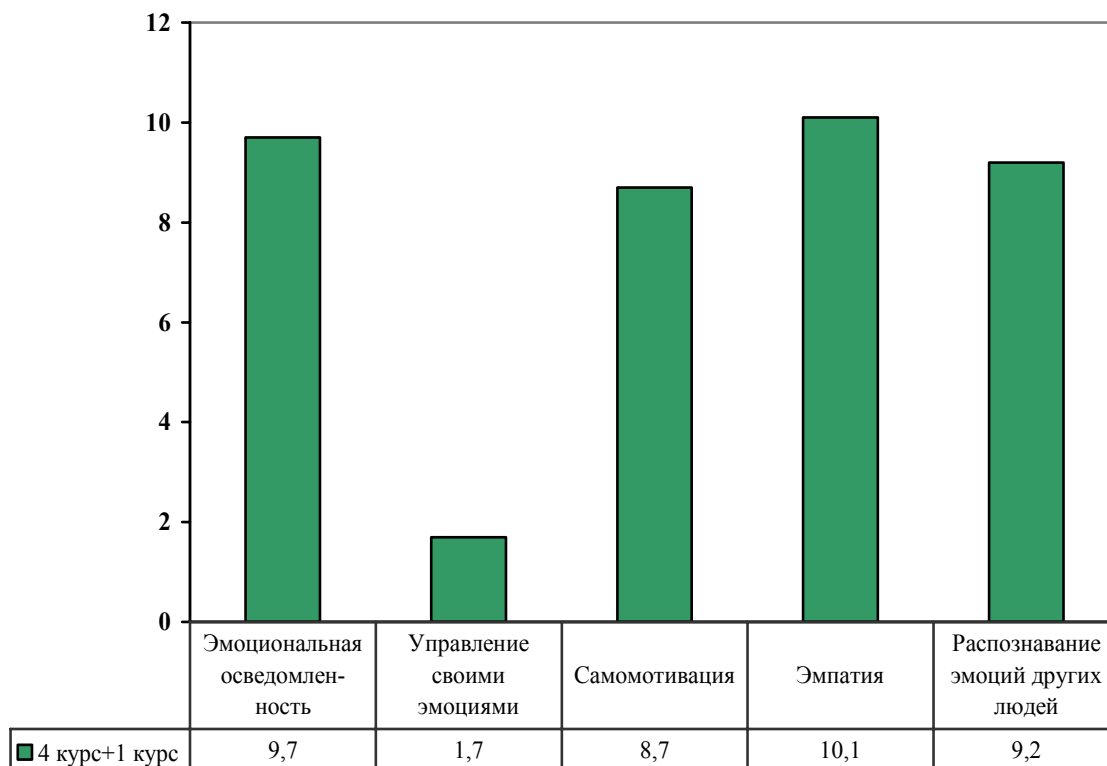
Организаторские склонности	Коэффициент корреляции	Уровень значимости (p)	Значимость различий
1. Эмоциональная осведомленность	0,039	0,807	Незначимы
2. Управление своими эмоциями	0,147	0,359	Незначимы
3. Самомотивация	0,197	0,216	Незначимы
4. Эмпатия	0,192	0,229	Незначимы
5. Распознавание эмоций других людей	0,452	0,003	Значимы при $p \leq 0,01$
6. Интегративный уровень ЭИ	0,316	0,044	Значимы при $p \leq 0,05$

Корреляционная связь организаторских склонностей и эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров прослеживается по шкале *распознавание эмоций других людей* и ведёт к корреляционной связи организаторских склонностей с интегральным уровнем эмоционального интеллекта.

Распознавание эмоций других людей является одним из средств реализации организаторских способностей студентов-дизайнеров.

Таким образом, третья гипотеза подтверждается.

Гистограмма 4. Профиль особенностей эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров



На данном графике явно просматривается очень низкий показатель по шкале *управление своими эмоциями*, что подтверждает четвертую гипотезу о том, что студенты-дизайнеры обладают низким уровнем управления своими эмоциями.

В результате проведенного исследования изучены особенности эмоционального интеллекта и коммуникативно-организационных склонностей студентов-дизайнеров и получены следующие результаты

Студенты-дизайнеры обладают *низким уровнем эмоционального интеллекта* и в процессе обучения данный уровень не повышается. Итак, первая гипотеза не подтвердилась, однако выявлена незначительная тенденция повышения показателя шкалы *эмоциональная осведомленность*, что может являться следствием накопления жизненного опыта. Полагаем, что отсутствие развития эмоционального интеллекта обусловлено пренебрежением в высших учебных заведениях эмоционально-волевой стороной личности студента.

У студентов-дизайнеров выявлен средний уровень *коммуникативно-организационных склонностей* с тенденцией к высокому. Организационные склонности носят более выраженный характер. Но отсутствует развитие коммуникативно-организационных склонностей в процессе обучения. Таким образом, вторая гипотеза также опровергается. Отсутствие развития коммуникативно-организационных склонностей можно объяснить низким стимулированием организационной, командной деятельности студентов.

Корреляционная связь коммуникативных склонностей с эмоциональным интеллектом студентов-дизайнеров прослеживается по шкалам самомотивация и распознавание эмоций других людей и ведёт к корреляционной связи коммуникативной склонности с интегральным уровнем эмоционального интеллекта.

Связи коммуникативных склонностей с самомотивацией объясняются тем, что в процессе обучения к студенту предъявляются определенные требования, которые при наличии коммуникативной склонности интериоризируются и становятся внутренними мотивами.

В свою очередь, распознавание эмоций других людей напрямую связано с коммуникативным процессом и коммуникативными склонностями, так как влияет на эффективность коммуникации.

Корреляционная связь организаторских склонностей и эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров по шкале *распознавание эмоций других людей* ведёт к корреляционной связи организаторских склонностей с интегральным уровнем эмоционального интеллекта.

Распознавание эмоций других людей является одним из средств реализации организаторских склонностей студентов-дизайнеров.

Таким образом, третья гипотеза подтверждается.

При анализе графика особенностей эмоционального интеллекта студентов-дизайнеров явно виден очень низкий показатель по шкале *«управление своими эмоциями»*, что подтверждает нашу четвертую гипотезу.

Литература:

1. Аксенов Д. В. Настроение по заказу. - Москва: Олимп: Астрель: АСТ, 2006. - 219 с.
2. Бреслав Г.М. Психология эмоций. - Москва: Академия, 2007. - 544 с.
3. Виллюнас В. Психология эмоций. - СПб.: Питер, 2008. - 496 с.
4. Головей Л.А., Рыбалко Е.Ф. Практикум по возрастной психологии. - СПб: Речь, 2005. - 693 с.
5. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. - Москва: АСТ: ХРАНИТЕЛЬ, 2008. - 478 с.
6. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. - 301 с.
7. Грецов А. Выбираем профессию. Советы практического психолога. - Москва: Питер, 2006. - 214 с.
8. Деркач А.А. Акмеология. - Москва: РАГС, 2004. - 688 с.
9. Защепенко В., Лифанов В. Психология интерьера, или Мой интерьер как мой портрет. - Москва: Независимая фирма «Класс», 2005.- 160 с. (Библиотека психологии и психотерапии).
10. Изард К.Э. Психология эмоций. - СПб.: Питер, 2008. - 464 с.
11. Аня фон Канитц. EQ. Управление эмоциями. - Москва: ОМЕГА-Л, 2008. - 128 с.
12. Маккей Г.Д. Выбирай настроение на свое усмотрение. Управлять эмоциями – легко! - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 332 с.
13. Маккэй М., Харп Д. Терапия нервных путей: Как освободить свой мозг от власти гнева, стресса, боли и желания. - СПб.: ДИЛЯ, 2006. - 192 с.
14. Маклаков А.Г. Общая психология. - СПб.: Питер, 2006. - 583 с.
15. Мещерякова Б.Г., Зинченко В.П. Большой психологический словарь. - Москва: Олма-пресс, 2005. - 666 с.
16. Малова Р.З. Дизайн вашей квартиры и ваш психотип. - Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 128 с.
17. Нойферт П., Нефф Л. Проектирование и строительство. Дом, квартира, сад / Перевод с нем. Третье изд., переработанное и дополненное. - Москва: Издательство «Архитектура-С», 2006. - 264 с.

18. Покатаев В.П. Интерьер и оборудование квартиры: Практическое пособие / Изд. 2-е, перер. - Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 416 с.
19. Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. - СПб.: Питер, 2006. - 464 с.
20. Степанов А.В. Архитектура и психология. - Москва: Стройиздат, 1993. - 295 с.
21. Рунге В.Ф. Эргономика и оборудование интерьера: Учебн. пособие. - Москва: Архитектура-С, 2006. - 160 с.
22. Чапмэн М. Эмоциональный интеллект. - Москва: Гиппо, 2008. - 114 с.
23. http://www.sociograd.ru/artfiles/3164/karta_obespechennosti_discip.doc
24. http://www.koob.ru/nemov_r/
25. <http://epolotsk.com/psy/articles.php?lng=ru&pg=134>
26. http://smoking-room.ru/data/pnp/e_intelekt.html
27. <http://epolotsk.com/psy/articles.php?lng=ru&pg=58&st=2>
28. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
29. <http://www.kulichki.com/moshkow/DPEOPLE/eq.txt>
30. <http://www.epolotsk.com/psy/articles.php?lng=ru&pg=177>
31. <http://ref.by/refs/68/29110/1.html>
32. <http://www.psi.lib.ru/practica/test/kos.htm>
33. <http://www.disain.nm.ru/programm.htm>
34. <http://epolotsk.com/psy/articles.php?lng=ru&pg=174>
35. <http://hr-land.com/pages/testoprosnikkos.html>

Prezentat la 27.05.2010