

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки
кафедра психології та соціології

Рачкован Є. В.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
**ПСИХОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Сєвєродонецьк – 2021

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Навчально-науковий інститут (факультет) Гуманітарних наук, психології та педагогіки

Кафедра Психології та соціології

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи

освітній ступінь Магістр

спеціальність 053 Психологія. Освітня програма «Психологія»

на тему **«ПСИХОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ
ОСВІТИ»**

Виконала: здобувачка вищої освіти групи ПС–19зм

Рачкован Є. В.

Керівник: доцент кафедри

психології та соціології,

к. психол. н., доц.

Лосієвська О. Г.

Рецензент: ст. викладач кафедри педагогіки

та психології Луганського обласного
інституту післядипломної педагогічної освіти,

к. психол. н.

Байдик В. В.

Нормо-контроль: доцент кафедри

психології та соціології,

к. психол. н., доц.

Лосієвська О. Г.

Завідувачка кафедри:

д. психол. н., проф.

Бохонкова Ю. О.

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Навчально-науковий інститут (факультет) Гуманітарних наук, психології та педагогіки

Кафедра Психології та соціології

Освітній ступінь Магістр

спеціальність 053 Психологія. Освітня програма «Психологія»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

**Завідувачка кафедри психології
та соціології д. психол. н.,
проф. Бохонкова Ю. О.**

«31» серпня 2020 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧЦІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Рачкован Євгенії Володимирівні

1. Тема роботи: **«Психологія формування іміджу здобувача вищої освіти».**
Керівник роботи: Лосієвська О.Г. к. психол. н., доц., доцент кафедри психології та соціології СНУ ім. В. Даля, затверджений наказом по університету від 31.08.2020 р. № 119/15.18
2. Строк подання здобувачем роботи: 11.01.2021 р.
3. Вихідні дані до роботи: *обсяг роботи 92 сторінки (1,5 інтервал, 14 шрифту з дотриманням відповідного формату), список використаної літератури оформлюється згідно з бібліографічними нормами.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *проаналізувати наукові джерела з зазначеної тематики; підібрати діагностичний інструментарій згідно проблеми дослідження; на основі проведеного констатувального експерименту розробити програму соціально-психологічного тренінгу, спрямованого на формування іміджу здобувача вищої освіти; оцінити ефективність корекційних заходів за допомогою методів математичної статистики (t-критерію Ст'юдента).*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслеників): таблиці, рисунки (діаграми, гістограми, сегментограми).

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1.	Лосієвська О.Г. – к. психол. н., доц., доцент кафедри психології та соціології СНУ ім. В. Даля	02.11.2020 р.	15.11.2020 р.
2.	Лосієвська О.Г. – к. психол. н., доц., доцент кафедри психології та соціології СНУ ім. В. Даля	16.11.2020 р.	30.11.2020 р.
3.	Лосієвська О.Г. – к. психол. н., доц., доцент кафедри психології та соціології СНУ ім. В. Даля	01.12.2020 р.	25.01.2021 р.

7. Дата видачі завдання: 02 листопада 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної магістерської роботи	Строк виконання етапів	Примітка
1	Визначення проблеми дослідження та розроблення плану кваліфікаційної магістерської роботи.	02.11.2020 р. – 05.11.2020 р.	
2	Аналіз літератури за проблемою. Робота над теоретичною частиною дослідження.	06.11.2020 р. – 15.11.2020 р.	
3	Розробка діагностичного інструментарію, проведення констатувального експерименту та обробка його результатів.	16.11.2020 р. – 30.11.2020 р.	
4	Розробка програми соціально-психологічного тренінгу, спрямованого на формування іміджу здобувача вищої освіти	01.12.2020 р. – 20.12.2020 р.	
5	Перевірка результатів програми експериментального дослідження за допомогою методів математичної статистики.	21.12.2020 р. – 11.01.2021 р.	
6	Підготовка кваліфікаційної магістерської роботи до захисту	12.01.2021 р. – 20.01.2021 р.	
7	Перевірка роботи на плагіат	21.01.2021 р. – 25.01.2021 р.	

Здобувачка вищої освіти:

Рачкован Є. В

Керівник роботи:

к. психол. н., доц.

Лосієвська О. Г.

РЕФЕРАТ

Текст – 92. с., рис. – 9, табл. – 19, літератури – 100 дж., додатків – 9

В кваліфікаційній роботі представлено ідею комплексного підходу до вивчення природи та механізмів формування іміджу особистості, зокрема іміджу здобувача вищої освіти. Надано соціально-психологічну характеристику особистості студентського віку. Розглянуто імідж здобувача вищої освіти як соціально-психологічний феномен, визначено основні складові іміджу здобувача вищої освіти в процесі опанування майбутньої професії.

Проведено аналіз та підібрано психодіагностичні методики, спрямовані на дослідження іміджу здобувача вищої освіти. Розроблено програму соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти через розвиток емоційного інтелекту та комунікативних навичок як головних психологічних складових іміджу. За допомогою методів математичної та статистичної обробки оцінена значущість отриманих даних.

Ключові слова: ГРА, ДІЯЛЬНІСТЬ, ДОРΟΣЛІ, ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ІМІДЖ, ІНТЕРАКТИВНА ВПРАВА, КОГНІТИВНА СФЕРА, КОМУНІКАТИВНІ ЗДІБНОСТІ, КОНСТАТУВАЛЬНИЙ ТА ФОРМУВАЛЬНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТИ, КОНФЛІКТ, ОДНОЛІТКИ, ОРГАНІЗАЦІЯ, ОСОБИСТІСНА СФЕРА, ОСОБИСТІСТЬ, ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЇ, РОДИНА, СОЦІАЛЬНА РОЛЬ, СПІЛКУВАННЯ, СТРУКТУРА, СТУДЕНТ, ТРАНЗАКЦІЯ, ТРЕНІНГ, ЮНАЦЬКИЙ ВІК

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ.	11
1.1. Аналіз наукової літератури з проблеми вивчення іміджу здобувача вищої освіти	11
1.2. Соціально-психологічна характеристика особистості студентського віку	15
1.3. Імідж здобувача вищої освіти як соціально-психологічний феномен	17
1.4. Імідж здобувача вищої освіти в процесі опанування майбутньої професії	23
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	26
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ.	27
2.1. Формування іміджу здобувача вищої освіти	27
2.2. Експериментальне дослідження іміджу здобувача вищої освіти	30
2.3. Результати констатувального експерименту та їх статистичне представлення	37
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	54
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ	58
3.1. Методологічні засади розробки заходів по формуванню іміджу здобувача вищої освіти	58
3.2. Програма соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти	63
3.3. Статистичне представлення результатів експерименту	77
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	86
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	93
ДОДАТКИ	103

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку системи вищої освіти одним із найважливіших завдань є формування розвиненої, реалізованої і самодостатньої особистості здобувача вищої освіти. Здобувач вищої освіти володіє великими ресурсами, можливостями для розвитку. Поточні економічні реалії останніх років мотивують кожного, хто прагне реалізувати себе, знаходити способи інформування про себе. При цьому вміння швидко реагувати на сформовані події ставить питання про проблему особистісних змін і збереження при цьому відповідності до своїх поглядів. Публічно позиціонувати себе необхідно через відповідний образ, і, залишаючись самим собою, змінювати актуальну форму – імідж.

Особистості, що досягають успіху, відрізняються від протилежних їм тим, що мають свій власний стиль і концепцію. Уміння формувати позитивний імідж – це властивість людини, яка може бути розвинута протягом життя шляхом набуття необхідних для цього знань та навичок. Успішне положення і статус людини, з урахуванням мінливих умов життя і діяльності людей, це не просте завдання для XXI століття. Можливість реалізувати себе в контексті широких суспільних відносин має соціальний суб'єкт, який уловлює тенденції розвитку суспільства і його актуальні потреби та для якого останнє є пріоритетним в структурі особистісних переваг. У зв'язку з цим імідж є системою збіжних очікувань.

На сьогодні формування іміджу стає важливою проблемою не тільки в політичній та діловій сферах, а й у сфері студентського життя. Вивчення іміджу здобувача вищої освіти особливо важливо і необхідно сьогодні, коли зростають вимоги до майбутнього професіонала як до фахівця сучасного рівня. Разом з цим змінюється і сам імідж здобувача вищої освіти. Різні аспекти узагальненого образу здобувача вищої освіти закріплюються в масовій свідомості у вигляді стереотипів, причому не тільки у свідомості самого здобувача вищої освіти ВНЗ, важливим аспектом є також сприйняття громадськістю. Імідж є

безпосередньою частиною здобувача вищої освіти. Він є головним компонентом і інструментом передачі своєї унікальності. Те, як здобувач вищої освіти виглядає, його манери спілкування і поведінку, посилення суспільству про його наміри та положення. Від формування іміджу залежить ефективність навчальної та майбутньої професійної діяльності здобувача вищої освіти. Тим самим актуальність і значущість формування іміджу здобувача вищої освіти на даному етапі є високою.

Об’єкт дослідження – імідж здобувача вищої освіти.

Предмет дослідження – психологія формування іміджу здобувача вищої освіти.

Мета дослідження – розглянути поняття іміджу здобувача вищої освіти, теоретично визначити та практично обґрунтувати формування іміджу здобувача вищої освіти.

Завдання дослідження:

1. Здійснити аналіз наукової літератури з проблеми дослідження і визначити сутність іміджу здобувача вищої освіти.

2. Виявити структурні компоненти, що впливають на формування іміджу здобувача вищої освіти.

3. Провести емпіричне дослідження іміджу здобувача вищої освіти та надати результати констатувального експерименту.

4. Розробити програму соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти.

5. Виявити провідні компоненти іміджу здобувача вищої освіти за допомогою методів математичної обробки даних.

Методологічну і теоретичну основу дослідження становили: відносно дослідження загального іміджу особистості (Г. Андрєєва, К. Герген, У. Джемс, Ч. Кулі, Д. Леонт’єв, Г. Мід, С. Московічі, Є. Перелигіна, І. Шкуратова), особливостей підходів до дослідження іміджу (Н. Богомолова, М. Гамезо, Д. Горбаткін, А. Деркач, Є. Костенко, В. Лабунська та ін.), раціональний інтелект (Г. Айзенк, Л. Виготський, Д. Равен, Е. Трондайк), соціальний інтелект

(Г. Гарднер, Д. Гоулман, Д. Майер, Н. Холл, К. Штайнер), елементи транзакційного аналізу (Е. Берн); імідж в залежності від діяльності особистості (І. Василенко, П. Гуревич, О. Жеребненко, А. Калюжний, Н. Козлова, А. Панасюк, Н. Шульга); основні положення теорії особистості (Б. Анан'єв, Д. Ельконін, І. Ільєсов, Р. Кеттелл, А. Ковальов, А. Леонт'єв, В. Ляудіс, К. Платонов, І. Якиманська).

Методи (методики) дослідження:

- теоретичні – аналіз проблеми дослідження на базі вивчення наукової літератури;
- емпіричні – психолого-педагогічний констатувальний та формувальний експеримент, опитування, тестування: «Методика КОТ – короткий орієнтовний тест вимірювання коефіцієнту інтелекту IQ (В. Бузина, Е. Вандерлік)», «Тест Н. Холла визначення емоційного інтелекту EQ», «Методика транзакційного аналізу Е. Берна на визначення співвідношень его-станів»;
- методи математичної обробки даних з подальшою їх якісною інтерпретацією та змістовим узагальненням (критерій Т – Ст'юдента, критерій узгодженості Пірсона).

Наукова новизна дослідження полягає у:

- *поглибленні знань* щодо формування іміджу здобувача вищої освіти: розкрито провідну роль емоційного інтелекту та психологічних соціальних ролей у формуванні іміджу здобувача вищої освіти;
- *виявленні* впливу особистісних і поведінкових детермінант на розвиток іміджу;
- *описі* структури емоційного компонента іміджу особистості, що включає адекватну самооцінку, дорослу соціально-рольову позицію, самомотивацію у досягненні успіху, емоційну стійкість та розбірливість емоцій інших людей.

Теоретичне значення дослідження полягає у розширенні уявлень про феномен «імідж здобувача вищої освіти», визначенні психологічної структури

іміджевих складових здобувача вищої освіти в процесі опанування майбутньої професії.

Практичне значення дослідження полягає в експериментальному дослідженні складових іміджу здобувача вищої освіти. Виявлена група психологічних складових, що може гальмувати процес розвитку ефективного іміджу здобувача вищої освіти, до яких відносяться низький рівень емпатії, слабка здатність розпізнавання спектру емоцій, невміння керувати особистими емоціями, психологічна роль Дитини у міжособистісному спілкуванні, що уособлює собою керовану позицію. Запропоновано рекомендації психологам для проведення циклу практичних занять з розвитку емоційно-соціального інтелекту у здобувача вищої освіти в процесі опанування майбутньої професії. Матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати для створення корекційно-розвивальних програм, соціально–психологічних тренінгів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

1.1. Аналіз наукової літератури з проблеми вивчення іміджу здобувача вищої освіти

Протягом десятиліть в психологічній науці спостерігається постійно зростаючий інтерес до іміджу як соціально-психологічного феномену. Імідж є предметом наукових публікацій, доповідей, монографій, навчальних посібників.

Аналіз літератури з проблеми дозволяє виділити ряд методологічних підходів до вивчення іміджу: психосеміотичний (М. Гамезо, В. Лабунська, Є. Петрова та ін.); акмеологічний (А. Деркач, Е. Костенко, А. Федоркіна); інтерсуб'єктний (Є. Перелигіна); соціально-психологічний (Г. Андрєєва, Н. Богомолова, Є. Володарская, Д. Горбаткін, А. Донцов та ін.).

Найбільші досягнення у вивченні іміджу як соціально-психологічного феномена пов'язані з соціально-психологічним підходом. Даний підхід ґрунтується на цілому ряді концепцій, серед яких слід особливо виділити: концепцію соціального конструктивізму К. Гергена, теорію соціальних уявлень С. Московічі, концепцію соціальної ідентичності А. Тешфела, концепцію самокатегоризації Д. Тернера, теорію когнітивного дисонансу Л. Фестингера. Важлива роль у становленні соціально-психологічної концепції іміджу належить працям вітчизняних вчених, виконаним в руслі психології соціального пізнання, соціальної психології особистості і в контексті аналізу реальних соціальних груп (Г. Андрєєва, А. Асмолов, Є. Белінська, Н. Богомолова, А. Донцов, А. Журавлев, Д. Леонт'єв, Б. Паригін, Л. Петровська, А. Петровський, Т. Стефаненко, Л. Уманський та ін.).

В рамках соціально-психологічного підходу виконані дослідження Д. Агапєєва, Е. Володарської, Д. Горбаткіна, О. Горбушиної, Д. Давидова, А. Жебіта та інших.

Проблематика перерахованих вище робіт охоплює широкий перелік явищ іміджу організації, лідера, викладача, здобувача вищої освіти, науковця.

Визнаний фахівець в області психології соціального пізнання Г. Андрєєва уточнює: «Імідж – це специфічний «образ» сприйманого предмета, коли ракурс сприйняття навмисно зміщений і акцентуються лише певні сторони об'єкта. Через це досягається ілюзорне відображення об'єкта чи явища. Між іміджем і реальним об'єктом існує так званий розрив достовірності, оскільки імідж згущує фарби образу» [4, с. 180–181].

Відомий вітчизняний фахівець Д. Леонт'єв також розводить поняття «імідж» і «образ», обґрунтовуючи, що імідж – це спеціально сконструйований образ, в той час, як образ існує незалежно від спеціальних зусиль його носія чи інших його творців [45].

І. Шкуратова зазначає, імідж виникає лише в ситуації «взаємодії носія іміджу та аудиторії, на яку він розрахований, а без аудиторії він в принципі неможливий, тому що будь-який імідж їй адресований і нею, в кінцевому результаті, породжується» [80, с. 64].

Детальний опис процесу формування соціальних уявлень представлено в роботі Г. Андрєєвої «Психологія соціального пізнання». Даний процес вміщує в себе три етапи: «зачеплення» («анкерівка», «якоріння»), об'єктифікація і натуралізація [3, с. 211–212].

Об'єктифікація може протікати в формі персоналізації. Як підкреслює Г. Андрєєва, «нове, невідоме зводиться до більш конкретного імені, особистості (персони)» [3, с. 211]. Наприклад, згадка про психоаналіз зводиться до особистості його засновника – З. Фрейда.

Етап натуралізації означає вбудовування малознайомій інформації до вже наявної картини світу. Принциповою відмінністю іміджу від соціального подання є мотивація до його конструювання. Як зазначає Г. Андрєєва, «соціальні уявлення народжуються в повсякденному мисленні людини з метою осмислити навколишню реальність». Що стосується іміджу, з точки зору Є. Перелігіної, «робота по створенню іміджу інспірується бажанням створити

образ, який буде сприяти суб'єкту в досягненні успіху, при тому, що успіх розуміється – і як досягнення соціально значущих цілей, і як вирішення внутрішніх психологічних проблем» [58, с. 49].

У своєму дослідженні Д. Давидов звертає увагу на тому, що саме цілеспрямованість характеризує імідж. Діяльність по створенню іміджу мотивується різницею уявлень про те, як об'єкт повинен бути сприйнятий і як він реально сприймається [27].

За драматургічним підходом І. Гофмана вважається, що це не простий історичний збіг, що слова "особистість", "персона" у своїх значеннях говорять про маски. Це схоже на визнання факту, що завжди та всюди, кожна людина грає роль. Саме в цих ролях люди пізнають один одного та самих себе. На думку автора ми вибираємо власну «маску» (роль) не випадково, а воліємо ту, яка найкраще зображує, ким ми насправді хочемо бути [25].

Звичайно, подібна точка зору не є в повному розумінні слова новаторською. У. Джемс, Ч. Кулі, Г. Мід розглядали самопрезентацію як засіб формування образу Я і підтримки самооцінки. Вони висловлювали ідею про те, що людині властиво демонструвати різні соціальні ролі різним партнерам, щоб представити себе найбільш вигідним чином і справити найкраще враження. За Ч. Кулі і Г. Міду знання індивіда про себе – це рефлексія знань інших про нього.

Постаючи перед іншими, людина повинна являти собою зразок прийнятої в даному суспільстві поведінки. І лише в «заштунках» актор може розслабитися, скинути маску і «вийти з ролі». На думку І. Гофмана даний процес можна позначити «ідеалізація».

Розроблена Є. Костенко акмеологічна концепція розвитку іміджу інтерпретує суть іміджу «не лише як символічного образу, що відображає презентаційні риси особистості, але і з позицій об'єктних і суб'єктних характеристик носія іміджу - відповідального за створюваний образ і прагне до розвитку і самовдосконалення з метою досягнення високих професійних результатів, найвищих показників ефективності в діяльності» [40, с. 7].

Використання акмеологічного підходу до вивчення іміджу є своєчасним відгуком на соціальне замовлення суспільства, стурбованого підміною глибокого змісту іміджу суб'єкта його поверхневою формою, прагненням «не бути, а здаватися», перетворенням особистості в «товар» на відповідному ринку.

За Є. Перелигіною, в основі акмеологічного підходу до формування іміджу лежить активна і цілеспрямована діяльність суб'єкта іміджу, орієнтована на його самопізнання, самовираження і самовдосконалення в особистісному і професійному аспектах [57].

Таким чином, значущим досягненням останніх років у вивченні іміджу як соціально-психологічного феномена слід вважати перехід від маніпулятивної об'єктної парадигми до гуманістичної інтерсуб'єктної, початок якої було закладено роботами А. Маслоу, Р. Мей, К. Роджерса, Е. Фромма та ін. Дана тенденція чітко простежується в роботах Є. Костенко, Є. Перелигіної, І. Шкуратової.

1.2 Соціально-психологічна характеристика особистості студентського віку

Термін "студентство" означає соціально професійна група, що включає учнів вищих навчальних закладів [63].

Процес навчання полягає не лише в отриманні знань, але і в самореалізації, міжособистісних взаємозв'язках. У студентському віці задіяні освоєння різних соціальних ролей – студента – здобувача вищої освіти, майбутнього професіонала. Студентський вік характеризується прагненням до самостійності, свободи вибору життєвого шляху та ідеалів.

Час навчання у ЗВО збігається з іншим періодом – юності або першим періодом зрілості, який відрізняється складністю становлення особистісних рис. Характерною рисою морального розвитку в цьому віці є посилення свідомих мотивів поведінки. Помітно зміцнюються ті якості, яких не вистачало в повній мірі в старших класах – цілеспрямованість, рішучість, наполегливість, самостійність, ініціатива, вміння володіти собою. Юнаки та дівчата в цьому віці намагаються розібратися в своїх потребах, інтересах, здібностях, цінностях, можливостях [65].

Юність – пора самоаналізу і самооцінок. На даному етапі відбувається порівняння "ідеального Я" з "реальним". Відсутність об'єктивності в даному порівнянні може викликати у юнака внутрішню невпевненість в собі, почуття незрозумілості, які можуть супроводжуватися зовнішньою агресивністю або розбещеністю. Юнацький вік, за Еріксоном, будується навколо кризи ідентичності, що складається з соціальних ідентифікацій і самовизначень [83].

Студентський вік, за твердженням Б. Анан'єва, є сенситивним періодом для задоволення основних соціогенних потреб людини, тобто сприятливий період для розвитку людини як особистості [3].

Сприятливе становище здобувача вищої освіти в навколишньому середовищі, в студентському колективі сприяє нормальному розвитку особистості. Потужний соціальний вплив на особистість здобувача вищої освіти

надає саме студентське середовище, особливості студентської групи, до якої входить людина та особливості інших референтних груп. Поведінка людей в групі відрізняється від їх індивідуальної поведінки. Шляхом формування і підпорядкування груповим нормам і цінностям поведінка членів групи стає схожою, проте можливий і зворотний вплив. Окремий член групи, як особистість, може давати потужний вплив на всю групу в цілому. У студентській групі відбуваються динамічні процеси структурування, формування і зміни міжособистісних взаємин, розподілу групових ролей, висунування лідерів і т. д. Всі ці процеси роблять сильний вплив на особистість здобувача вищої освіти, на успішність його навчальної діяльності та професійного становлення, на його поведінку.

Таким чином, знання індивідуальних особливостей здобувача вищої освіти, на основі яких будується система включення його в нові види діяльності і нове коло спілкування, дає можливість уникнути дезадаптації і успішно сформувати студентський колектив. Тому дуже важливим моментом є перетворення студентської групи в колектив, і прилучення недавнього абітурієнта до студентських форм колективного життя. Саме з іміджу здобувача вищої освіти окремо, так і з іміджу студентських груп в тому числі складається імідж ЗВО, оскільки здобувачі вищої освіти є цільовою аудиторією, ядром вишу [3].

Студентська група, як і будь-яка інша мала група, може рости і розвиватися. З точки зору Ю. Кондрат'єва, кажучи про становлення студентської групи, необхідно, головним чином схарактеризувати перший, третій і п'ятий курси. Це обумовлено тим, що групи першокурсників можуть бути оцінені як групи "що встановлюються", навчальні групи третьокурсників – як "зрілі" групи, а навчальні групи п'ятикурсників можуть бути умовно позначені як групи "вмираючі", тобто такі, що остаточно завершують свою життєдіяльність [38].

"Взаємовідносини в малій групі – складне утворення. В їх структуру входять формальні і неформальні, ділові та особисті, лідерські, референтні

стосунки" [7, с. 59].

На кожному рівні розвитку студентська група володіє певними психологічними особливостями, які, впливають на успішність спільної діяльності групи, взаємини в ній. Студентська група може проявляти себе або суб'єктом спілкування, або суб'єктом взаємин, або суб'єктом діяльності, а також можливі різні поєднання. Також відносини між членами групи багато в чому залежать від приналежності кожного члена групи до того чи іншого статусу в групі.

1.3 Імідж здобувача вищої освіти як соціально-психологічний феномен

Слово «імідж» походить від англійського «image» – зображення, образ. Імідж об'єкта – це образ, що виник в психіці в результаті сприйняття тих чи інших характеристик об'єкта. Часто висловлюються крайні точки зору – від визнання, що імідж можна і потрібно формувати, враховуючи специфіку реципієнта (об'єкт, який приймає інформацію), з метою досягнення найбільшої ефективності взаємодії, до цілеспрямованого формування іміджу як засобу маніпулювання знанням і поведінкою людей [53].

Енциклопедичний словник дає два тлумачення терміну «імідж» (англ. Image – образ, вид):

1. Зовнішній образ, створюваний суб'єктом, з метою викликати певне враження, думка, ставлення у інших людей;
2. Сукупність властивостей, приписуваних рекламою, пропагандою, модою, забобонами, традиціями об'єкту, з метою викликати певні реакції.

Імідж – це образ об'єкту, який сприймається індивідом в емоційно забарвлених тонах. При цьому, в ньому відтворені певні значення, які об'єкт екстраполює з метою його розпізнавання та запам'ятовування. Це система

уявлень індивідів про певний об'єкт та його змістовні характеристики (якісні властивості) [3].

Більш точне поняття «імідж» – є прояв внутрішніх відчуттів і власних уявлень про себе з урахуванням стереотипу сприйняття оточуючими. Залежно від того, в якому оточенні людині доводиться обертатися більшу кількість часу, створюється імідж, що підкреслює його приналежність до даного кола. Імідж, що формується під впливом соціальних ролей, є джерелом інформації про соціальний статус, матеріальне становище, потягах та інтересах суб'єкта. В цьому розумінні існує небезпека зрощування соціальної ролі і існуючого іміджу з особистістю, в цій ситуації людина настільки звикає до свого образу, що не уявляє себе в іншому вигляді.

Імідж - це, перш за все, візуальна привабливість. Г. Берд говорить про імідж як повну картинку особистості, яка представляється іншим. Він включає те, як ви виглядаєте, говорите, одягаєтеся, дієте; ваші вміння, поставу, позу і мову тіла; ваші аксесуари, ваше оточення і компанію, яку ви підтримуєте.

Імідж – деякій образ «Я», представлений світу для самопрезентації. Загальна «Я-концепція» особистості проявляється одночасно, як мінімум в трьох образах:

1. «реальне Я» – якою я є людиною (з власних уявлень про себе);
2. «дзеркальне Я» – яким мене бачать інші (зі спостережень за реакцією інших людей на нашу поведінку, слова, вигляд);
3. «ідеальне Я» – якою людиною я хочу бути (бажаний образ).

Бажаючи керувати виробленим враженням, людина намагається наблизити «дзеркальне Я» до «ідеального Я» і виникає «демонстративне Я». На основі сприйняття такого складного образу «Я» у людей формується певна думка про цю людину. Таким чином, можна говорити про «імідж», який відображає рівень самооцінки особистості, про «прийнятий» імідж і «бажаний».

Зовнішність людини – джерело інформації. Сукупність сигналів, що виходять від нього, умовно ділять на кілька складових і відповідно виділяють види іміджу людини, що властиво і здобувачу вищої освіти.

Габітарний імідж – сигнали від «зовнішності».

Середовий імідж – сигнали «середовища існування».

Матеріалізований – продукти діяльності.

Вербальний – словесна продукція.

Паравербальний – особливості голосу і мови.

Кінетичний – кінетична, тобто не вербальна продукція.

Габітарний імідж – сигнали, що виходять від зовнішності, одягу, прикрас. Для того, щоб імідж був успішним, всі його складові повинні відповідати ситуації і працювати на обрану мету [66].

Середовий імідж – це штучно створене «середовище проживання», місце, де ми живемо, наше робоче місце, речі які нас оточують. Навколишнє середовище «розповідає» про нас, про наші переваги, особливості, пріоритети.

Матеріалізований імідж – це судження, яке складається про людину на основі створюваних нею продуктів діяльності. Модел'єр створює одяг, викладач складає план роботи, здобувач вищої освіти пише курсову роботу і т. д. Все це результат праці, що характеризує нас іноді з несподіваного боку і з непередбачуваним результатом.

Вербальний імідж формується на основі словесної та паравербальної інформації. Вербальні повідомлення складаються зі слів, паравербальні містять якість голосу, діапазон, тональність, паузи, сміх, плач, зітхання і т. п.

Голос і мова людини – частина його іміджу. Він розповідає про почуття, стан здоров'я, напружено чи розслаблено відчуває себе індивід, звідки він родом, наскільки підлягає впливу інших людей.

Складовими вербального іміджу є словниковий запас і вміння ним користуватися, культура і багатство мови або їх відсутність, наша мова часто видає те, що ми хотіли б приховати.

Наша мова «розповідає» про репрезентативну систему, за допомогою якої людиною сприймається інформація, яка надходить ззовні. Залежно від способу її надходження репрезентативна система може бути:

візуальна – сприйняття за допомогою зорових образів;

аудіальна – сприйняття за допомогою слухових вражень;

кінестетична – сприйняття за допомогою відчуттів.

Паравербальна складова мови – це найважливіша «добавка» до неї, яка може прикрасити або зруйнувати імідж людини. Якщо людям сподобається звучання голосу, вони будуть прислухатися, менше перебивати, їх легше буде переконати. Людина з красивим, добре поставленим голосом більше подобається, її структура в цілому сприймається як приваблива.

Манера мовлення є сигналом, який дозволяє проникнути в рольову поведінку людини і розпізнати її. Манера говорити є джерелом імідж-формуючої інформації. Добре поставлений голос – необхідна складова паравербального іміджу.

Кінетичний імідж – це думка, що складається про людину на основі його типових рухів або положень в просторі частин його тіла. Термін «кінетика» (від грец. *Kinnetikos* – належити до руху) ввів американський психолог Р. Бердвістл. «Мова рухів тіла» – це «голос» нашої підсвідомості, який зазвичай не контролюється свідомістю і видає підсвідомі установки особистості. В результаті у інших людей виникає якась думка – приємна або відразлива, і формується ставлення – бажання або небажання спілкуватися. Для створення сприятливого іміджу необхідно блокувати ту кінетику, яка здатна викликати негативні реакції і негативну думку. Однак, не завжди можна змінити особливості зовнішності, дані від природи.

Але так само багатьма параметрами управляти можна. Наприклад, вагою, об'ємом талії і стегон, розміром біцепсів, кольором волосся, станом шкіри і доглянутістю зовнішності. Для цього існують спеціальні вправи, дієти, макіяж і інші способи. Недоліки фігури можна приховати кроєм, кольором, стилем одягу. Риси обличчя – скорегувати зачіскою, макіяжем. Отже, габітарне піддається управлінню, і створити успішний габітарний імідж цілком реально. Головне – здоровий вигляд зовнішності.

Габітарний імідж – прагнення людини прикрасити зовнішність. З точки зору психології у прагнення людини, в тому числі здобувача вищої освіти, поліпшити зовнішній вигляд дві основні причини:

- показати свою доцільність для людського роду;
- долучитися до певної соціальної групи.

Згідно гуманістичної психології Абрахама Маслоу, серед базових людських потреб є потреба у визнанні і самоактуалізації. Він вважав, що кожному необхідно схвалення. Людині необхідно відчуття власної могутності, компетентності, впевненості і свободи.

Зауважимо, що досягнення усіх цих соціально значущих категорій неможливе без створення адекватного, позитивного іміджу, відповідного очікуванням і уявленням оточуючих. Імідж є головним структурним елементом PR, бо виконує роль активатора емоційних проявів індивідів, а разом із цим їхньої поведінки та ставлення до суб'єкта публіситі [3].

Проблемам соціальної ідентифікації приділив увагу і З. Фрейд. Він пов'язував це явище з протиставленням любові до власної групи і агресії стосовно інших. Розподіл людей на «своїх» і «не своїх», прагнення бути впізнаваним для своїх і прийнятим в їх коло [57].

Слід зазначити, що одяг є найважливішим джерелом імідж-формуючої інформації. Досить згадати відомий вислів: «По одягу зустрічають ...». Уважній людині одяг «розповідь» про особистісні особливості, внутрішній світ, цінності. Стан одягу, тобто доглянутість свідчить про ставлення людини як до самого себе, так і до оточуючих. Важливе значення має вибір кольору одягу, тому що вказує на психологічні особливості особистості – характер, темперамент, настрій.

Імідж можна визначити як образ, який формує думку про людину як про особистість і професіонала, який визначає готовність діяти у відношенні нього певним чином.

Тобто, і формування іміджу залежить від індивідуальних, особистісних та індивідуальних властивостей, від середовища, в якому існує людина.

Виходячи з вищесказаного, можна визначити індивідуальний імідж як цілеспрямований сформований інтегральний, цілісний, динамічний феномен, обумовлений відповідністю і взаємопроникненням внутрішніх і зовнішніх, особистісних та індивідуальних якостей та чинників суб'єкта, покликаний забезпечити гармонійну та ефективну взаємодію суб'єкта з природою, соціумом і самим собою.

1.4 Імідж здобувача вищої освіти в процесі опанування майбутньої професії

Імідж здобувача вищої освіти набуває особливого значення в сучасних умовах, коли суспільство висуває нові вимоги до майбутнього професіонала, здатного швидко вбудовуватися у виробничий процес.

У цьому контексті нам імпонує концепція Є. Перелигіної, яка вважає, що в основі іміджу як символічного образу суб'єкта, створюваного в інтерсуб'єктній взаємодії, знаходиться активна і цілеспрямована діяльність суб'єкта-прообразу іміджу, орієнтована на самопізнання, самовираження. Це так звана діяльність по створенню іміджу.

О. Жеребненко вважає, що актуальним механізмом розвитку іміджу здобувача вищої освіти виступає узгодження структурно-змістовних особливостей іміджу на рівні індивідуальної і суспільної свідомості [29].

Імідж сучасного здобувача вищої освіти ЗВО визначають наступні характеристики:

- громадянськість, любов до батьківщини, до свого навчального закладу, країни;
- громадянська активність, готовність зробити свій внесок в розвиток суспільства;
- лідерство, організаторські здібності, вміння взяти відповідальність;
- активна життєва позиція, вміння орієнтуватися в інформаційних потоках;
- креативність, творчий підхід до своєї діяльності;
- інноваційне мислення;
- професіоналізм.

Формування іміджу здобувача вищої освіти ЗВО – поетапний процес. Під умовами розвитку іміджу О. Жеребненко зазначає:

- усвідомлення здобувачем вищої освіти необхідності формування позитивного іміджу

- прояв активності здобувача вищої освіти при роботі над своїм іміджем;
- знання вимог аудиторії до особистості і діяльності здобувача вищої освіти;
- дотримання принципів, форм і методів роботи з формування іміджу;
- оволодіння здобувачем вищої освіти прийомами самооцінювання, навичками самоіміджування і проектування іміджу [33].

Імідж здобувача вищої освіти ЗВО служить оптимізації «суб'єкт-суб'єктних» відносин і освітнього процесу в цілому. Це знаходить своє відображення в тих функціях, які виконує здобувач вищої освіти і які обумовлюють розвиток самого іміджу. Всі функції іміджу здобувача вищої освіти ЗВО ми класифікуємо за трьома основними категоріями:

1. навчальні функції (комунікативна, інформативна, когнітивна, емотивна, конативна);
2. діяльні функції (організаційна, мотиваційна, виховна);
3. додаткові (похідні від першої і другої груп) функції (компенсаторна, представницька, психотерапевтична, самовираження).

Динамічна модель іміджу здобувача вищої освіти складається з трьох рівнів:

1. Конституційний – зовнішні дані, стать, вік, темперамент.
2. Особистісний, що включає:

Мотиваційний компонент: наявність значних навчально-професійних – мотивів і потреб, особистісно-значущі цінності;

Когнітивний компонент: Я-концепція здобувача вищої освіти ЗВО;

Діяльнісний компонент: вміння розвивати власний імідж, виходячи з особливостей діяльності, а також можливість вивчати свій імідж в освітньому просторі ЗВО.

3. Соціально-психологічний статус ЗВО, факультету; соціальної ролі здобувача вищої освіти і обраної ним професії.

С. Архангельський вказує, що віковий період студентства найбільш плідний для формування знань, умінь, навичок, професійного розвитку:

- молода людина робить важливі вибори – визначається з професією, соціальною орієнтацією, вибирає шлюбного партнера;
- проявляється соціальна активність і досить гармонійне поєднання інтелектуальної і соціальної зрілості;
- формуються цінності, що задають стійкі якості особистості, риси характеру [3].

Сформований імідж здобувача вищої освіти сприяє соціокультурній і професійній ідентифікації особистості, побудові кар'єри в конкурентному середовищі, знаходженню свого призначення в постійно мінливих умовах соціуму. Ефективний імідж здобувача вищої освіти - це відповідь на соціальне замовлення суспільства, що вимагає конкурентоспроможного, мобільного фахівця, відкритого для постійного саморозвитку в контексті осмисленого вибору цілей реалізації життєвого шляху, способів досягнення успішності в різноманітних сферах практики.

Самореалізація сучасного здобувача вищої освіти здійснюється не лише в придбанні престижної професії, в досягненні матеріального благополуччя. Високорозвинена особистість, позиціонуючи себе як успішна, активна, сучасна, усвідомлюючи свою самоцінність, прагне реалізувати себе на терені молодіжних студентських рухів. Саме організація ефективної і дієвої роботи студентських об'єднань у ЗВО сприяє виникненню таких якостей майбутнього фахівця, без яких неможлива успішна інноваційна діяльність в майбутньому [29].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Для сучасного здобувача вищої освіти імідж є обов'язковою складовою успішного образу. Поняття іміджу як соціального феномену формувалось протягом десятиліть та зазнає змін і зараз, виходячи з контексту життя як явища та вимог суспільства до особистості людини, професіонала. Імідж є інструментом передачі своєї унікальності світові. Від формування іміджу залежить ефективність майбутньої професії здобувача вищої освіти. Тим самим актуальність формування іміджу у здобувача вищої освіти є високою.

Для формування та демонстрації іміджу обов'язковою умовою є наявність аудиторії, «глядачі». Саме у соціальній групі імідж може бути сформований, скоригований, сприйнятий. Імідж відокремлюється мотивацією з його конструювання, спираючись на те, як він повинен бути сприйнятий.

Імідж – це емоційно забарвлений образ людини в оточенні соціальної групи, студентства, сукупність уявлень людини про себе, Я-концепція, представлена суспільству. Імідж має зовнішні чинники особистості та внутрішні якості – габітарний, вербальний, кінетичний. Імідж формує думку про людину.

Імідж здобувача вищої освіти має декілька рівнів у своїй структурі – зокрема, когнітивний компонент, емоційна складова, соціальне вираження. Персональні характеристики особистості мають найсуттєвіший вплив на імідж здобувача вищої освіти. Самореалізація сучасного здобувача вищої освіти ЗВО здійснюється як через професійні досягнення, так і шляхом набуття особистісних соціально-емоціональних рис.

Таким чином, можна зробити висновок що вплив зовнішніх факторів є вагомим у формуванні іміджу здобувача вищої освіти ЗВО. Водночас, особистісні характеристики здобувача вищої освіти мають глибинне значення для формування іміджу. Багато здобувачів вищої освіти формують свій імідж несвідомо.

РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

2.1. Формування іміджу здобувача вищої освіти

Сприйняття іміджу широко зображено в народних прислів'ях, афоризмах, цитатах з творів класиків. Наприклад: «Зустрічають по одежці, проводжають по розуму» (народне прислів'я); «Людина вимірюється не з ніг до голови, а від голови до неба!» (Конфуцій); «У людині все має бути прекрасним: і обличчя, і одяг, і душа і думки ...» (А. Чехов).

У широкому сенсі, імідж – це цілісний несуперечливий образ в свідомості оточуючих, відповідаючий цілям, нормам, цінностям, прийнятим в цільовій групі. Найпоширенішим є визначення іміджу як сформованого в масовій свідомості стереотипу емоційно забарвленого образу.

Імідж виникає тоді, коли його об'єкт-носії стає публічним, видимим групі, коли є продукти соціальної перцепції індивіда. Стосовно до змісту іміджу людини йдеться про сукупність його соціальних, професійних, психологічних і зовнішніх по вигляду характеристик.

Одним з важливих наукових джерел іміджу є психологія соціального пізнання. Як вважає Г. Андрєєва, психологія соціального пізнання, перш за все, прагне встановити, як людина будує образ соціуму або «конструює» соціальну реальність.

Імідж складається на основі вражень, які виробляє людина на оточуючих в результаті спілкування і взаємодії, і на основі думок, які передаються по комунікативним каналам.

Для даного дослідження становить інтерес модель іміджу, розроблена Є. Петровою, згідно з якою імідж розглядається як уявлення, що включає семіотичну, когнітивну і рольову складові.

Т. Бистрова вказує, що «імідж є наслідком соціальності людини і пов'язаний з його соціальною роллю. У ньому з необхідністю повинно бути досягнуто органічне поєднання індивідуального і суспільного: усвідомлення та показ себе серед інших. Імідж виражає прагнення людини вступити в контакт, комунікацію з оточуючими і зробити на них певне враження» [15].

Ч. Кулі, Г. Мід розглядали самопрезентацію як засіб формування образу Я та підтримки самооцінки. Також висловлювали ідею про те, що людині властиво демонструвати різні соціальні ролі (патерни) різним партнерам, щоб представити себе найбільш вигідним чином і справити найкраще враження.

Залежно від здатності людини роздивляти відносини і зв'язки в соціальному середовищі було введено поняття «Соціальний інтелект» – інтегральна інтелектуальна здатність, яка визначає успішність спілкування і соціальної адаптації, це є поєднання поняттєвого мислення IQ і потреби в спілкуванні. М. Бобнева [11] вважає, що соціальний інтелект слід розцінювати як особливу здатність людини, яка формується в процесі його діяльності в соціальній сфері, в сфері спілкування та соціальних взаємодій. Автор підкреслює, що рівень «загального» інтелектуального розвитку не пов'язаний однозначно з рівнем соціального інтелекту. Високий інтелектуальний рівень є лише необхідною, але недостатньою умовою власне успішного іміджу особистості. Високий IQ може сприяти соціально-емоційному розвитку, але не замінювати його. Більш того, високий інтелект може повністю знецінюватися емоційною сліпотою людини, соціальною неадекватністю його поведінки і т. д.

Н. Ємельянов [30] також пов'язує соціальний інтелект і ситуативну рольову адаптацію. Соціальний інтелект передбачає вільне володіння вербальними і невербальними засобами соціальної поведінки, усіма видами семіотичних (сигнальних) систем. Соціальний інтелект є принципово важливою якістю для професій типу "людина-людина" психологів, менеджерів, юристів, лікарів, політиків, бізнесменів та ін.

Комунікативна компетентність як складова соціального інтелекту проявляється в застосуванні інтелектуальних здібностей в ситуаціях

міжособистісної взаємодії (транзакцій – одиниць спілкування), тобто, комунікативна компетентність пов'язана з результатом діяльності. Отже, високий рівень комунікативної компетентності навряд чи можна досягти при низькому рівні соціального інтелекту або взагалі без соціального інтелекту. З огляду на те, що соціальний інтелект виступає як засіб пізнання соціальної дійсності, а соціальна компетентність – як продукт цього пізнання, вважаємо, можна підвищити соціальну компетентність, а, отже, і комунікативну (бо вона входить в поняття соціальної компетентності) через розширення знань і досвіду, тренінгів, внаслідок чого, соціальний інтелект можна розвивати через формування особистісних і комунікативних властивостей.

Емоційний інтелект – досить новий психологічний конструкт. Він з'явився набагато пізніше, ніж теорія і методи діагностики "звичайного" інтелекту IQ та рис особистості.

Високий IQ не гарантує успішного іміджу. По-перше, люди з високим IQ не обов'язково приймають правильні рішення в житті. По-друге, люди з високим IQ часто потрапляють в інтелектуальну пастку, «інтелектуалізуючи» свої власні помилкові рішення. По-третє, люди з високим IQ часто настільки вміло критикують інших, що більше звертають увагу на це, ніж на пошук конструктивних рішень" [53, с. 43].

Соціальна рольова позиція в комунікації відіграє важливу роль разом із соціальним інтелектом. З точки зору транзактного аналізу по Е. Берну структура особистості характеризується наявністю трьох основних его-станів: Батько, Дитина і Дорослий. Кожне его-стан виявляє собою особливий патерн мислення, почуттів і поведінки – соціальну роль в комунікації. Відокремлення цих его-станів засноване на трьох аксіомах:

- кожен дорослий колись був дитиною. Ця дитина в кожній людині представлена его-станом Дитина;

- кожна людина з нормально розвиненим мозком потенційно здатна до адекватної оцінки реальності. Здатність систематизувати інформацію і приймати розумні рішення відноситься до его-стану Дорослий;

- у кожного індивіда були або є батьки або замінили їх особи. Батьківський початок природно впроваджений в особистість і набуває вигляду его-стану Батько [9].

Таким чином, в сучасному світі емоційний інтелект – суміш міжособистісного і внутрішньоособистісного інтелекту за класифікацією Гарднера – не менш важливий, ніж логіко-математичний. Високий IQ ("коефіцієнт розумового розвитку") може бути побитий високим EQ ("коефіцієнтом емоційного розвитку").

2.2. Експериментальне дослідження іміджу здобувача вищої освіти

Вимірювання – це емпіричний метод виявлення якостей чи станів об'єкта шляхом організації взаємодії об'єкта із вимірюваним приладом, зміна стану якого залежать від зміни стану об'єкта. Треба наголосити, що засобом вимірювання психологічних якостей та станів об'єкта виступають психологічні тести. Метою даного дослідження є виявлення взаємозв'язків між когнітивним компонентом інтелекту IQ, емоційним компонентом EQ та соціальних ролей, его-станів.

Процедура емпіричного дослідження проходила в три етапи. На підготовчому етапі була визначена основна вибірка дослідження, яка була сформована виходячи з необхідності залучити до дослідження іміджу здобувача вищої освіти СНУ імені В. Даля.

В дослідженні прийняли участь 30 осіб віком від 18 до 20 років – здобувачі вищої освіти I курсу спеціальності «Право».

Для діагностування загального рівня інтелектуальних здібностей IQ використовувалась методика КОТ (короткий орієнтовний тест IQ В. Бузина, Е. Вандерлік) – опитувальний метод дослідження, де індивіду пред'являється серія завдань, підібраних таким чином, щоб була забезпечена адекватна вибірка всіх найважливіших інтелектуальних функцій для проникнення в "критичні

точки інтелекту". Методика КОТ передбачає психодіагностику наступних параметрів інтелекту: здатність до узагальнення та аналізу, гнучкість мислення, швидкість і точність сприйняття матеріалу, грамотність, вибір оптимальної стратегії і т. п. Методика КОТ була розроблена як відбіркова, для людей, які претендують на подальше навчання. Тест КОТ також дозволяє отримати розгорнуту характеристику сформованості пізнавальної адаптації суб'єкта в світі в цілому [30].

Для дослідження здатності індивіда розуміти відносини особистості, що репрезентується в емоціях і управляти емоційною сферою на основі прийняття рішень було обрано методику Н. Холла оцінки «емоційного інтелекту». Методика Н. Холла складається з 30 тверджень і містить 5 шкал: 1) емоційна обізнаність, 2) управління емоціями (емоційна відхідливість, емоційна неригідність), 3) самомотивація, 4) емпатія, 5) розпізнавання емоцій інших людей (вміння впливати на емоційний стан інших людей) [35].

Для визначення керуючої соціальної рольової позиції его-стану було використано тест «Транзакційний аналіз Е. Берна». Згідно транзакційного аналізу, в кожному з нас можна виділити три его-стани: Батько, Дорослий і Дитина. Задля більшої гнучкості результатів стани мають підвиди, такі як Батько піклуючий або Дитина адаптована [31].

Методика КОТ (короткий орієнтовний тест IQ В. Бузина, Е. Вандерлік) визначення загального рівня інтелектуальних здібностей IQ

Текст методики надано в Додатку А (див. Додаток А, розміщено мовою оригіналу).

Тест КОТ (Короткий орієнтовний, відбірковий тест, В. Бузина, Е. Вандерлік) призначений для діагностики загального рівня інтелектуальних здібностей. У тесті на визначення IQ індивіду пред'являється серія завдань, підібраних таким чином, щоб була забезпечена адекватна вибірка всіх найважливіших інтелектуальних функцій для проникнення в "критичні точки інтелекту". КОТ передбачає психодіагностику наступних параметрів інтелекту: здатність до узагальнення та аналізу, гнучкість мислення, швидкість і точність

сприйняття матеріалу, грамотність, вибір оптимальної стратегії і т. д. Опитувальник КОТ був розроблений як відбірковий, для людей, які претендують на подальше навчання (учні, здобувачі вищої освіти).

Тестування проводиться впродовж 15 хвилин. Результатом тесту – інтегральна оцінка інтелекту, сума вірних відповідей, даних за вказаний час. Загалом тест складається з 50-ти питань і побудований таким чином, що ніхто не в змозі вирішити всі 50 питань за відведений час. За тематикою завдання націлені на: значення слів і фраз – вербальний фактор; математичні завдання низького, середнього та високого рівня складності; логічні завдання; просторові задачі; поінформованість; увага.

Тест є адаптованим до виявлення когнітивних здібностей респондента за короткий час, але завжди доводиться розглянути кілька шляхів вирішення поставленого завдання.

Згідно з тестом КОТ значення сумарної кількості вірних відповідей розподіляється на: 13 і менше – низький IQ; 14-18 – IQ нижче середнього; 19-24 – середній IQ; 25-29 – IQ вище середнього; 30 і більше – високий IQ.

Методика Н. Холла визначення «емоційного інтелекту». **Опитувальник EQ**

Текст методики надано у Додатку Б (див. Додаток Б, розміщено мовою оригіналу).

Базова модель емоційного інтелекту включає п'ять компонентів: знання про емоції, управління емоціями, розпізнання емоцій, вміння мотивувати себе і співволодіння з соціальними відносинами. Відповідно до цієї концепції коефіцієнт емоційного інтелекту визначається як сумарний показник наступних здібностей:

Емоційна обізнаність, самоусвідомлення: знання того, що ми відчуваємо в даний момент, і використання цих переваг в якості керівництва при прийнятті рішення; реалістична оцінка власних здібностей і обґрунтоване почуття впевненості в собі;

Управління емоціями, вміння справлятися з емоціями, щоб вони сприяли, а не заважали виконанню в даний момент завдання, сумлінність і відтермінування задоволення при переслідуванні мети; повне відновлення після емоційного дистресу;

Самомотивація: використання наших найпотаємніших переваг для того, щоб змушувати нас діяти і направляти до досягнення цілей, допомагати нам брати на себе ініціативу, докладати зусиль, намагаючись щось поліпшити, і наполегливо продовжувати робити свою справу перед обличчям невдач і розчарувань;

Емпатія: відчуття того, що відчувають інші люди, здатність встати на їх точку зору і розвиток взаєморозуміння та налаштованості на широке розмаїття людей;

Розпізнавання емоцій інших людей – соціальні навички: добре володіння емоціями у взаєминах і точне "прочитування" соціальних ситуацій і систем соціальних відносин між людьми; спокійне взаємодію; використання цих навичок для переконання і керівництва, ведення переговорів та залагодження суперечок, співпраці і колективної роботи" [33, с. 454-455].

Згідно тесту Н. Холла за кожною шкалою емоційного прояву максимальна кількість балів плюс 18, мінімальна кількість балів мінус 18. Показник інтегративного емоційного інтелекту, що є сумою значень по усіх п'ятих шкалах, описує рівні інтелекту EQ, а саме: високий рівень – 70 балів і більше; середній рівень – 40-69 балів; низький рівень – 39 і менше.

Тест «Транзакційний аналіз Е. Берна». Визначення співвідношень его-станів. Соціальні рольові позиції в міжособистих відносинах.

Опис методики надано у Додатку В (див. Додаток В, розміщено мовою оригіналу).

Теорія транзакційного аналізу Е. Берна виходить з того, що транзакція – одиниця акту спілкування, протягом якої співрозмовники знаходяться в одному з трьох станів "Я". У процесі взаємодії можуть в більшій чи меншій мірі проявлятися такі стани людини: стан "батько", "дорослий", "дитина" з деякими

підвидами кожного зі станів . Ці три стани супроводжують людину все життя. Зрілий чоловік вміло використовує різні форми поведінки, гнучко проявляючи себе в тому чи іншому стані в залежності від його цілей і життєвих обставин.

Метою тесту є визначення співвідношень его-станів опитуваного. Респонденту пропонується 44 твердження, що стосуються поведінки в повсякденному житті. Треба надати відповідь, як є найбільш прийнятною для даного твердження, по шкалі від «-3» до «+3» або «-» («ні»). Тут немає «поганих» і «хороших» відповідей: це є особистий погляд на те, яким є опитуваний на сьогоднішній день.

За результатами тесту отримуємо кількість балів від 0 до 6: по кожній за шкал:

Батько Критикуючий (Бк); Батько Піклуючий (Бп); Дорослий (Д); Дитя Природне (Дп); Дитя Адаптоване (Да); Дитя бунтовне (Дб); Маленький Професор (Мп).

Е. Берн виділяє наступні три базові складові особистості людини, які обумовлюють характер спілкування між людьми: батьківське, доросле, дитяче.

Батьківський (Б) стан Я складається з правил поведінки, норм, дозволяє індивіду успішно орієнтуватися в стандартних ситуаціях, "запускає" корисні, перевірені стереотипи поведінки, звільняючи свідомість від завантаженості простими, повсякденними завданнями. Крім того, Батьківські Я забезпечує з великою ймовірністю успіху поведінку в ситуаціях дефіциту часу на роздуми, аналіз, почерговий розгляд можливостей поведінки.

Дорослий (Д) стан Я сприймає і переробляє логічну складову інформації, приймає рішення переважно обдумано і без емоцій, перевіряючи їх реальність. Доросле Я, на відміну від Батьківського, сприяє адаптації не в стандартних, однозначних ситуаціях, а унікальних, вимагають роздумів, що дають свободу вибору і, разом з цим, необхідність усвідомлення наслідків і відповідального прийняття рішень.

Дитяче Я також виконує свої, особливі функції, не властиві двом іншим станам. "Відповідає" за творчість, оригінальність, розрядку напруги, отримання

приємних, іноді "гострих", необхідних певною мірою для нормальної життєдіяльності вражень. Крім того, Дитяче Я виступає на сцену, коли людина не відчуває достатньо сил для самостійного вирішення проблем: не здатний подолати труднощі або / і протистояти тиску іншої людини. Дитячий (Д) стан Я слід життєвому принципу почуттів. На поведінку в сьогоденні впливають почуття з дитинства.

Ознаки актуалізації різних его-станів:

- Его-стан Дитина, вербальні ознаки: а) вигуки: ось тобі й маєш!, фу ти!, Боже!, хай йому грець!; б) слова егоцентричного кола: хочу, не можу, а мені яке діло, не знаю і знати не хочу і т.д.; в) звернення до інших: допоможи мені, ти мене не любиш, ти будеш шкодувати; г) самопринизливі вираження: я дурень, у мене нічого не виходить і т.д. Звернення Ви – Ти і Ти – Ти. Поведінкові (невербальні) ознаки: мимовільні порухи тіла наче незручно, знизування плечима, тремтіння рук, почервоніння, заковчування очей, опущений погляд, погляд знизу вгору; інтонація яка просить, ниючий, швидкий і гучний голос, сердитий і вперте мовчання, підзадорювання, зловтішно, схвильованість і т.д.

- Его-стан Дорослий, вербальні ознаки: в утвердженні висловлюється думка, а не безапеляційне судження, використовуються вирази типу: таким чином, ймовірно, щодо, порівняно, доцільно, альтернатива, на мою думку, наскільки можливо, давай розглянемо причини і т.д. Звернення Ви – Ви і Ти – Ти. Поведінкові (невербальні) ознаки: поза пряма (але не застигла); особа звернено до співрозмовника, відкрито, зацікавлене: природна жестикуляція в розмові; контакт очей на одному з партнером рівні; голос виразний, чіткий, спокійний, рівний, без надмірних емоцій.

- Его-стан Батько, вербальні ознаки – слова і вирази типу: а) повинен, не можна, ніколи, зобов'язаний, тому що я так сказав, не став питань, що люди подумают (скажуть); б) оцінюючі судження: впертий, дурний, нікчемний, бідолаха, розумниця, чудовий, здатний. Звернення Ти – Ви (зі мною поведуться на ВИ, я звертаюся на ти). Поведінкові (невербальні) ознаки: вказуючий жест (звинування, загроза), піднятий вгору палець, поплескування по спині, щоці;

авторитарні пози (руки на стегнах, схрещені на грудях), погляд зверху вниз (голова відкинута), стукіт по столу і т.д.; тон голосу глузливий, гордовитий, хто засуджує, заступницький, співчуваючий. Зрілий чоловік вміло використовує різні форми поведінки, аби вони були доречні. Самоконтроль і гнучкість допомагають йому вчасно повернутися в "доросле" стан, що, власне і відрізняє зрілу особистість від молодика, нехай навіть солідного віку. Сполучення Его-станів Розташували відповідні символи в порядку зменшення ваги (в залежності від кількості набраних балів), отримуємо формулу. Для оптимального функціонування особистості, з точки зору Е. Берна, необхідно, щоб в особистості були гармонійно представлені всі три стани Я.

2.3. Результати констатувального експерименту та їх статистичне представлення

Для визначення рівня IQ здобувачів вищої освіти обрано тест:

1. Тест КОТ (короткий орієнтовний тест IQ В. Бузина, Е. Вандерлік) визначення загального рівня інтелектуальних здібностей. Даний тест дозволяє здобувачу вищої освіти оцінити рівень свого інтелектуального розвитку (рівень можна оцінити як низький, нижче середнього, середній, вище середнього, високий). Методика включає 50 питань. Тест виконується суворо за часом – 15 хвилин. Можна відповідати на питання не згідно порядку, на ті, де можливо надати відповідь. При виконанні тесту здобувачам вищої освіти необхідно було вибрати одну відповідь із стандартних варіантів або написати результат обчислень задачі (див. табл. 2.1).

Результати даного дослідження представлені в табл. 2.1 та на рис. 2.1.

Таблиця 2.1

Показники за тестом IQ КОТ В. Бузина, Е. Вандерлік (%)

Рівень IQ*	Кількість осіб	Відсотки
Низький	12	40 %

Нижче середнього	8	26,67 %
Середній	7	23,33 %
Вище середнього	3	10 %
Високий	0	0 %

*Чисельний рівень IQ надано у Додатку Г (див. Додаток Г)



**Рис. 2.1. Сегментограма розподілу результатів за тестом IQ КОТ
(В. Бузина, Е. Вандерлік)**

Як бачимо, рівень IQ у здобувачів вищої освіти I курсу опитувальної групи переважно невисокий (12 осіб з низьким рівнем та 8 осіб з рівнем нижче середнього), що становить загалом 66,67% від чисельності групи. IQ середнього рівня виявлено у 7 осіб, що є 23,33% у групі. Ще менше, а саме 3 особи, 10% за результатами тесту мають когнітивний інтелект рівня вище середнього. Осіб з високим рівнем IQ виявлено не було 0%. Найбільші ускладнення викликали переважно завдання з математичним обчислюванням, задачі, числові рядки.

Люди з низьким рівнем IQ важко переживають зміну знайомих концепцій, мають труднощі в обробці аналітичної інформації та застосуванні логіки. Часто люди з низьким IQ швидко починають сердитися і конфліктувати з оточуючими через нездатність зрозуміти абстрактні категорії. Це здебільшого конфліктує особистості.

Не маючи навичок ефективного спілкування та вміння тримати себе в руках, людина з низьким IQ не справляється з критикою. Він бачить в ній напад та загрозу, а не зворотний зв'язок, що дає йому можливість рости і розвиватися. Люди з низьким рівнем IQ не вміють правильно оцінювати свої емоції і не знають, коли треба зупинитися в суперечці, який стає занадто спекотною. Вони важко сприймають думку, відмінну від їх власної.

2. Згідно тесту Н. Холла базова модель емоційного інтелекту EQ включає п'ять компонентів: емоційна обізнаність, управління емоціями, розпізнання емоцій, самомотивація і емпатія. Відповідно до цієї концепції коефіцієнт емоційного інтелекту визначається як сумарний показник значень за цими здібностями.

Виконання тесту не лімітовано за часом, респондент має відповісти на 30 запитань, оцінивши кожне ствердження балами від мінус (-) 3 до плюс (+)3, виходячи із своїх відповідей:

повністю не згоден (- 3 бали);

в основному не згоден (- 2 бали);

частково не згоден (- 1 бал);

частково згоден (+1 бал);

в основному згоден (+2 бали);

повністю згоден (+3 бали).

Згідно тесту Холла за кожною шкалою емоційного прояву максимальна кількість балів плюс 18, мінімальна кількість балів мінус 18. Показник інтегративного емоційного інтелекту, що є сумою значень по усіх п'ятих шкалах, дає три рівні інтелекту EQ, а саме: високий рівень – 70 балів і більше; середній рівень – 40-69 балів; низький рівень – 39 і менше.

Результати дослідження за методикою Н. Холла оцінки емоційного інтелекту.

Результати експерименту занесені в таблицю 2.2 (див. табл. 2.2), в таблицю 2.3 (див. табл. 2.3) та зображено на рисунку 2.2 (див. рис. 2.2).

Таблиця 2.2

Результати дослідження за методикою Н. Холла оцінки емоційного інтелекту EQ за шкалами окремо та інтегративний рівень EQ загалом

Респондент №	Емоційна обізнаність	Управління емоціями	Самотивація	Емпатія	Розпізнавання емоцій інших людей	Інтегративний рівень емоційного інтелекту*
1	17	-5	9	12	5	низький
2	14	-1	7	9	5	низький
3	8	10	11	4	-5	низький
4	16	1	9	11	4	низький
5	15	-9	13	13	5	низький
6	9	-11	2	9	16	низький
7	15	1	12	9	11	середній
8	0	0	8	5	5	низький
9	9	7	8	10	6	середній
10	11	11	17	16	7	середній
11	5	0	0	3	3	низький
12	11	-4	4	12	8	низький
13	9	2	11	8	8	низький
14	14	1	6	6	2	низький
15	16	4	12	6	8	середній
16	11	-1	14	16	18	середній
17	5	-12	2	9	8	низький
18	17	-1	11	18	15	середній
19	-2	9	1	-7	-7	низький

Продовж. табл. 2.2

20	6	10	11	8	12	середній
21	8	8	6	16	14	середній
22	14	5	11	15	16	середній
23	18	13	13	13	17	високий
24	0	11	15	9	12	середній
25	15	1	14	11	16	середній
26	3	-9	9	5	3	низький
27	14	0	11	10	11	середній
28	15	-8	5	14	10	низький
29	11	-4	0	11	12	низький
30	12	-3	3	6	5	низький
мінімальне значення за шкалою мінус 18 максимальне значення за шкалою плюс 18 Керуючий емоційний прояв респондента (шкалу виділено кольором) *Інтегративний рівень емоційного інтелекту визначається за такими показниками суми всіх шкал: 70 і більше - високий; 40-69 - середній; 39 і менше - низький						

Таблиця 2.3

Інтегративний рівень емоційного інтелекту EQ за методикою Н. Холла (%)

Рівень EQ емоційного інтелекту	Кількість осіб	Відсотковий рівень
низький	17	56,67%
середній	12	40,00%
високий	1	3,33%



Рис. 2.2. Сегментограма результатів дослідження рівня емоційного інтелекту за методикою Н. Холла

Як бачимо за результатами дослідження рівень емоційного інтелекту EQ у здобувачів вищої освіти 1-го курсу опитувальної групи переважно низький 56,67% (17 осіб). Досить широко представлена група здобувачів вищої освіти з середнім рівнем емоційного інтелекту EQ 40% (12 осіб). Високий рівень емоційного інтелекту EQ має лише 1 особа, що є 3,33%.

Необхідною умовою емоційного інтелекту є розуміння емоцій суб'єктом. Кінцевим продуктом емоційного інтелекту є прийняття рішень на основі відображення і осмислення емоцій, які є оцінкою подій. Емоційний інтелект продукує неочевидні способи активності для досягнення цілей і задоволення потреб. Емоційний інтелект відображає внутрішній світ і його зв'язки з поведінкою особистості і взаємодією з реальністю. Емоційний інтелект позитивно впливає на іміджеву діяльність: чим вище емоційний інтелект, тим успішніше діяльність та імідж. При спілкуванні в соціальній групі індивіди з високим рівнем емоційного інтелекту воліють співпрацювати та приймати спільні рішення для виходу з конфлікту.

Емоційно розвинені люди отримують користь із набутого досвіду взаємодії і завжди готові визнати свою провину, вибачитися, піти назустріч. У той час як люди з низьким рівнем емоційного інтелекту ніколи не вибачаються

за свої помилки і, більш того, часто намагаються звинуватити в своїх промахах інших. Емоційна «глухота» властива людям з низьким рівнем IQ і EQ. У соціальних ситуаціях вони не сприймають мову тіла і не розуміють сигнали; їх спілкування неефективне, їм важко збагнути, що і чому роблять інші люди. Частоту емоційних проявів бачимо в таблиці 2.4 (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Результати дослідження за методикою Н. Холла оцінки емоційного інтелекту. Розподіл по шкалам емоційних проявів (%)

Емоційний прояв	Відсотки
емоційна обізнаність	40,00%
управління емоціями	3,33%
самомотивація	20,00%
емпатія	16,67%
розпізнавання емоцій інших людей	20,00%

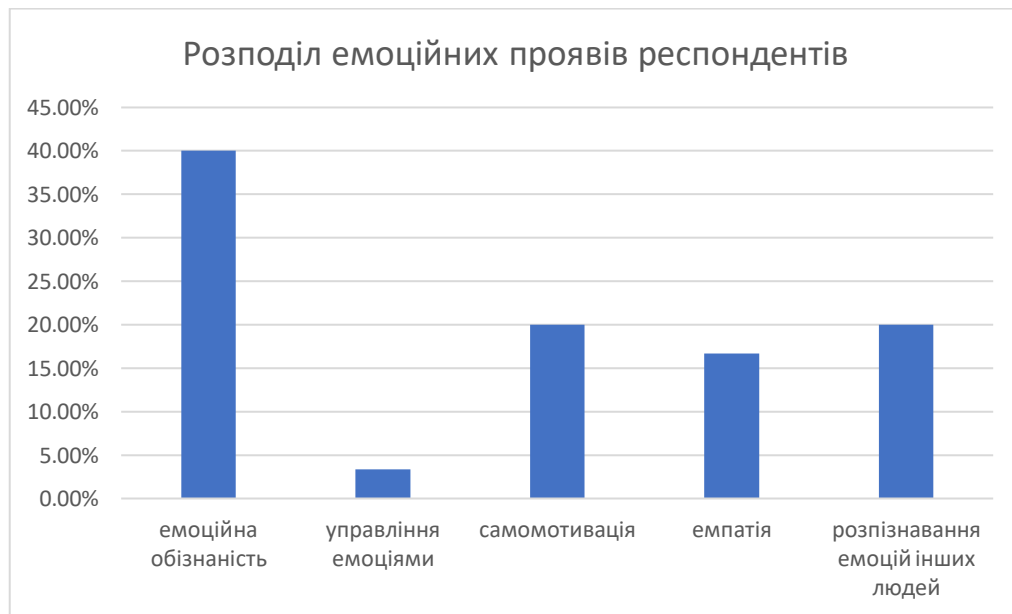


Рис. 2.3. Гістограма результатів дослідження за методикою Н. Холла оцінки емоційного інтелекту

Як бачимо з отриманих результатів оцінки емоційних проявів респондентів за шкалами найбільш розвиненою є емоційна обізнаність, як усвідомлення і розуміння своїх емоцій, 40% респондентів. Якості самомотивації, тобто управління своєю поведінкою за рахунок керування емоціями, розвинені у 20% респондентів. Розпізнавання емоцій інших людей,

що є вмінням впливати на емоційний стан людей, розвинено у 20% респондентів. Прояв емпатії як розуміння емоцій інших людей, вміння співпереживати поточному емоційному стану іншої людини, готовність надати підтримку, наявний 16,67% респондентів.

Однак, найменш розвиненою серед групи є шкала управління емоціями 3,33%. Тобто емоційна відхідливість, емоційна гнучкість, розумне керування своїми емоціями є на низькому рівні серед опитуваних групи.

Аналіз даних показав, що високий ступінь розвитку емоційного інтелекту в даній групі є у меншості, а це означає, що спеціальна програма, спрямована на розвиток емоційного інтелекту, як важливої складової іміджу здобувача вищої освіти, буде актуальна в даній групі. Низький і середній ступені вираженості інтегрального показника притаманні більшості здобувачів вищої освіти. Це говорить про те, що здобувачі вищої освіти мають уявлення про сферу почуттів, звертаються до неї, аналізують свій емоційний досвід. Однак, найбільші труднощі опитувані мають в управлінні емоціями. Ці дані були в подальшому використані в процесі підбору матеріалу для тренінгової програми.

3. За тестовою методикою транзакційного аналізу Е. Берна визначення співвідношень еґо-станів опитуваним було запропоновано 44 ствердження, які вони оцінювали знаком «+» згоден, або знаком «-» не згоден виходячи з їхньої поведінки у реальному житті. Тест не лімітований за часом. За результатами тесту було підраховано кількість відповідей «+» біля запитань, що формують наступні шкали: Батько Критикуючий (Бк), Батько Піклуючий (Бп), Дорослий (Д), Дитя Природне (Дп), Дитя Адаптоване (Да), Дитя Бунтовне (Дб), Маленький Професор (Мп). Найбільша можлива кількість балів за шкалою – 6, найменша – 0. За результатами вираженості шкал робиться висновок який еґо-стан (стани) є керуючими, провідними у рольовій поведінці опитуваного. В додатках до цієї роботи представлено еґограми по кожному респондентові (див. Додаток Г).

Відсотковий результат за методикою Е. Берна по групі бачимо в таблиці 2.5 (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Результати дослідження за методикою транзакційного аналізу
Е. Берна – визначення співвідношень его-станів (%)**

Рольова позиція	Кількість людей з керуючою позицією*	% від загальної кількості (30 осіб)
Батько Критикуючий (Бк)	0	0,00%
Батько Піклуючий (Бп)	9	30,00%
Дорослий (Д)	22	73,33%
Дитя Природне (Дп)	3	10,00%
Дитя Адаптоване (Да)	11	36,67%
Дитя Бунтовне (Дб)	0	0,00%
Маленький Професор (Мп)	7	23,33%

* У частини респондентів є більш ніж одна провідна рольова позиція

** Егограми по кожному респонденту надано в додатках (див. Додаток Г).

Таблиця 2.6

Результати дослідження за методикою транзакційного аналізу

Е. Берна – визначення співвідношень его-станів

Респондент №	Батько Критикуючий (Бк)	Батько Піклуючий (Бп)	Дорослий (Д)	Дитя Природне (Дп)	Дитя Адаптоване (Да)	Дитя Бунтовне (Дб)	Маленький Професор (Мп)
1	5	5	6	4	6	3	6
2	1	5	5	3	5	3	4
3	1	2	6	3	3	0	2
4	3	3	6	3	4	0	4
5	0	6	2	6	6	1	2
6	4	5	5	1	5	1	1
7	4	4	6	4	4	2	5
8	3	5	6	1	2	0	3
9	4	5	5	3	3	2	5
10	3	4	5	3	4	2	3
11	1	3	2	1	5	1	3
12	3	5	3	4	3	0	2
13	0	2	5	2	4	1	3
14	4	2	4	5	5	1	5
15	5	5	6	5	3	1	4
16	5	5	6	3	5	0	5
17	4	4	5	2	5	1	2
18	2	6	5	2	6	1	3
19	0	5	5	2	2	1	5
20	5	3	6	6	4	3	5
21	3	3	6	4	4	3	4
22	3	4	6	2	2	2	6
23	5	5	6	3	2	2	5
24	2	4	6	4	2	2	4
25	3	5	5	3	3	2	5
26	3	4	5	3	6	2	4
27	5	4	6	4	5	1	3
28	5	5	4	2	6	0	5
29	2	6	3	4	6	0	5
30	0	4	6	2	5	1	1

*Мінімальне значення за шкалою 0, Максимальне значення за шкалою 6.

Відсоткове представлення частоти зустрічі его-станів серед респондентів групи показано в табл. 2.5.

Найбільш поширеним серед респондентів виявлено керуючий его-стан Дорослий (22 особи). Дорослий є раціональним его-станом, втілює об'єктивність, логічність, організацію, приведення всього в систему, достовірність, опір на факти, свободу від забобонів, незалежність і компетентність. Дорослий адекватно обґрунтовує свій вибір і оцінює свою діяльність, встановлює причинно-наслідкові зв'язки, планує, здатний підбирати конструктивні стратегії їх вирішення. Дорослий діє виходячи з імовірності та альтернативи в поточній ситуації і приймає усвідомлене рішення, доцільне зараз. Дорослий контролює дії Батька і Дитя, будучи посередником між ними. У процесі спілкування з іншими людьми особистість знаходиться, як правило, в одному з трьох его-станів, який в даний момент активний. Однак можливо і поєднання двох або трьох его-станів, або, точніше перемішування одного стану з іншим. Его-стан Дорослий називають менеджером особистості. Его-стан «Дорослого» допомагає досягти великих успіхів у сфері бізнесу та управління.

Его-стан Дитя Адаптоване як провідний, або один з таких, виявлено у 11 осіб групи. Цей стан формується під впливом виховуючих дорослих, що обмежують природне самовираження дитини, вводять поведінку дитини в межі вимог соціуму. Пристосування Дитя Адаптованого до вимог зовнішнього світу може привести до втрати внутрішніх (достовірних) почуттів, обмежити зацікавленість, або до заміни власних почуттів і думок людини на ті, що очікуються соціумом. Це може бути повне прийняття батьківських установок, реалізація запропонованої поведінки, почуттів. Дана форма его-стану пов'язана з прагненням догоджати іншим, з почуттями страху, провини, сорому. Це може бути і замкненість, відчуження, що породжуються почуттями образи і досади. Часто Адаптована Дитина виправдовується, слухається, є безініціативною. Адаптована Дитина - той, хто з дитинства - «Хороший Хлопчик» або «Хороша Дівчинка». Їх девіз: «А хіба мені можна????!!!». У всіх своїх варіантах Адаптована Дитина функціонує у відповідь на вплив внутрішнього Батька. Рамки, що вносяться Батьком, є нав'язаними і нерідко заважають нормальному функціонуванню особистості. Адаптивна Дитина є запорукою професійної

успішності в сфері обслуговування, роботи з клієнтами. Даний его-стан є неодмінною умовою результативності праці офіціантів, барменів, продавців, перукарів, стюардес і т.д.

В цілому дитячий его-стан Я підпорядкований життєвому принципу почуттів. На поведінку в сьогоденні впливають почуття з дитинства. Дитяче Я також виконує свої, особливі функції, не властиві двом іншим станам особистості Дорослого і Батька. Дитина «відповідає» за творчість, оригінальність, скидання напруги, отримання приємних, іноді «гострих», необхідних певною мірою для нормальної життєдіяльності вражень. Крім того, Дитяче Я проявляється, коли людина не відчуває достатньо сил для самостійного вирішення проблеми: не здатна подолати труднощі або протистояти тиску іншої людини. Загалом дитячий стан Я підрозділяється на: Природне Дитя (спонтанні реакції типу радості, печалі і т.д.), Адаптоване дитя (приспосовується, прислужувати, боязкий, винуватий, що коливається і т.д.), Бунтівне Дитя.

Его-стан Батько Піклуючий є керуючим у 9 осіб групи. Батько – наш внутрішній коментатор і оцінювач. Его-стан Батька Піклуючого виховується в нас людьми проявом турботи, доброти, заступництва, вихованням за типом рекомендацій.

Піклуючий Батько допомагає, співчуває, розуміє, втішає, підтримує, надихає, хвалить захищає, опікується і турбується про інших, підтримує і заспокоює оточуючих («Не треба хвилюватися»), втішає і підбадьорює їх. Але у будь-яких своїх формах Батько передбачає позицію зверху: і Контролюючий, і Піклуючий Батько вимагають від іншої людини бути Дитиною, бути керованим. Его-стан Батька Піклуючого має високу значимість в сфері медико-соціальної та психолого-педагогічної діяльності.

В цілому Батьківське Я, що складається з правил поведінки, норм, дозволяє особистості успішно орієнтуватися в стандартних ситуаціях, «запускає» корисні, перевірені стереотипи поведінки, звільняючи свідомість від завантаженості простими, звичайними завданнями. Крім того, Батьківське Я

забезпечує з великою ймовірністю успіху поведінку в ситуаціях дефіциту часу на роздуми, аналіз, почерговий розгляд можливостей поведінки.

Маленький Професор виявлено серед поряд з іншими керуючими станами у 7 осіб. Маленький Професор гостро відчуває і добре розуміє відтінки відносин між людьми. Маленький Професор зауважує те, чого не вловлює Дорослий. Проте, в питаннях, які не стосуються психологічних тонкощів спілкування, він має в своєму розпорядженні лише обмежену інформацію. Його можна порівняти з кмітливим селянином, який ніколи не втратить свого, ведучи справи у себе в селі, але, потрапивши до великого міста, виявляється є некомпетентним щодо більш складних ситуацій спілкування, які вимагають володіння інформацією, недоступною йому. Стан Маленького Професора зазвичай не є відокремленим, а зустрічається вкупі з іншим станом Батька або Дорослого.

Его-стан Дитя Природне виявлено у 3 респондентів. Це стан спонтанний, творчий, грайливий і незалежний. Він емоційний, норавливий, вимагає уваги і турботи. Для нього характерні природність самовираження, імпульсивність, пошук пригод, переживань, ризику, легке розслаблення. Дитя Природне вміє любити, жартувати і радіти життю отримувати задоволення і відпочивати. У нього є здатність до творчого мислення, спонтанність і інші інстинктивні якості, які ми при вихованні змушені обмежувати або зовсім придушувати. Особлива характеристика цієї форми Дитини - інтуїція і мистецтво маніпулювання іншими людьми. Его-стан Природної Дитини є найбільш творчим.

Его-стани Батька Критикуючого, Дитя Бунтовного не виявлено, 0 осіб.

Результати за трьома методиками зведено в таблицю 2.7 (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Результати дослідження за методиками по групі

Респондент	Рівень IQ	Рівень EQ	Інтегративний EQ	Рольова позиція за Берном, 1 місце*	Рольова позиція за Берном, 2 місце*	Рольова позиція за Берном, 3 місце*
1	низький	низький	38	Д, Да, Мп	Бк, Бп	Дп
2	нижче середнього	низький	34	—	Бп, Д, Да	Мп
3	нижче середнього	низький	28	Д	—	—
4	вище середнього	низький	41	Д	—	Да, Мп
5	середній	низький	37	Бп, Дп, Да	—	—
6	низький	низький	25	—	Бп, Д, Да	Бк
7	середній	середній	48	Д	Мп	Бк, Бп, Дп, Да
8	нижче середнього	низький	18	Д	Бп	—
9	середній	середній	40	—	Бп, Д, Мп	Бк
10	вище середнього	середній	62	—	Д	Бп, Да
11	низький	низький	11	—	Да	—
12	середній	низький	31	—	Бп	Дп
13	низький	низький	38	—	Д	Да
14	низький	низький	29	—	Дп, Да, Мп	Бк, Д
15	нижче середнього	середній	46	Д	Бк, Бп, Дп	Мп
16	низький	середній	58	Д	Бк, Бп, Да, Мп	—
17	низький	низький	12	—	Д, Да	Бк, Бп
18	нижче середнього	середній	60	Бп, Да	Д	—
19	низький	низький	-6	—	Бп, Д, Мп	—
20	низький	середній	47	Д, Дп	Бк, Мп	Да
21	нижче середнього	середній	52	Д	—	Дп, Да, Мп
22	низький	середній	61	Д, Мп	—	Бп
23	нижче середнього	високий	74	Д	Бк, Бп, Мп	—
24	низький	середній	47	Д	—	Бп, Дп, Мп
25	низький	середній	57	—	Бп, Д, Мп	—
26	середній	низький	11	Да	Д	Бп, Мп
27	вище середнього	середній	46	Д	Бк, Да	Бп, Дп
28	нижче середнього	низький	36	Да	Бк, Бп, Мп	Д
29	середній	низький	30	Бп, Да	Мп	Дп
30	середній	низький	23	Д	Да	Бп

* У деяких респондентів зустрічається більш ніж одна провідна рольова позиція

З метою порівняння вибірових величин рівня інтегративного емоційного інтелекту, вирішення питання статистичної відмінності від середніх абсолютних значень за шкалою, та визначення значимості отриманих даних необхідно розрахувати коефіцієнт Ст'юдента.

Отримано наступні значення при автоматичному розрахунку t-критерія Ст'юдента при порівнянні значень показника інтегративного емоційного

інтелекту EQ, визначеного при використанні методики Н.Холла з абсолютним значенням кожного з рівней (низького = 25, середнього = 54, високого = 84) у випробуваних експериментальної групи (див. табл. 2.8):

Таблиця 2.8

Розрахунок t-критерія Ст'юдента інтегративний показник емоційного інтелекту

№	Виборки		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	В.1	В.2	В.1	В.2	В.1	В.2
1	38	25	0.2	-14.53	0.04	211.1209
2	34	25	-3.8	-14.53	14.44	211.1209
3	28	25	-9.8	-14.53	96.04	211.1209
4	41	54	3.2	14.47	10.24	209.3809
5	37	25	-0.8	-14.53	0.64	211.1209
6	25	25	-12.8	-14.53	163.84	211.1209
7	48	54	10.2	14.47	104.04	209.3809
8	18	25	-19.8	-14.53	392.04	211.1209
9	40	54	2.2	14.47	4.84	209.3809
10	62	54	24.2	14.47	585.64	209.3809
11	11	25	-26.8	-14.53	718.24	211.1209
12	31	25	-6.8	-14.53	46.24	211.1209
13	38	25	0.2	-14.53	0.04	211.1209
14	29	25	-8.8	-14.53	77.44	211.1209
15	46	54	8.2	14.47	67.24	209.3809
16	58	54	20.2	14.47	408.04	209.3809
17	12	25	-25.8	-14.53	665.64	211.1209

Продовж. табл. 2.8

18	60	54	22.2	14.47	492.84	209.3809
19	-6	25	-43.8	-14.53	1918.44	211.1209
20	47	54	9.2	14.47	84.64	209.3809

21	52	54	14.2	14.47	201.64	209.3809
22	61	54	23.2	14.47	538.24	209.3809
23	74	84	36.2	44.47	1310.44	1977.581
24	47	54	9.2	14.47	84.64	209.3809
25	57	54	19.2	14.47	368.64	209.3809
26	11	25	-26.8	-14.53	718.24	211.1209
27	46	54	8.2	14.47	67.24	209.3809
28	36	25	-1.8	-14.53	3.24	211.1209
29	30	25	-7.8	-14.53	60.84	211.1209
30	23	25	-14.8	-14.53	219.04	211.1209
Суми:	1134	1186	0	0.1	9422.8	8077.467
Середнє:	37.8	39.53				

Результат: $t_{\text{Емп}} = 0.4$

Таблиця 2.9

Критичні значення розрахунку t-критерія Ст'юдента

$t_{\text{кр}}$	
$p \leq 0.05$	$p \leq 0.01$
2	2.66

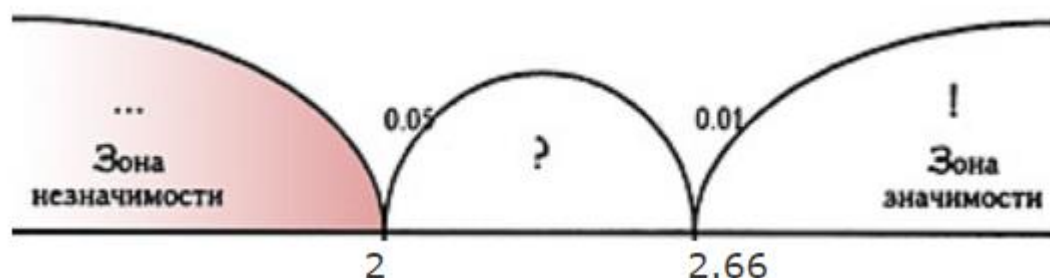


Рис. 2.4. Вісь значимості розрахунку t-критерія Ст'юдента за результатами методики Н. Холла оцінки емоційного інтелекту

Надана статистична обробка отриманих даних та вираховане емпіричне значення показнику t-критерія Ст'юдента ($t_{\text{Емп}} = 0.4$) показали, що для подальшої роботи з формування іміджу здобувача вищої освіти треба розробити корекційну програму – соціально-психологічний тренінг. Оскільки показники емоційного інтелекту (емпатія, розпізнавання емоцій, самомотивація, володіння емоціями, емоційна обізнаність) є вагомими компонентами формування іміджу здобувача вищої освіти, треба підібрати спеціальні вправи з тренування складових емоційного інтелекту, для того, щоб відбулися зміни індикаторів емоційного інтелекту у бік підвищення. Серед наявної вибірки із 30 осіб студентів лише одна людина має високий показник інтегративного емоційного інтелекту. Переважна більшість має низький (17 осіб) та середній (12 осіб) рівні. Тому тренінгові вправи потрібно підбирати зважаючи на результат більшості здобувачів вищої освіти.

Кожен з респондентів групи, хто отримав низький та середній результати оцінки емоційного інтелекту за методикою Н. Холла проявив інтерес до програми тренінгу подальшого розвитку EQ. Таким чином, отримані дані статистичної обробки допомогли ефективно відібрати вправи для проведення експерименту з формування іміджу здобувача вищої освіти у Розділі 3.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

На базі теоретичного розгляду психології іміджу здобувача вищої освіти серед складових характеристик образу було обрано три, які були досліджені в даній роботі – когнітивна, емоційна і рольова складові.

Проведено опитування здобувачів вищої освіти на предмет визначення рівня інтелектуальних здібностей, показників емоційного інтелекту та керуючих соціальних ролей особистості за транзактним аналізом. На підставі результатів тестування зроблено психологічний та статистичний аналіз отриманих даних.

Високий IQ не гарантує успішного іміджу особистості. Люди з високим IQ не обов'язково приймають правильні рішення та досягають успіху в житті. Проте когнітивна складова є вагомим інтегративним показником Соціального інтелекту. «Соціальний інтелект» як особлива інтелектуальна здатність, що визначає успіх спілкування та соціальної адаптації, є поєднанням IQ та потреби в спілкуванні.

Соціальна рольова позиція в комунікації відіграє важливу роль разом із соціальним та емоційним інтелектом.

- кожен дорослий колись був дитиною і ця дитина досі живе в ньому (стан Дитя);
- кожна людина з нормально розвиненим мозком здатна до оцінки реальності та прийняття адекватних рішень (стан Дорослий);
- у кожного індивіда були батьки або інші значущі дорослі. Батьківський початок в особистості проявлений станом Батько.

За методикою КОТ дослідження IQ виявлено, що більшість респондентів мають низький та нижче середнього рівень IQ. Найбільше ускладнень викликали завдання на обчислення, рівняння, логіку тощо. Декілька осіб виявили середній та вище середнього рівень IQ. Здебільшого бали були набрані за рахунок лінгвістичних завдань, широкої обізнаності, гнучкості мислення. Осіб з високим рівнем IQ виявлено не було. Люди з низьким IQ важко переживають зміну концепцій, мають труднощі в обробці інформації та

застосуванні логіки. Це переважно конфліктуючі особистості, які у зворотному зв'язку бачать більше загрозу ніж можливість розвитку. Люди з низьким рівнем IQ не вміють правильно оцінювати свої емоції і не знають, де треба зупинитися в комунікації.

Дослідження за методикою Н. Холла оцінки емоційного інтелекту EQ показало, що переважна більшість мають низький рівень EQ – 56,67% осіб. Середній рівень EQ у 40,00%, високий рівень EQ - 3,33%. Люди з низьким рівнем EQ в комунікації не признають свою неправоту та не вибачаються за свої помилки, винуватять в промахах інших або обставини. У соціальних конфліктах вони не чітко сприймають мову тіла і погано розуміють сигнали опонента; їх спілкування неефективне, їм важко збагнути, що і чому роблять інші, як з цим поводитись. Людям з низьким EQ властива емоційна «глухота», нездатність розуміти емоції інших. За шкалами емоційності найменш розвиненими є управління емоціями та емпатія. Кінцевим продуктом емоційного інтелекту є прийняття рішень у взаємодії. Чим вище показник EQ, тим більш ефективними є прийняті рішення, отже і імідж особистості.

Діагностика емоційного інтелекту не єдина психологічна оцінка іміджу особистості. За методикою транзакційного аналізу Е. Берна найбільш поширеним его-станом виявлено Дорослого (22 особи із 30). У деяких опитуваних цей стан на першому місці окремо, у інших поділяв першість одночасно з іншими станами. Дорослий є раціональним его-станом, що поєднує об'єктивність, логічність, опір на факти, є компетентним, Дорослий приймає доцільне рішення, є посередником між Батьком та Дитиною.

Его-стан Дитя Адаптоване як провідний, або один з таких, виявлено у 11 осіб. Пристосування Дитя Адаптованого до вимог зовнішнього світу може привести до втрати внутрішніх почуттів, обмежити зацікавленість, до заміни власних прагнень на очікувані соціумом. Цей его-стан пов'язаний з прагненням догоджати, з почуттями страху, провини. Нерідко Адаптована Дитина є безініціативною, функціонує «правильно» у відповідь на вплив внутрішнього

Батька. Проте рамки, що «зводяться» Батьком, є нав'язаними і заважають природному функціонуванню Дитини.

В цілому дитячий стан Я живе за принципом «Хочу!». Саме Дитяче Я є творчим, креативним, прагне до отримання приємних та «гострих», вражень, може вчинити і бунт. Людина впадає в Дитячий стан коли не відчуває в собі достатньо сил для самостійного вирішення проблеми. Різновиди дитячого стану Я: Адаптоване дитя (реакції пристосування), Природне Дитя (спонтанні реакції, грайливість та незалежність, прагнення до своїх почуттів – 3 респонденти), Бунтівне Дитя (не виявлено).

Его-стан Батько Піклуючий є керуючим у 9 осіб групи. Батько проявляє турботу, виховує на прикладі, рекомендує. Піклуючий Батько співчуває, надихає, хвалить захищає, Але Батько – це позиція зверху, що вимагає від опонента бути керованим (Дитиною). В цілому Батьківське Я дозволяє носію успішно орієнтуватися в стандартних ситуаціях, забезпечує імідж успішності в поведінці, в ситуаціях дефіциту часу на аналіз.

Его-Стан Маленького Професора як поєднання Дорослого та Природної Дитини виявлено у 7 осіб. Професор розуміє відтінки відносин між людьми, бачить те, чого не вловлює Дорослий. Проте, в питаннях компетентності за межами психологічних тонкощів, він має обмежену інформацію. Це «кмітлива Дитина», що вирішає питання на рівні свого досвіду граючи.

Переважно низький когнітивний інтелект IQ в поєднанні з низьким емоційним інтелектом EQ підводять до висновку, що опитані респонденти – переважно конфліктні особистості, мають певні труднощі у комунікації з однолітками, викладачами, суспільством, важко сприймають іншу точку зору.

Серед наявної вибірки респонденти, які мають середній інтегративний рівень EQ та рольову позицію Дорослого, як керуючу, або одну з керуючих, можуть вважатись більш привабливими з точки зору іміджу, комунікативної ефективності. Незважаючи на те, що когнітивний інтелект IQ залишається низьким або нижче середнього при цьому. Позиція Дорослого означає прийняття оптимальних, доречних виборів у ситуації взаємодії. Це позиція

спілкування на рівних, де нема авторитарності або залежності. Дорослий балансує між вказівками Батька та емоціями Дитини, знаходячи доречний вихід, логічний підсумок. Респонденти з середнім EQ порівняно з відповідачами з низьким EQ мають більші показники за шкалами емоцій, тобто краще розуміються на емоціях інших, доречності тієї чи іншої комунікативної інтервенції, проявляють емпатію глибше. Опонент Дорослого з оптимальним EQ відчуває себе зрозумілим, поважним, суттєвим.

Результати, отримані в даному дослідженні говорять про те, що зв'язок між рівнем емоційного інтелекту, соціального інтелекту та іміджем особистості здобувача вищої освіти існує. Особи з керуючими его-станами Дорослого мають оптимальні властивості в комунікації та здатність до взаємодії. Опитувані з низьким рівнем IQ та EQ мають більше труднощів у спілкуванні та вирішенні життєвих ситуацій.

Таким чином за даними констатувального експерименту підтверджено, що емоційний інтелект та соціальний інтелект є складовими іміджу особистості та засобами розвитку іміджу.

РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

3.1. Методологічні засади розробки заходів по формуванню іміджу здобувача вищої освіти

Визнання соціальної природи «іміджу» згідно Д. Горбаткіну, відділяє дане поняття від поняття «образ» і зближує з поняттям «соціальне уявлення» [23]. У своєму дисертаційному дослідженні автор застосовує теорії соціальних уявлень до аналізу іміджу. Дійсно, існує ряд аспектів, які зближують сутність соціальних уявлень і іміджу. По-перше, імідж, так само, як і соціальні уявлення, носить колективний характер, є феноменом масової, а не індивідуальної свідомості. По-друге, імідж, як і соціальні уявлення, має комунікативну природу, виникає в процесі спілкування, емоційної взаємодії. По-третє, імідж динамічний: відповідно до змін в самому носії або в груповій свідомості, його атрибути перетворюються, видозмінюються. По-четверте, і імідж, і соціальне уявлення направляють, регулюють поведінку індивідів. З точки зору Д. Горбаткіна, положення теорії соціальних уявлень можуть бути використані для пояснення механізмів формування іміджу.

Принциповою відмінністю іміджу від соціального подання є мотивація до їх конструювання. Як зазначає Г. Андрєєва, «соціальні уявлення народжуються в повсякденному мисленні з метою осмислити й інтерпретувати навколишню людині соціальну реальність» [2, с. 207]. Що стосується іміджу з точки зору Е. Перелигіної, «... робота по створенню або перетворення іміджу інспірується бажанням створити такий образ, який буде сприяти суб'єкту-прообразу в досягненні успіху, при тому, що успіх розуміється широко – і як досягнення соціально значущих цілей, і як дозвіл внутрішніх індивідуально-психологічних проблем» [11, с. 49].

Як справедливо вказує Т. Бистрова, «імідж – це наслідок соціальності людини і, не вичерпуючи людську природу, пов'язаний з його соціальною

роллю. У ньому з необхідністю повинна бути досягнута органічна єдність індивідуального і суспільного: усвідомити і показати себе серед інших ... Імідж виражає прагнення людини вступити в контакт з оточуючими і зробити на них певне враження» [15].

Існує зв'язок між виразністю емоційного інтелекту і успішним іміджем комунікатора в переговорах, а також зв'язок між емоційним інтелектом учасників комунікації і ефективністю переговорного процесу в цілому [82, с. 374].

Було проведено дослідження успішності переговорного процесу та ефективного іміджу переговорників, при цьому пари учасників переговорів формувалися на основі рівня емоційного інтелекту: 1) все в парі з EQ вище середнього; 2) все в парі з EQ нижче середнього; 3) один з пари з EQ вище середнього, а інший - з EQ нижче середнього. Індивідуальна успішність учасників і загальна ефективність переговорів оцінювалася за допомогою рольової гри-тренінгу. У цій грі умовні ситуації створюють конфлікт інтересів і обумовлюють взаємозалежність учасників [82, С.375]. По закінченню тренінгу у кожного переговорника накопичилися кількісні показники, які порівняли як між партнерами по переговорах, так і з показниками інших пар переговорників.

Між емоційним інтелектом і успішним іміджем переговорника виявлений зв'язок: чим вище рівень емоційного інтелекту переговорника, тим вище ймовірність позитивного іміджу, досягнення успіху в розмовній комунікації. Високий емоційний інтелект говорить про добре розвинену здатність сприймати і ідентифікувати емоції партнера. Також, високий емоційний інтелект означає високий рівень управління своїми емоціями. Парламентер з високим EQ з легкістю стримує свої негативні почуття і показує позитивні емоції, маючи в своєму розпорядженні партнера до себе і зміцнюючи свій імідж. Однак, ефективними будуть ті переговори, обидва партнери в яких мають високий емоційний інтелект. Важливу роль тут мають розуміння емоцій.

Ефективність іміджу залежить від багатьох факторів, серед яких значне місце належить вмінню вирішувати конфлікти. Досвід вирішення професійних і

соціальних конфліктів веде до гармонійного розвитку особистості, фахівця, а також до подальшої успішної соціалізації в малій групі і суспільстві в цілому.

Важливість емоційної сторони конфлікту відзначається багатьма вченими. Серед особистісних рис, що сприяють виникненню конфліктів, виділяють недостатньо розвинену емпатію (А. Анцупов, А. Шипілов); алогічність, необгрунтовано сильні емоції (А. Зайцев); тяжіння до драматизації (Н. Гришина).

Серед чинників розв'язання конфліктів виділяються: усвідомлення емоцій (М. Кашапов), управління емоціями (С. Емел'янов, Н. Каримова), придушення негативних емоцій (А. Анцупов, В. Курбатов).

Таким чином, емоційний компонент особистості безпосередньо бере участь у виникненні, протіканні та вирішенні конфліктів.

В результаті проведеного Р. Jordan, А. Troth дослідження було встановлено, що індивіди з високим рівнем емоційного інтелекту вибирають в конфліктах стратегію співпраці та прийняття спільних рішень [92].

У групі з високим рівнем емоційного інтелекту, в порівнянні з групою з низьким рівнем EQ, були виявлені в півтора рази вище показники суб'єктивної оцінки конфліктності ситуації, в два рази рідше зустрічаються реакції самозвинувачення і в два рази частіше – реакції дозвольного типу.

Володіння емоціями пов'язано з проблемою самоконтролю. Адекватна емоційна експресія є важливим чинником підтримки фізичного і психічного здоров'я. Стимування емоцій сприяє виникненню різних захворювань. У той же час безконтрольність емоційної експресії ускладнює міжособистісне спілкування. Проблеми в сфері контролю емоційної експресії несприятливі не тільки для суб'єкта, але і для його найближчого оточення.

Ступінь емоційної експресивності впливає на якість міжособистісних відносин в студентській групі. Так, надмірна стриманість призводить до того, що імідж особистості сприймається як холодний, байдужий, зарозумілий, викликає в оточуючих подив або неприязнь.

Причини труднощів емоційної експресії: люди не засвоїли прийнятих в суспільстві форм вираження; боязнь видати почуття, страх втрати самоконтролю або бути відкинутим, осміяним групою; засвоєння норм поведінки, які панують в родині [5, с. 24].

Основою емпатії вважають дзеркальну нейронну систему. Дзеркальні нейрони – нервові клітини головного мозку, які збуджуються при виконанні певної дії, або при спостереженні за виконанням цієї дії іншими. Дзеркальні нейрони реагують тільки на навмисну активність, з передбачуваною послідовністю дій і певною метою. Якщо відбувається вчинок, який може бути передбачений з минулого досвіду, дзеркальні нейрони спостерігача «вираховують» намір до його здійснення особистістю. Це примітивне пояснення того, чому у нас раптом прокидається жага, коли поруч щось п'ють, або чому нападає позіхання, коли хтось позіхає. Внутрішні карти, створені дзеркальними нейронами, працюють автоматично: вони не вимагають зусилля з нашого боку. З самого народження людина виявляє послідовність дій і виробляє в мозку карти внутрішнього стану або намірів інших людей.

Люди здатні дзеркально відображати не лише поведінкові наміри інших людей, але і їх емоційний стан, вступаючи в резонанс з їхніми почуттями.

У процесі розвитку особистості, якщо поведінкові патерни батьків, були однозначними, то, знаючи, що станеться далі, діти спокійно наносять цю послідовність дій на свою карту. Якщо ж поведінка батьків важко зчитувалася, нейронні шляхи створюють спотворені картки, не стійкі.

Здатність відчувати стан іншої людини залежить від того, наскільки добре ми знаємо власний стан. Це допомагає зрозуміти з точки зору анатомії, чому люди, які добре відчують своє тіло, більш здатні до емпатії.

Свідомість, що відкривається нам в процесі дорослішання, – це внутрішній стан того, хто піклується про нас. Ми посягаємо себе через своє відображення в інших.

Респондент пізнає свою свідомість через взаємодію з іншими. Сприйняття дзеркальних нейронів відбувається миттєво, і часто не усвідомлено.

Підвищення рівня чутливості до власних тілесних відчуттів може допомагати визначати емоційний стан інших [84].

Найістотнішим у групових методах психокорекції є орієнтація на широке використання навчального ефекту групового впливу, реалізація принципу активності суб'єкта в процесі дослідження себе та інших [62].

Отже, розуміння емоцій інших людей і управління емоціями сприяють формування успішного іміджу здобувача вищої освіти в середовищі взаємодії. Здобувачам вищої освіти з високим рівнем емоційного інтелекту не властиві реакції самовиправдання, докорів сумління, почуття власної провини. У порівнянні зі здобувачами вищої освіти з низьким рівнем емоційного інтелекту, здобувачі вищої освіти з високим EQ частіше використовують дозвільні стратегії поведінки у важких ситуаціях комунікації. Таким чином, можна зробити висновок про значну роль емоційного інтелекту в формуванні іміджу одержувача вищої освіти.

Тренінг, як коригувальна програма емоційного інтелекту в цілому та його частин – розпізнавання емоцій інших, підвищення рівня емпатії, управління емоціями, показано респондентам з низьким рівнем емоційного інтелекту. Тренінг має на меті зміцнення комунікативних навичок, а також ефективно реагування в напружених ситуаціях. Перевага психологічного тренінгу полягає ще і в цілеспрямованому використанні групової динаміки, тобто всієї сукупності стосунків та взаємодій, що виникають між учасниками групи з метою навчання та психокорекції [62].

3.2. Програма соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти

Мета програми: формування іміджу здобувача вищої освіти.

Цільова аудиторія: здобувачі вищої освіти віком від 18 до 20 років.

Тривалість реалізації: програма включає в себе 8 занять по 60-70 хвилин і розрахована на 2 місяці по одному заняттю на тиждень. Тренінгова програма зумовлює повторення та закріплення отриманих знань та навичок через деякий час після первісної реалізації. Повторення можливе у групі з іншим складом учасників, але головне щоб кожен здобувач вищої освіти відпрацював отримані навички в аудиторії.

Завдання:

1. Формування ефективних навичок розпізнавання емоцій та підвищення загального рівня емоційного інтелекту у здобувача вищої освіти
2. Формування уявлення про залежність загального іміджу здобувача вищої освіти від рівня емоційного інтелекту, соціальної ролі в поведінці.
3. Формування навичок ефективного розпізнавання емоцій та релевантної поведінки .
4. Розвиток навичок емпатії та групової взаємодії.

Очікувані результати:

1. Учасники мають уявлення про імідж, засади формування іміджу і засоби підвищення емоційного інтелекту.
2. Здобувачі вищої освіти мають навички ефективною, безконфліктною поведінки в групі.
3. Здобувачі вищої освіти вміють взаємодіяти в групі, проявляти емпатію, встановлювати контакти з іншими людьми.

Структура занять: кожен тренінг має структуру, цілі, завдання та включає в себе різні форми групової роботи і різні види вправ:

вправи, які спрямовані на створення сприятливої та доброзичливої атмосфери і на зняття напруги через розпізнавання емоцій співбесідника;

вправи, спрямовані на розвиток здатності до емпатії, аналізу ситуації і подальше формування іміджу у взаємодії;

рефлексія, підведення підсумків заняття.

План тренінгових занять.

Заняття 1

Мета: формування уявлень про формування іміджу враховуючи емоційний інтелект індивіда.

Завдання:

1. Формувати ціннісне ставлення до емоційного інтелекту особистості.
2. Розвивати навички роботи в групі.
3. Формувати навички емоційного зближення.

1 етап. Привітання. Знайомство. (15 хвилин)

Мета: створити сприятливу атмосферу поміж учасників.

Сідаємо в коло. Задумайтесь над тим, що в вас, у вашому характері є найважливішим, істотним. Спробуйте знайти цьому коротку форму вираження, наприклад: "Лід і полум'я", "Тиха, сумна, мовчазна ..." і т.д. По черзі, починайте представлятися групі. Спочатку назвіть своє ім'я, а потім скажіть кілька слів про себе однією фразою, можна у віршах або з метафорою. Обговоріть, чиї уявлення справили найбільше враження.

Після знайомства тренер озвучує правила поведінки в тренінгу.

Вправа "Комплімент"

Мета: формування емоційного прогріву в групі.

Інструкція: Кожен учасник повинен зробити комплімент сусідові зліва без слів, використовуючи тільки жести. Після чого «одержувач» повинен відповісти словами: «Який комплімент йому зробили?»

2 етап. Теорія. (15 хвилин)

Лекція на тему «Що таке емоції і почуття? (див. Додаток Д)

3 етап. Безпосередня взаємодія (25 хв).

Вправа «Уміння вести розмову»

Мета: зняття напруги, яка виникає при вступі в розмову; розвиток навичок емпатії.

Інструкція: група ділиться на пари. На 1 етапі вправи один виступає в ролі журналіста і задає відкриті питання іншому, другий в свою відповідь включає будь-яку інформацію про себе. (наприклад: «Де ти живеш?» «Я живу на 5

поверсі в новому гуртожитку нашого студентського містечка, а зі мною в кімнаті живуть двоє здобувачів вищої освіти з іншого факультету». Кожен з учасників залишається в своїй ролі в перебігу 5-7 хвилин). На 2 етапі, один з учасників в кожній парі починає розмову з того, що розповідає яку-небудь історію про себе, якийсь факт з життя його сім'ї або про свій особистий досвід. Завдання другого якомога довше підтримувати розмову.

Між цими етапами вправи необхідно передбачити час на те, щоб учасники могли дати зворотний зв'язок і поділитися своїми враженнями і труднощами, які виникали в процесі виконання завдання.

Вправа «Асоціації»

Мета: підвищення впевненості в собі; розвиток самосвідомості; усвідомлення власних емоцій, думок, переживань і стану.

Інструкція: учасникам пропонується послухати спеціально підібрані музичні уривки, а потім кожен розповідає про те, які емоції, асоціації та думки виникали в процесі прослуховування.

Вправа «Дивимось уважно»

Мета: визначення меж власного емоційного поля.

Інструкція: група розбивається в пари (краще з малознайомими учасниками). Уважно дивіться один на одного, нічого не говоріть, до тих пір, поки тренер не скаже «стоп». (5 хв.). Звертайте увагу на свої думки, почуття, емоції.

Після вправи учасникам задаються питання:

- Які почуття (емоції) у вас виникали в ході вправи?
- З якої причини виникав сміх, посмішка, збентеження і т.д. (Якщо виникали)
- Які думки приходили до вас в голову під час виконання вправи? (значуще питання)

Найбільш широке емоційне поле діагностується у тих, у кого будуть виникати думки не тільки з приводу свого партнера по вправі а й усього того, що відбувається в групі.

4 етап. Рефлексія, підведення підсумків. (5 хв)

Заняття 2

Мета: формування комунікативних навичок як одного з показників емоційного інтелекту та іміджу.

Завдання:

1. Розвиток навичок невербального спілкування.
2. Розвиток здібностей зняття напруги в комунікації.
3. Розвиток навичок групової взаємодії та емпатії.

1 етап. Привітання. (5-7 хвилин)

Кожен учасник розповідає про хороші події за минулий тиждень коротко.

2 етап. Теорія (10 хв.). Лекція на тему «Невербальні складові іміджу» (див. Додаток Ж).

3 етап. Взаємодія. (40 хв)

Вправа «Скло»

Мета: формування взаєморозуміння партнерів по спілкуванню на невербальному рівні.

Інструкція: Один з учасників записує текст (2-3 речення) на папір. І начебто через скло невербально передає іншим учасникам зміст, т. е. мімікою і жестами, а інші розповідають те, що зрозуміли з оповідання. Ступінь збігу вгаданого і записаного тексту свідчить про рівень уміння встановлювати контакт.

Вправа "Карусель"

Мета: формування навичок реагування при контакті. Розвиток емпатії і рефлексії в процесі комунікації.

Інструкція. У вправі здійснюється серія зустрічей, причому кожного разу з новою людиною. Завдання: увійти в контакт, підтримати розмову, попрощатися.

Члени групи встають за принципом "каруселі", обличчям один до одного і утворюють два кола: внутрішній нерухомий і зовнішній рухливий

Приклади ситуацій:

* Перед вами людина, яку ви добре знаєте, але досить довго не бачили. Ви раді цій зустрічі ...

* Перед вами незнайомий чоловік. Зустріться з ним ...

* Перед вами маленька дитина, він чогось злякався. Підійдіть та заспокойте його.

* Після тривалої розлуки ви зустрічаєте коханого (кохану), ви дуже раді зустрічі ...

Час на встановлення контакту і проведення бесіди 2-3 хвилини. Потім ведучий дає сигнал і учасники тренінгу зсуваються до наступного учасника.

Вправа «Політ»

Мета: формування навичок релаксації.

Інструкція: Встаньте прямо, опустивши руки вздовж тулуба, закрийте очі. Подумки зосередьтеся на своїх руках і «змушуйте» їх підніматися вгору без найменшого напруження. Уявіть, що ви летите. Повільно «приземляйтеся», поступово опускаючи руки вниз. Відчуйте повне розслаблення. Відкрийте очі.

4 етап. Рефлексія. (5-7 хв)

Заняття 3

Мета: формування ціннісного ставлення до життя, вміння помічати важливе.

Завдання:

1. Усвідомлення учасниками своїх переваг і позитивних якостей в комунікації.

2. Формувати здібності бачити позитивні сторони різних ситуацій.

3. Формування адекватної самооцінки.

1 етап. Привітання з побажання. (10 хвилин)

Кожен учасник висловлює наступному побажання на сьогоднішній день. Побажання має бути коротким - бажано в одне-два слова. Ви передаєте м'яч тому, до кого звертаєтесь і одночасно говорите.

2 етап. Взаємодія. (40 хвилин)

Вправа «Зустріч»

Мета: розуміння власної індивідуальності і саморозвитку.

Інструкція: Уявіть, що ви зараз в своєму будинку, в тій кімнаті, де ви зазвичай відпочиваєте, де вам завжди особливо добре і затишно. Розслабтеся і відчуйте, як вам спокійно. А тепер уявіть, що призначена дуже серйозна зустріч. Ви призначили її давно і багато від неї очікуєте. Отже, ви встаєте і збираєтеся, підходите до дверей, відкриваєте і виходите з дому. Сьогодні на вулиці дуже соняшно, співають пташки. До вас на зустріч приходить людина, яка дуже схожа на вас. Ваша зустріч – з нею, вона – це і є ви, але інша – ідеальна, вона більш досконала, розумніша, спокійніша, впевненіша в собі. Зустрінута людина - це ваш ідеальний образ. Підійдіть до неї ближче, подивіться на неї уважно. Як вона говорить? Що вона говорить? Які жести використовує? Як одягнена? Щоб ви хотіли зараз у неї запитати найбільше? Задайте це питання і постарайтеся почути відповідь. А тепер – розвертайтеся і повертайтеся до будинку. Ваша зустріч відбулася. Після виконання завдання – обговорення в групі.

Вправа «Підводний човен»

Мета: формування якостей реагування у ситуаціях.

Інструкція: Тренер розповідає історію, як всі учасники тренінгу пливуть на підводному човні, але несподівано човен починає тонути і лягає на дно океану. Є рятувальні жилети, але вистачить їх тільки на 3-х чоловік. Команда повинна вибрати тих, хто повинен врятуватися. Повітря закінчиться через 20 хвилин. Починається відлік часу. після виконання вправи обговорення результатів, учасники повинні розповісти, які емоції і труднощі вони відчували.

3 етап. Рефлексія. (10 хв)

Заняття 4

Мета: формування навичок розпізнавання емоційних компонентів іміджу.

Завдання:

1. Розвиток комунікативних здібностей у груповій взаємодії.
2. Формування здатності бачити емоції у різних ситуаціях.
3. Формування адекватного реагування.

1 етап. Привітання. (5-7 хвилин)

Кожен учасник розповідає у чому йому або їй пощастило у житті.

2 етап. Взаємодія. (50 хвилин)

Вправа-гра «Метафора» (зобразити імідж)

Мета: формування установки на взаєморозуміння і розпізнавання невербальних компонентів спілкування; оволодіння практичними навичками висловлювання і прийняття зворотних зв'язків.

Учасник виходить в центр кола і стає в будь-якій прийнятній для нього позі, з будь-яким зручним виразом обличчя, маючи можливість змінювати міміку і позу в міру необхідності.

Завдання: який образ народжується при погляді на цю людину? яку картину можна було б домалювати до цього образу? які люди можуть його оточувати? який інтер'єр або пейзаж становить фон цієї картини? які часи все це нагадує?

Ділитися своїми творчими ідеями з цього приводу може кожен учасник окремо або створюючи образ всією групою. Через центр кола повинні пройти всі члени групи.

3 етап. Рефлексія. (10 хв)

Заняття 5

Мета: формування здібностей вибрати ефективні методи поведінки в ситуації.

Завдання:

1. Формування уявлення про способи профілактики стресу.
2. Розвиток навичок зняття напруги.
3. Формування навичок поведінки.

1 етап. Привітання-розминка. (10 хвилин)

Ми схожі? Учасник говорить сусідові, що сидить праворуч, а потім сусідові, що сидить зліва 2 фрази, що починаються зі слів:

- Ти схожий на мене тим, що ...
- Я відрізняюся від тебе тим, що ...

У підсумку робиться висновок про те, що всі ми, по суті, схожі, і в той же час різні, але ми маємо право на ці відмінності.

2 етап. Теоретичний. (10 хвилин)

Лекція на тему «Соціальні рольові позиції за Е. Берном» (див. Додаток 3).

3 етап. Взаємодія. (30 хвилин)

Вправа «Три відповіді»

Мета: розвиток здібностей визначати адекватний спосіб поведінки при взаємодії. Розгляд ролей на прикладах.

Інструкція: Кожен учасник придумує (записує на листок) ситуацію, в якій людина опиняється несподівано і йому необхідно негайно реагувати. Всі листочки складаються в мішок, перемішуються, потім кожен по колу дістає по одному листку і відповідає. Прочитав ситуацію він читає групі і відразу пропонує три варіанти відповідей: впевнений, агресивний, невпевнений. Кожен висловлює думку в якому порядку прозвучали відповіді. Група дає зворотній зв'язок та визначає ведучу соціальну роль у ситуації (Дорослий – впевнений, Дитина – невпевнений, Батько – агресивний)

Вправа «Повітряна куля».

Мета: навчитися знімати напругу, фонову тривогу.

Інструкція: Уявіть себе великою повітряною кулею, яку повільно надувають. На довгому, глибокому вдиху дуже повільно піднімайте руки, і повністю напружуйте всі м'язи тіла на кілька секунд. Потім уявіть, що в кулі утворилася маленька дірочка, з якої потихеньку виходить повітря. На видиху, почніть поступово «здуватися», поступово розслабляючи всі м'язи. Закінчуйте вправу станом повного розслаблення.

4 етап. Рефлексія. (5 хвилин)

Заняття 6

Мета: формування усвідомленого ставлення до себе і до життя.

Завдання:

1. Формування адекватної самооцінки.
2. Розвиток навичок спілкування «Я-конструкціями».

3. Розвиток усвідомлення себе та співбесідника.

1 етап. Привітання. (5-7 хвилин)

Вправа «Подарунок»

Інструкція: Кожен учасник повинен невербально «подарувати подарунок» сусідові справа. «Одержувач» повинен відгадати, що йому подарували.

2 етап. Теорія (10 хвилин)

Лекція «Переваги спілкування Я-повідомленнями» (див. Додаток Е)

3 етап: Взаємодія (30 хвилин)

Вправа «Я сказав!»

Мета: Навчитись спілкуватись за допомогою Я-конструктів. Будувати відносини Дорослий – Дорослий.

Інструкція. Учасники достають з мішку карточку. На якій зображено малюнок за ситуацією. Треба висловитись за допомогою Я-конструктів з точки зору кожного персонажу картинки. Діалог має бути уявним, будь-яким.

Вправа «Автопортрет»

Мета: візуалізація та усвідомлення власних сильних сторін; підвищення впевненості в комунікації.

Інструкція: Учасники тренінгу отримують аркуші паперу, кисті, акварельні фарби. Тренер пропонує кожному намалювати себе на даному етапі життєвого шляху (від портрета до абстракції) і чотирьох своїх супутників (це можуть бути родичі, знайомі і незнайомі, домашні тварини, символічні зображення особистих якостей). По завершенню кожен повинен розповісти про свій малюнок. Тренер і учасники групи можуть говорити свої асоціації, які викликає той чи інший малюнок.

4 етап. Рефлексія. (10 хв)

Заняття 7

Мета: розвиток здібностей об'єктивної оцінки ситуації у взаємодії.

Завдання:

1. Формування уявлень про деструктивні способи подолання.
2. Розвиток навичок ефективної поведінки, подолання емоцій.

3. Розвиток навичок розпізнавання емоційної сфери інших.

1 етап. Привітання. (10 хвилин)

Згадка «Подарунки»

Учасники згадують свої почуття та переживання, які вони відчували при згадці про подарунки в своєму житті (добрі та не дуже); ділиться з групою своїми емоціями. Група дає коротку зворотний зв'язок по кожному відповідальному (2-3 відгуки).

2 етап. Взаємодія (45 хвилин).

Вправа "Самопрезентація".

Мета: включення адаптивних механізмів, відпрацювання навичок прояви емоцій, які сприяють процесу адаптації здобувачів вищої освіти і формування іміджу.

1) Тренер пропонує кожному з учасників розповісти про себе і про значущі для нього події з позиції того, що викликало:

- здивування,
- інтерес,
- радість.

2) Процедура йде по колу і може включати оцінку самопрезентації попереднього учасника по тій же схемі "здивування – інтерес – радість".

3) Після закінчення процедури можна обговорити в групі результати самопрезентації.

Вправа «Погано – добре»

Мета: розвинути навички об'єктивної оцінки ситуації взаємодії.

Інструкція: Кожному пропонується написати на аркуші паперу ситуацію, яка турбує на даний момент найбільше. потім лист ділиться на 2 стовпчики: в один необхідно написати негативних наслідків даної проблеми, в іншій – шляхи запобігання цих наслідків або позитивні сторони. Після чого відбувається обговорення.

Вправа «Я злюся, коли ...» (я радію коли, я...коли)

Мета: Обробка запропонованого алгоритму подолання негативної емоції, зниження емоційної напруги.

Інструкція: тренер пропонує алгоритм подолання стресу і записує цю схему на дошці: усвідомлення емоції – прийняття – вербалізація - діяльність. Далі кожен учасник записує в листок ситуацію, в якій він злиться. Після чого всі по колу або за бажанням різко мнуть листи, кажучи при цьому: «Я злюся, коли ...», після чого кидає зім'ятий лист в середину кола (наприклад, там може стояти велике відро). При бажанні учасників процедуру можна повторити.

3 етап. Рефлексія. (5 хв)

Заняття 8

Мета: закріплення отриманих знань і умінь розпізнавання емоцій та взаємодії згідно ситуації.

Завдання:

1. Опрацювання прикладів ситуацій та іміджу учасників у взаємодії.
2. Розвиток навичок запобігання конфлікту.
3. Формування бесконфліктної оцінки та ставлення до ситуації.

1 етап. Привітання. (5-7 хвилин)

У цій вправі учасники вчаться зображати різні емоції: насупитися, посміхнутися, позлитися, злякатися, втомитися, відпочити і т.д., входячи в різні образи. Інші учасники тренінгу вгадують емоцію.

2 етап. Безпосередня взаємодія. (40 хв)

Вправа "Згода" – виконується в парах.

Мета: навчитись запобігати розгортання конфлікту через спеціальні фрази «згоди».

Інструкція. Вправа виконується в парах. Спочатку один учасник нападає, а другий намагається перевести діалог в мирне русло, потім вони міняються місцями. Лунають листи із завданнями. Далі обговорення підсумків.

Розвиток конфлікту часто нагадує сніжний ком. Недбало кинута фраза переростає в лайка з особистими образами, навішуванням емоційних ярликів. Це створює практично непереборні бар'єри в спілкуванні, які набагато легше

запобігти, ніж вирішити конфлікт на стадії їх виникнення. Але, тим не менш, є техніки, які дозволяють в деякій мірі пом'якшити напруженість ситуації навіть в тому випадку, коли одна або обидві з конфліктуючих сторін втрачають контроль над собою, над своїми емоціями.

Одна з таких технік полягає в тому, щоб знайти в словах партнера щось, з чим можна погодитися, і відповісти на його випад (образа, звинувачення, наказ) не протистояння, що тільки посилить конфлікт, а згодою, при цьому не відступаючи від своєї позиції. наприклад:

1. "Ти зовсім з глузду з'їхала!" – "Іноді може здатися, що я дію не як звичайні люди";

2. "Ти ніколи не стримуєш взяті на себе зобов'язання!" – "Іноді я виконую свої обов'язки, іноді мені доводиться їх порушувати";

3. "Припини розмовляти зі мною в такому тоні!" – "Буває, що мій тон здається образливим для співрозмовника";

4. "На нашій роботі по-справжньому працюю тільки я!" – Так, ви дійсно витрачаєте багато часу і сил на роботу".

Вправа «Гідна відповідь»

Мета: Відпрацювання навички конструктивного виходу з конфліктних ситуацій, емоційно-забарвлених ситуацій.

Інструкція: Всі учасники сидять у колі. Кожен отримує від ведучого картку, на якій міститься якесь зауваження з приводу зовнішності або поведінки одного з учасників.

Всі слухачі по колу (по черзі) вимовляють записану на картку фразу, дивлячись в очі сусідові справа, завдання якого – гідно відповісти на цей «випад». Потім відповів учасник повертається до свого сусіда праворуч і зачитує фразу зі своєї картки. Коли кожен виконає завдання, тобто побуває і в якості «нападника», і в якості «жертви», вправа закінчується і група переходить до обговорення.

Приклади звернень:

Ти надто високої думки про себе. Ти ведеш себе так, як ніби ти найголовніший тут.

Ти ніколи нікому не допомагаєш.

Коли я тебе зустрічаю, мені хочеться перейти на інший бік вулиці.

Ти зовсім не вмієш красиво одягатися.

Чому ти на всіх дивишся вовком?

З тобою не можна мати ніяких ділових відносин.

Ти як не від світу цього

У тебе такий страшний погляд.

З тобою марно домовлятися про що-небудь. Ти все одно все забудеш.

У тебе такий скрипучий голос, він діє мені на нерви.

Подивися, на кого ти схожа!

Ти занадто багато говориш нісенітниць.

Що ти вічно на всіх кричиш?

У тебе повністю відсутнє почуття гумору.

Ти надто погано вихована.

3 етап. Рефлексія, підведення підсумків. (15 хвилин)

Що було корисно, цікаво для вас. Може ви щось дізналися нового про себе або про члена колективу?

З яким настроєм Ви залишаєте наш тренінг?

3.3. Статистичне представлення результатів експерименту

За допомогою методу кореляційного аналізу Пірсона математичним шляхом було проаналізовано залежність між результатами тестування за двома методиками: когнітивної – кількісним рівнем інтелекту IQ здобувачів вищої освіти, та емотивної – кожної із складових шкал інтелекту EQ. Розглядали шкали: емпатія, емоційна обізнаність, розпізнавання емоцій, самомотивація, управління емоціями, щоб визначити чи є кореляція між рівнем когнітивного інтелекту IQ та емоційним інтелектом EQ.

На підставі наявного теоретичного матеріалу було показано, що імідж здобувачів вищої освіти є адаптивним механізмом з'єднання зовнішніх та внутрішніх складових – когнітивних, емотивних та поведінкових факторів. Метод Пірсона дозволив відслідкувати наявність або відсутність залежності між отриманим значенням рівня когнітивного інтелекту та рівнем кожної зі шкал інтелекту EQ здобувачів вищої освіти. Згідно методу Пірсона коефіцієнт кореляції може бути отриманий в діапазоні від -1 до +1. Чим ближче рівень коефіцієнту до 1, тим більше залежність одного тестового показнику від іншого. Вважається, що кореляція більше +0.51 є значимою. Також, якщо кореляція є значимою, але зі знаком мінус, можна говорити про зворотню залежність, яка так само має значення.

Задля відслідкування залежності рівня IQ зі значеннями за шкалою емпатії EQ здобувачів вищої освіти занесли дані до таблиці 3.1 (див. табл. 3.1).

Шляхом обчислення отримано графічне представлення кореляції IQ зі шкалою емпатії та зображено на рисунку 3.1 (див. рис. 3.1).

Таблиця 3.1

Статистичні дані представлення кореляції IQ зі шкалою емпатії

Респ.	X*	Y**	Респ.	X	Y	Респ.	X	Y
1	13	12	11	11	3	21	17	16
2	17	9	12	24	12	22	12	15
3	18	4	13	11	8	23	18	13
4	25	11	14	12	6	24	9	9
5	20	13	15	18	6	25	13	11
6	12	9	16	13	16	26	22	5
7	23	9	17	11	9	27	27	10
8	16	5	18	18	18	28	18	14
9	20	10	19	8	-7	29	24	11
10	28	16	20	7	8	30	23	6

*X є рівнем когнітивного інтелекту IQ опитаного респондента

**Y є сумарним показником за шкалою емпатія респондента

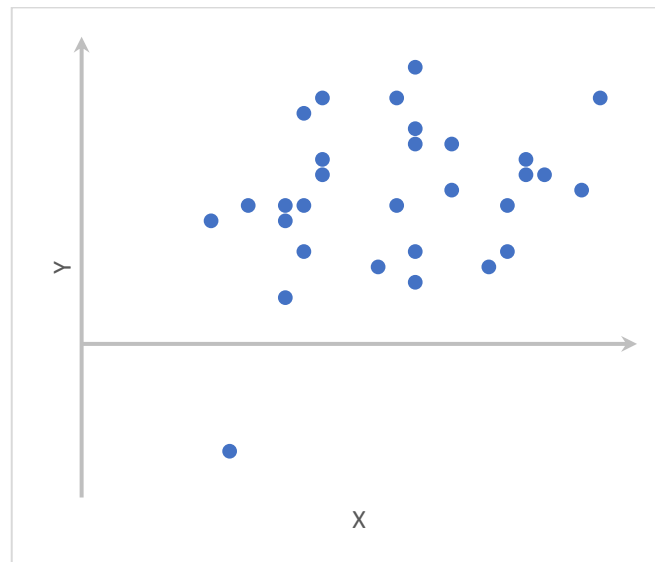


Рис. 3.1. Графічне представлення кореляції IQ зі шкалою емпатії

Емпіричне значення кореляційного аналізу надано в таблиці 3.2 (див. табл. 3.2)

Таблиця 3.2

Емпіричне значення кореляційного аналізу за методом Пірсона між рівнем IQ та шкалою емпатії

Показник	Значення
Коефіцієнт кореляції Пірсона	0.312978381
n (об'єм вибірки)	30
z	0.323843825

Продовж. табл. 3.2

se	0.19245009
c_95%	1.959963985

Нижня 95% границя zL	-0.05335142
Верхня 95% границя zU	0.701039069
Нижня 95% границя rL	-0.053300858
Верхня 95% границя rU	0.605026901

Отримали, що коефіцієнт кореляції Пірсона між рівнем когнітивного інтелекту IQ та шкалою емпатія емоційного інтелекту EQ рівен 0.312, тобто кореляції немає.

Щоб відслідкувати залежності рівня IQ зі шкалою розпізнавання емоцій EQ здобувачів вищої освіти занесли дані до таблиці 3.3 (див. табл. 3.3). Шляхом обчислення отримано графічне представлення кореляції IQ зі шкалою розпізнавання емоцій та зображено на рисунку 3.2 (див. рис. 3.2).

Таблиця 3.3

Статистичні дані представлення кореляції IQ зі шкалою розпізнавання емоцій

Респ.	X*	Y**	Респ.	X	Y	Респ.	X	Y
1	13	5	11	11	3	21	17	14
2	17	5	12	24	8	22	12	16
3	18	-5	13	11	8	23	18	17
4	25	4	14	12	2	24	9	12
5	20	5	15	18	8	25	13	16
6	12	16	16	13	18	26	22	3
7	23	11	17	11	8	27	27	11
8	16	5	18	18	15	28	18	10
9	20	6	19	8	-7	29	24	12
10	28	7	20	7	12	30	23	5

*X є рівнем когнітивного інтелекту IQ опитаного респондента

**Y є сумарним показником за шкалою розпізнавання емоцій респондента

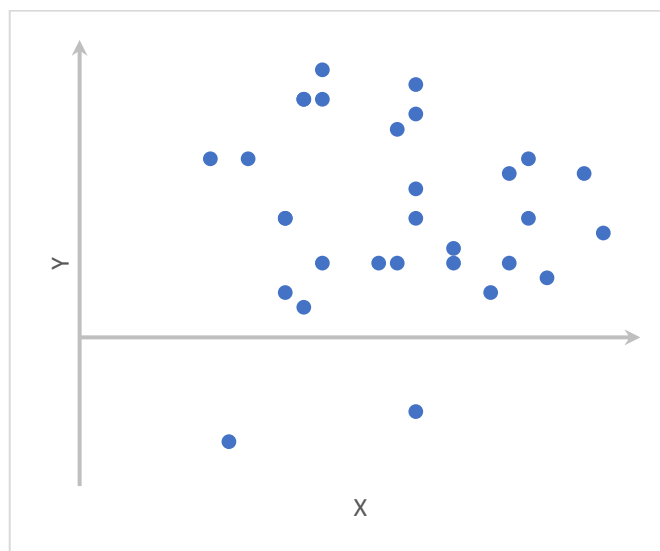


Рис. 3.2. Графічне представлення кореляції IQ зі шкалою розпізнавання емоцій

Емпіричне значення кореляційного аналізу надано в таблиці 3.4 (див. табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Емпіричне значення кореляційного аналізу за методом Пірсона між рівнем IQ та шкалою розпізнавання емоцій

Показник	Значення
Коефіцієнт кореляції Пірсона	-0.032543789
n (об'єм вибірки)	30
z	-0.032555285
se	0.19245009
c 95%	1.959963985
Нижня 95% границя zL	-0.40975053
Верхня 95% границя zU	0.34463996
Нижня 95% границя rL	-0.388260837
Верхня 95% границя rU	0.331613444

Отримали, що коефіцієнт кореляції Пірсона між рівнем когнітивного інтелекту IQ та шкалою розпізнавання емоцій емоційного інтелекту EQ рівен мінус 0.032, тобто кореляції немає.

Задля відслідкування залежності рівня IQ зі значеннями за шкалою самомотивація EQ здобувачів вищої освіти занесли дані до таблиці 3.5 (див. табл. 3.5). Шляхом обчислення отримано графічне представлення кореляції IQ зі шкалою самомотивації та зображено на рисунку 3.3 (див. рис. 3.3).

Таблиця 3.5

Статистичні дані представлення кореляції IQ зі шкалою самомотивації

Респ.	X*	Y**	Респ.	X	Y	Респ.	X	Y
1	13	9	11	11	0	21	17	11
2	17	7	12	24	4	22	12	6
3	18	11	13	11	4	23	18	11
4	25	9	14	12	11	24	9	13
5	20	13	15	18	6	25	13	15
6	12	2	16	13	12	26	22	14
7	23	12	17	11	14	27	27	9
8	16	8	18	18	2	28	18	11
9	20	8	19	8	11	29	24	5
10	28	17	20	7	1	30	23	0

*X є рівнем когнітивного інтелекту IQ опитаного респондента

**Y є сумарним показником за шкалою самомотивації респондента

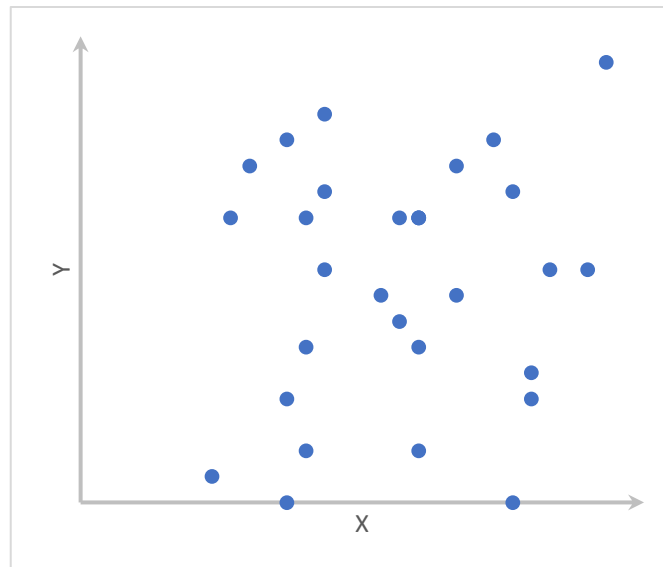


Рис. 3.3. Графічне представлення кореляції IQ зі шкалою самомотивації

Емпіричне значення кореляційного аналізу надано в таблиці 3.6 (див. табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Емпіричне значення кореляційного аналізу за методом Пірсона між рівнем IQ та шкалою самомотивації

Показник	Значення
Коефіцієнт кореляції Пірсона	0.136111737
n (об'єм вибірки)	30
z	0.136961759
se	0.19245009
c 95%	1.959963985
Нижня 95% границя zL	-0.240233486
Верхня 95% границя zU	0.514157004
Нижня 95% границя rL	-0.235716274
Верхня 95% границя rU	0.473177801

Отримали, що коефіцієнт кореляції Пірсона між рівнем когнітивного інтелекту IQ та шкалою самомотивація емоційного інтелекту EQ рівен 0.136, тобто кореляції немає.

Задля відслідкування залежності рівня IQ зі значеннями за шкалою управління емоціями EQ здобувачів вищої освіти занесли дані до таблиці 3.7 (див. табл. 3.7). Шляхом обчислення отримано графічне представлення кореляції IQ зі шкалою управління емоціями та зображено на рисунку 3.4 (див. рис. 3.4).

Таблиця 3.7

Статистичні дані представлення кореляції IQ зі шкалою управління емоціями

Респ.	X*	Y**	Респ.	X	Y	Респ.	X	Y
1	13	-5	11	11	0	21	17	8
2	17	-1	12	24	-4	22	12	5
3	18	10	13	11	2	23	18	13
4	25	1	14	12	1	24	9	11
5	20	-9	15	18	4	25	13	1
6	12	-11	16	13	-1	26	22	-9
7	23	1	17	11	-12	27	27	0
8	16	0	18	18	-1	28	18	-8
9	20	7	19	8	1	29	24	-4
10	28	11	20	7	10	30	23	-3

*X є рівнем когнітивного інтелекту IQ опитаного респондента

**Y є сумарним показником за шкалою управління емоціями респондента

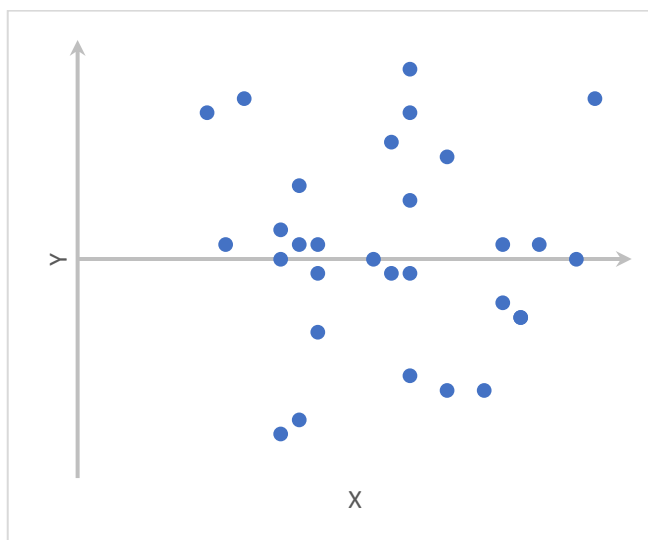


Рис. 3.4. Графічне представлення кореляції IQ зі шкалою управління емоціями

Емпіричне значення кореляційного аналізу надано в таблиці 3.8 (див. табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Емпіричне значення кореляційного аналізу за методом Пірсона між рівнем IQ та шкалою управління емоціями

Показник	Значення
Коефіцієнт кореляції Пірсона	-0.0551523
n (об'єм вибірки)	30
z	-0.0552083
se	0.19245009
c_95%	1.95996398
Нижня 95% границя zL	-0.4324035
Верхня 95% границя zU	0.32198695
Нижня 95% границя rL	-0.407328
Верхня 95% границя rU	0.31130243

Отримали, що коефіцієнт кореляції Пірсона між рівнем когнітивного інтелекту IQ та шкалою управління емоціями емоційного інтелекту EQ рівен мінус 0.055, тобто кореляції немає.

Задля відслідкування залежності рівня IQ зі значеннями за шкалою емоційна обізнаність EQ здобувачів вищої освіти занесли дані до таблиці 3.9 (див. табл. 3.9). Шляхом обчислення отримано графічне представлення кореляції IQ зі шкалою емоційна обізнаність та зображено на рисунку 3.5 (див. рис. 3.5).

Таблиця 3.9

Статистичні дані представлення кореляції IQ зі шкалою емоційна обізнаність

Респ.	X*	Y**	Респ.	X	Y	Респ.	X	Y
1	13	17	11	11	5	21	17	8
2	17	14	12	24	11	22	12	14
3	18	8	13	11	9	23	18	18
4	25	16	14	12	14	24	9	0
5	20	15	15	18	16	25	13	15
6	12	9	16	13	11	26	22	3
7	23	15	17	11	5	27	27	14
8	16	0	18	18	17	28	18	15
9	20	9	19	8	-2	29	24	11
10	28	11	20	7	6	30	23	12

*X є рівнем когнітивного інтелекту IQ опитаного респондента

**Y є сумарним показником за шкалою емоційна обізнаність респондента

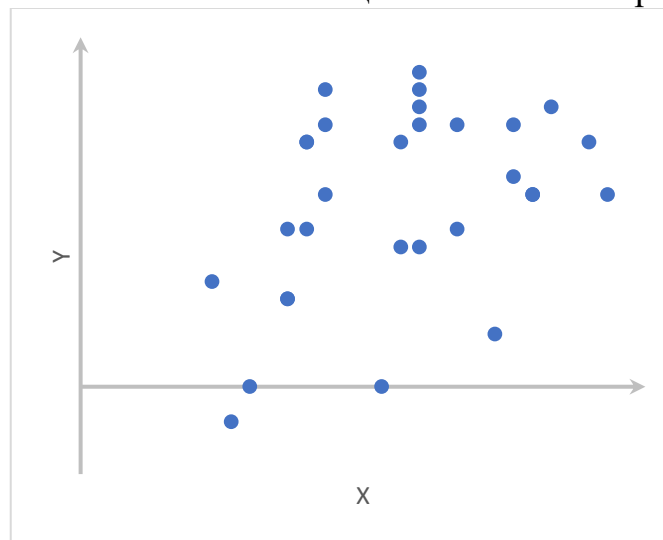


Рис. 3.5. Графічне представлення кореляції IQ зі шкалою емоційна обізнаність

Емпіричне значення кореляційного аналізу надано в таблиці 3.10 (див. табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Емпіричне значення кореляційного аналізу за методом Пірсона між рівнем IQ та шкалою емоційна обізнаність

Показник	Значення
Коефіцієнт кореляції Пірсона	0.405731867
n (об'єм вибірки)	30
z	0.430491365
se	0.19245009
c 95%	1.959963985
Нижня 95% границя zL	0.05329612
Верхня 95% границя zU	0.807686609
Нижня 95% границя rL	0.053245715
Верхня 95% границя rU	0.668312103

Отримали, що коефіцієнт кореляції Пірсона між рівнем когнітивного інтелекту IQ та шкалою емоційна обізнаність емоційного інтелекту EQ рівен 0.405, тобто кореляції немає.

Отримані за допомогою методу кореляційного аналізу Пірсона результати перевірки статистичної залежності між рівнем когнітивного інтелекту IQ та кожною зі складових шкал емоційного інтелекту EQ (емпатія, розпізнавання емоцій, емоційна обізнаність, самомотивація, управління емоціями) показали, що індикатори формування іміджу здобувача вищої освіти можуть бути незалежними та не впливати прямим чином один на одного. По кожному з п'яти порівнянь між інтелектом IQ та чисельним рівнем шкали EQ респондента отримано незначущий рівень кореляції.

Таким чином, обрані параметри статистичної перевірки є незалежними, кореляції між ними немає.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

На підставі даних статистичної обробки результатів, отриманих під час констатувального експерименту, було розроблено тренінгову програму спрямовану на формування іміджу здобувача вищої освіти.

Методологічною основою тренінгу обрано теорія залежності іміджу здобувача вищої освіти від рівня емоційного інтелекту, а саме емоційної експресії, емпатії, розвиненості дзеркальних нейронів.

Імідж має комунікативну природу, виникає в процесі спілкування, емоційної взаємодії. Іміджу формується на підставі соціальних уявлень та інспірується бажанням створити такий образ, який буде сприяти суб'єкту в досягненні успіху.

Імідж виражає прагнення людини вступити в контакт з оточуючими і зробити на них певне враження. Знайдено зв'язок між емоційним інтелектом EQ учасників комунікації і ефективністю переговорного процесу в цілому. Чим вище рівень емоційного інтелекту переговорника, тим вище ймовірність формування позитивного іміджу.

Ефективність формування іміджу залежить також від вміння вирішувати конфлікти. Досвід конструктивного вирішення професійних і соціальних конфліктів веде до гармонійного розвитку особистості, до успішної соціалізації в групі і суспільстві в цілому. Індивіди з високим EQ обирають в конфліктах стратегію співпраці.

Адекватна емоційна експресія є важливим чинником підтримки фізичного і психічного здоров'я. Ступінь емоційної експресивності дуже впливає на якість відносин в студентській групі.

Основою емпатії є дзеркальна нейронна система – здатність відчувати стан іншої людини на підставі наявних знань та почуттів про власний стан. Через своє відображення в інших людина пізнає себе.

Таким чином, можна зробити висновок про значну роль емоційного інтелекту в формуванні іміджу здобувача вищої освіти.

Тренінг, показаний респондентам з низьким рівнем EQ, було розроблено з метою зміцнення комунікативних навичок, ефективного реагування в напружених ситуаціях. Перевага психологічного тренінгу полягає використанні групової динаміки, сукупності стосунків та взаємодій, виникаючих між учасниками групи з метою навчання відкритому емоційному реагуванню.

Було складено програму соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти – 8 занять по 60-70 хвилин, загалом 2 місяці по одному заняттю на тиждень.

Завданнями програми було:

1. Формування ефективних навичок розпізнавання емоцій та підвищення загального рівня емоційного інтелекту у здобувачів вищої освіти.
2. Формування уявлення про залежність загального іміджу здобувача вищої освіти від рівня емоційного інтелекту, соціальної рольової позиції в поведінці.
3. Формування навичок ефективного розпізнавання емоцій та релевантної поведінки.
4. Розвиток навичок емпатії та групової взаємодії.

В результаті тренінгової програми:

1. Учасники мають уявлення про імідж, засади формування іміджу і засоби підвищення емоційного інтелекту.
2. Здобувачі вищої освіти мають навички ефективною, безконфліктною поведінки в групі.
3. Здобувачі вищої освіти вміють взаємодіяти в групі, проявляти емпатію, встановлювати контакти з іншими людьми.

Було підібрано вправи, спрямовані на створення сприятливої та доброзичливої атмосфери і на зняття напруги через розпізнавання емоцій співбесідника; на розвиток здатності до емпатії, аналізу ситуації і подальше формування іміджу у взаємодії. Було надано час на рефлексію після вправ, підведення підсумків заняття.

Як результат тренінгових занять здобувачі вищої освіти покращили навички вільного висловлювання почуттів, емоцій в групі, давати та приймати відгуки, приймати рішення у ситуації, виходити з конфліктних ситуацій, робити вибір, бути в контакті, реагувати.

За допомогою методу математичного визначення критерію узгодженості Пірсона, було проаналізовано статистичну залежність між рівнем когнітивного інтелекту IQ та складовими шкалами емоційного інтелекту EQ. Було проаналізовано дані за шкалами: розпізнавання емоцій, емоційна обізнаність, самомотивація, управління емоціями шкалою емоційна обізнаність. Отримані результати перевірки статистичної залежності між рівнем IQ та кожною зі складових шкал EQ показали, що обрані індикатори формування іміджу здобувача вищої освіти є незалежними та не впливають прямим чином один на одного. По кожному з п'яти порівнянь між інтелектом IQ та чисельним рівнем шкали EQ опитаного респондента отримано незначущий рівень кореляції (менше ніж 0,51). Таким чином, обрані параметри статистичної перевірки є незалежними, кореляції між ними не виявлено.

В подальшому робота має практичне продовження у тому, щоб знайти такі складові компоненти формування іміджу здобувача вищої освіти, які впливають один на одного, тобто, є залежними.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз наукової літератури з проблем вивчення іміджу як соціально-психологічного феномену дав можливість виділити методологічні підходи до визначення поняття імідж, ознайомитись з концепціями та теоріями розгляду іміджу. Надано розрізнення понять «іміджу» та «образу» за способом їх формування. Пояснено умови, при яких імідж виникає, розглянуто самопрезентацію як засіб формування образу особистості і теоретично пояснено, як діяльність суб'єкта – носія іміджу впливає на формування особистого Я-образу. Діяльність об'єкта по створенню іміджу мотивована різницею усвідомлень про те, як об'єкт повинен бути сприйнятий, і як він реально сприймається аудиторією насправді. Надано тлумачення складових іміджу, зовнішніх, внутрішніх, та діяльних факторів: габітарний, середовий, матеріалізований, вербальний, паравербальний, кінетичний тощо. Імідж визначено як сукупний емоційно забарвлений образ, який формує думку про людину як про особистість і як про професіонала.

2. Стосовно психології формування іміджу здобувача вищої освіти як учасника навчального та комунікативного процесів було виявлено структурні складові, які впливають на формування іміджу здобувача вищої освіти. Визначено, що в основі іміджу суб'єкта іміджу полягає його активна діяльність, орієнтована на самовираження та ідентифікацію в суспільстві, соціальній групі. Введено поняття студентського віку як параметру часу, що відрізняється складністю становлення особистісних рис людини. Питання самоаналізу та самоактуалізації особистості є ключовими серед осіб студентського віку. Юнацький час визначено як час соціогенних потреб людини, тобто сприятливий період для розвитку людини як особистості, формування рис, що позитивно впливають на імідж. В час юності відбувається яскраве порівняння реального образу Я з ідеальним образом через потребу здобувача вищої освіти у визнанні. Серед структурних складових, що впливають на формування іміджу здобувача вищої освіти щодо опанування майбутньої професії визначено саме

цілеспрямовані дії суб'єкта – іміджу з метою самопізнання. Оскільки імідж складається в тому числі на основі вражень, які людина чинить на оточуючих в результаті спілкування, комунікації та соціальної взаємодії було детально розглянуто модель іміджу здобувача вищої освіти, що включає семіотичну, когнітивну і рольову складові.

3. Для визначення інтегративної характеристики іміджу здобувача вищої освіти було обрано складові іміджу, які можуть бути обчислені та наглядно представлені, а саме когнітивний інтелект IQ, емоційний інтелект EQ, соціальна рольова позиція - Его-стан. Констатувальний експеримент було складено з трьох методик. Інтелектуальну складову іміджу – когнітивний інтелект IQ було визначено за методикою КОТ (короткий орієнтовний тест IQ В. Бузина, Е. Вандерлік). Емоційний інтелект EQ було протестовано за допомогою методики Н. Холла. Визначення керуючої соціально-рольової позиції его-стану було зроблено за методом транзакційного аналізу Е. Берна. Вибірка емпіричного дослідження складалася з 30 осіб віком від 18 до 20 років – здобувачі вищої освіти I курсу спеціальності «Право». Результати констатувального експерименту було надано по кожній з методик. Рівень когнітивного інтелекту IQ серед учасників групи переважно низький – 12 осіб (40%) та нижче середнього – 8 осіб (26,67%). Середній рівень IQ виявлено у 7 осіб (23,33%), рівень вище середнього – у 3 осіб (10%). Високого рівня IQ в опитувальній групі виявлено не було. Стосовно складових емоційного інтелекту EQ найменш розвиненими виявилися шкали управління емоціями (3,33%) та емпатії (16,67%). Інтегративний показник EQ серед групи переважно низький 17 осіб (56,67%) та середній 12 осіб (40%), майже порівну. Слід зазначити, що високий рівень емоційного інтелекту було зазначено лише у однієї людини з тридцяти опитаних (3,33%). Бачимо, що багато людей з групи мають низький рівень когнітивного інтелекту поряд з низьким рівнем емоційного інтелекту. Це означає, що вагома чисельність здобувачів вищої освіти мають низький рівень розуміння емоції інших людей, неефективне управління емоціями під час взаємодії, проявляють низьку ситуативну емпатію. При цьому соціальна

рольова позиція еґо-стан у більшості групи є Дорослий (73,33%), окремо або у поєднаннях з іншими еґо-станами. Тобто, хоча соціально учасники групи поводять себе як дорослі, але на глибинному рівні почуттів та емоцій мають низьку здатність взаємодіяти ефективно, безконфліктно.

4. Програма соціально-психологічного тренінгу щодо формування іміджу здобувача вищої освіти була розроблена виходячи з результатів констатувального експерименту. Завданнями тренінгу було опанування здобувачами вищої освіти навичок розпізнавання емоцій та підвищення загального рівня емоційного інтелекту у здобувачів вищої освіти. Підібрано ігрові вправи, що впливають на розвиток рівня емпатії та групової взаємодії. Завдання з суперечливими умовами, конфліктними постановними ситуаціями, спонукають учасників до керування емоціями, сприяють формування успішного іміджу здобувача вищої освіти в середовищі соціальної взаємодії на кшталт конфлікту. Практичні елементи взаємодії в групі, рефлексивні відгуки учасників після кожної вправи дали можливість розвинути навички релевантної поведінки в соціальній групі. Тренінгові вправи формують уявлення про залежність загального іміджу здобувача вищої освіти від рівня його емоційного інтелекту, провідної соціальної рольової позиції в поведінці. На відміну від когнітивного інтелекту, що потребує більш глибоких обчислювальних завдань, математичних вправ, тренування пам'яті, підвищення загального рівня обізнаності, такі складові іміджу здобувача вищої освіти як емоційний інтелект та розпізнавання емоцій піддаються тренуванню за оптимальний проміжок часу.

5. За допомогою t-критерія Ст'юдента провели порівняння абсолютних даних показника інтегративного емоційного інтелекту EQ, визначеного при використанні методики Н. Холла, з даними констатувального експерименту. В результаті розрахунку виявили, що отримані дані знаходяться в зоні незначимості ($t_{\text{емп}} = 0.4$) і це стало підставою для проведення корекційних заходів. За допомогою методів математичної статистики було прослідковано залежність між рівнем когнітивного інтелекту IQ та кожною з п'яти шкал – складових емоційного інтелекту EQ. Було проаналізовано дані за шкалами:

розпізнавання емоцій, емоційна обізнаність, самомотивація, управління емоціями, емпатія. Отримані результати перевірки статистичної залежності показали, що обрані індикатори формування іміджу здобувача вищої освіти є незалежними та не впливають прямо один на одного. Таким чином, обрані параметри статистичної перевірки є незалежними, кореляції між ними не виявлено. Робота має подальшу розробку у тому, щоб знайти такі параметри – складові іміджу, які є залежними один від одного та впливають на формування іміджу здобувача вищої освіти. Робота повинна бути розширена в плані виявлення залежних параметрів (компонентів) формування іміджу здобувача вищої освіти.

Таким чином, всі поставленні завдання виконано, мету дослідження досягнуто.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Амелин В. Учись побеждати / В. Амелин, С. Пешков. — М. : Стольний град, 2001. — 209 с.
2. Ананьев Б. Психофізіологія студентського віку / Б. Ананьев // Сучасні психологічні проблеми вищої школи. — Л. : Вид-во ЛГУ, 1974. — 328 с.
3. Андреева Г. Психологія соціального пізнання / Г. Андреева // Учебне посібник. — М. : Аспект Пресс, 2005. — 303 с.
4. Андреева Г. Соціальна психологія: Учебник для вищ. навч. закладів / Г. Андреева. — М. : Аспект Пресс, 2017. — 363 с.
5. Андреева И. Соціально-психологічні проблеми ментальності / И. Андреева // 6-я Міжнародна науково-практична конференція. — Смоленськ, СГПУ, 2004. — Ч.1. — С. 22—26.
6. Асеев В. Відношення значимого і незначимого в формуванні особистості / В. Асеев // Проблеми психології. — М. : Академія, 2014. — 321 с.
7. Багрецов С. Діагностика соціально – психологічних характеристик малих груп з зовнішнім статусом / С. Багрецов. — СПб. : Лань, 1999. — 640 с.
8. Безлепкин В. Що визначає обличчя спеціаліста? / В. Безлепкин, В. Власов // Вісник вищої школи. — 2011. — №2. — С. 26—28.
9. Берн Э. Ігри, в які грають люди / Э. Берн. — СПб. : Форс, 1999. — 256 с.
10. Берн Э. Транзактний аналіз в психотерапії / Э. Берн // Системна індивідуальна і соціальна психіатрія. — М. : Гаудеамус, 2013. — 2-е вид. — 320 с.
11. Бобнева М. Соціальні норми і регуляція соціального поведіння / М. Бобнева. — М. : Наука, 1978. — 310 с.
12. Богданов Е. Психологічні основи «Паблік рилейнз» / Е. Богданов, В. Зазыкин // Учебне посібник. — СПб. : ПИТЕР, 2004. — 2-е вид. — 208 с.

- 13.Бондаренко В. Використання групових технологій у формуванні професійного іміджу майбутнього вчителя технологій в умовах кредитно-модульної системи / В. Бондаренко // Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології. Теоретичний та науково-методичний часопис «Вища освіта України». – 2013. — Т. 1. — С. 224—227.
- 14.Бреслав Г. Психология эмоций / Г. Бреслав. — М. : Смысл, 2006. — 2-е изд. — 544 с.
- 15.Быстрова Т. Определение имиджа: аналитика и феноменология. Творческие работы [Электронный ресурс]. — 2007. — Режим доступа : http://www.taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/imagelogija_statji/image_analytic.html
- 16.Вербицкий А. Содержание, формы и методы обучения в высшей и средней специальной школе / А. Вербицкий, А. Филипов, Ю. Красовский // Психолого-педагогические вопросы проведения деловых игр. — М. : Знание, 2011. — 44 с.
- 17.Вечер Л. Ваш имидж / Л. Вечер. — Мн. : Польша, 2002. — 288 с.
- 18.Врис К. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / М. Врис К. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. — 311 с.
- 19.Гарькавец С. Паблік рилейшнз та імідж внз: соціально-психологічний аналіз проблеми / С. Гарькавец // Теоретичні і прикладні проблеми психології. — 2013. — № 3. — С. 90—95.
- 20.Гарькавец С. Проблема соціальних конфліктів, психологічні наслідки та шляхи подолання / С. Гарькавец, К. Полуектова // Теоретичні і прикладні проблеми психології. — 2018. — № 3(1). — С. 110—117. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipp 2018_3%281%29_17
- 21.Гарькавец С. Соціально-психологічні впливи та процес соціалізації особистості в умовах трансформаційних замен / С. Гарькавец // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія: — 2014. — Вип. 1. — С. 27-31. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknup_2014_1_9

22. Гончаренко Т. Тренінги спілкування / Т. Гончаренко. — К., 2004. — 120 с.
23. Горбаткин Д. Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию: Дис. Доктора псих. наук / Денис Александрович Горбаткин. — М., 2002. — 169 с.
24. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект на работе / Д. Гоулман ; пер. с англ. А. Исаевой. — М. : АСТ МОСКВА, 2010. — 476 с.
25. Гофман. И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман ; пер. с англ. и вступ. статья А. Ковалева. — М. : КАНОН-пресс-Ц, 2000. — 304 с.
26. Громкова М. Психология и педагогика профессиональной деятельности / М. Громкова // Учеб. пособие для вузов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 415 с.
27. Давыдов Д. Социально-психологические особенности имиджа Вооруженных Сил в молодежной среде: Автореф. дис. канд. психол. наук / Денис Геннадьевич Давыдов. — М., 2005. — 217 с.
28. Дьяконов Г. Психологические исследования. Практикум по общей психологии для студентов педагогических вузов / Г. Дьяконов, А. Допира, Т. Пашукова // Учеб. пособие. — М. : Институт практической психологии, 1996. — 127 с.
29. Егорова Ю. Самореализация студента железнодорожного вуза в учебнопрофессиональной деятельности / Ю. Егорова, Ю. Генварева // Научно-педагогическое обозрение. — Оренбург : ТГПУ, 2016. — № 2 (12). — С. 97—102.
30. Емельянов Ю. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности: автореф. дис. док. психол. наук : спец. 19.00.05 „Социальная психология” / Юрий Николаевич Емельянов. — Л., 1991. — 36 с.
31. Ермак В. Как научиться понимать людей. Соционика – новый метод познания человека / В. Ермак. — М. : Астрель, 2003. — 523 с.

32. Етика ділового спілкування: курс лекцій / М. Лукашевич, І. Осетинська, Г. Чайка, Т. Чмут. — 2-ге вид., стереотип. — К.: МАУП, 2003. — 208 с.
33. Жеребненко О. Социально-психологические особенности развития имиджа студента вуза: дисс. канд. псих. наук / Оксана Александровна Жеребненко. — Курск, 2008. — 177 с.
34. Зимбардо Ф. Социальное влияние. // Ф. Зимбардо, М. Ляйпе. — СПб, 2001. — С. 117—118.
35. Ильин Е. Эмоции и чувства / Е. Ильин. — СПб. : Питер, 2001. — С. 633—634.
36. Ісаченко В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф... дис. канд. психол. Наук : спец. 13.00.04 „Теорія та методика професійної освіти” / В. Ісаченко. — Одеса, 2004. — 21 с.
37. Карпенко Є. Суб’єктно-ціннісні особливості процесу самоактуалізації особистості / Є. Карпенко // Психологія особистості. — 2012. — С. 59—68.
38. Кондратьев Ю. Социальная психология студенчества / Ю. Кондратьев // Учебное пособие. — М. : Московский психолого – социальный институт, 2006. — 160 с.
39. Корміло О. Особливості розвитку емпатійності у студентів різного фахового спрямування / О. Корміло // Психологія особистості. — 2011. — 1 (2). — С. 64—70.
40. Костенко Е. Акмеологическая концепция развития имиджа политика : автореф. дис. доктора. психол. наук. спец. 19.00.13 „Психология развития, акмеология (психологические науки)” / Е. Костенко. — М., 2008. — 53 с.
41. Крылова Н. Формирование культуры будущего специалиста: Методическое пособие / Н. Крілова. — М. : Высшая школа, 2010. — 142 с.
42. Кубрак О. Етика ділового та повсякденного спілкування / О. Кубрак // Навч. пос. — Суми : Університетська книга, 2003. — 222 с.
43. Кузнецова Л. Психологические особенности имидж-профиля студентов вуза / Л. Кузнецова, О. Жеребненко. — Курск, 2008. — 177 с.

44. Кузьмин И. Психотехнология и эффективный менеджмент / И. Кузьмин. — М. : Россмен, 2009. — 491 с.
45. Леонтьев Д. Образ, по которому нас встречают // Д. Леонтьев. — Рекламный мир, 1995. — № 6. — С. 12-13.
46. Лобанов А. Когнитивная психология: от ощущений до интеллекта: учеб. пособие / А. Лобанов. — Мн. : Новое знание, 2008. — 376 с.
47. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу ; пер. А. Татлыбаева. — К. : PSYLIB, 2004. — Режим доступа : www.psylib.kiev.ua
48. Маслоу А. Самоактуализирующаяся личность // Психология личности. Под ред. Ю. Гиппенрейтер, А. Пузыря. — М. : Просвещение, 2005. — 375 с.
49. Медінцев В. Діалогічне моделювання психологічних взаємодій / В. Медінцев // Питання психології. — 2005. — № 5. — С. 5—9.
50. Мілютіна К. Теорія та практика психологічного тренінгу: Навч. посіб / К. Мілютіна. — К. : МАУП, 2004. — 192 с.
51. Носенко Е. Емоційний інтелект: концептуалізація феномена, основні функції. Монографія / Е. Носенко, Н. Коврига. — Киев : Вища школа, 2003. — 126 с.
52. Орбан-Лембрик Л. Психологія професійної комунікації: [монографія] / Л. Орбан-Лембрик. — Чернівці : Книги, 2009. — 528 с.
53. Панасюк А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж / А. Панасюк. — М. : Дело, 2000. — 240 с.
54. Панасюк А. Формирование имиджа / А. Панасюк. — М. : Омега-Л, 2008. — 266 с.
55. Паращук В. Основи теорії мовної комунікації / В. Паращук, О. Семенюк // Навчальний посібник. — К. : Академія, 2010. — 240 с.
56. Пезешкиан Х. Введение в позитивную психологию и психотерапию / М. Воронов, Х. Пезешкиан. — Харьков, 2003. — 65 с.
57. Перельгина Е. Имидж как феномен интерсубъектного взаимодействия: Содержание и пути развития: дис. ... доктора псих. наук : 19.00.05 / Елена Борисовна Перельгина. — М., 2003. — 1052 с.

- 58.Перелыгина Е. Психология имиджа: Учеб. пособие / Е. Перелыгина. — М., 2002. — 223 с.
- 59.Петрова Е. Психология имиджа: Психосемиотический подход / Е. Петрова // Психология как система направлений. — М., 2002. — Вып. 2. — Т. 9. — С. 432—454.
- 60.Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшинз / Г. Почепцов. — К. : АДЕФ-Украина, 1997. — 328 с.
- 61.Почепцов Г. PR для профессионалов / Г. Почепцов. — М. : 2001. — 447 с.
- 62.Принципи моделювання соціально-психологічної компетентності особистості / Ю. Бохонкова // Теоретичні і прикладні проблеми психології. — 2014. — № 3. — С. 80-86. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipp 2014_3_14
- 63.Прохоров А. Новая иллюстрированная энциклопедия / А. Прохоров. — М. : Большая российская энциклопедия. — М., 2001. — 190 с.
- 64.Сметаняк В. Психологічні особливості ціннісного самовизначення особистості у ранній юності / В. Сметаняк // Психологія особистості. — 2012. —С. 177—183.
- 65.Смирнов С. Педагогика и психология высшего образования: От деятельности к личности / С. Смирнов // Учеб. Пособие. — М. : Издательский центр Академия, 2005. — 400 с.
- 66.Сорина С. Язык одежды или как понять человека по его одежде / С. Сорина. — М. : ГНОМ и Д, 2000. — 200 с.
- 67.Сорокина Г. Имидж и социальный успех / Г. Сорокина // Школа и производство. — 2003. — № 3. — С. 5-11.
- 68.Технології розв'язання конфліктів у педагогічній взаємодії: Навчально-методичний посібник / І. Зубкова, М. Коць, Г. Ложкін, Т. Петровська. — Луцьк : Вежа . — ВДУ, 2000. — 153 с.
- 69.Трубецкой А. Психология репутации / А. Трубецкой. — М. : Наука, 2005. — 291 с.

70. Ушаков Д. Социальный интеллект как вид интеллекта / Социальный интеллект. Теория, измерение, исследования // под ред. Д. Люсина, Д. Ушакова. — М. : Институт психологии РАН, 2011. — С. 11—28.
71. Фетискин Н. Опросник Н. Холла (опросник EQ) (Методика оценки "эмоционального интеллекта") / Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп // Н. Фетискин, В. Козлов, Г. Мануйлов. — М. : Изд-во Института Психотерапии, 2005. — 215 с. — С. 57—59.
72. Філіппов М. Психофізіологія людини: Навч. пос. / М. Філіппов. — К. : МАУП, 2003. — 136 с.
73. Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. — М. : Просвещение, 2005. — 470 с.
74. Фролов П. У пошуках безпрограшного іміджу / П. Фролов // Політичний маркетинг та електоральні технології. — Запоріжжя : Гарт, 2002. — С. 84—94.
75. Циба В. Системна соціальна психологія : навчальний посібник / В. Циба. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 327 с.
76. Чебикин О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу: монографія / О. Чебикин. — Одеса, 2009. — 223 с.
77. Черенщикова Д. Суб'єктно-ціннісні особливості педагогічного спілкування у сучасному ВНЗ / Д. Черенщикова // Психологія особистості. — 2011. — №1. — С. 71-77.
78. Шепель В. Имиджелогия. Как нравится людям / В. Шепель // Учебное пособие. — М. : Народное образование, 2002. — 576 с.
79. Шепель В. Имиджелогия. Секреты личного обаяния / В. Шепель. — М. : Культура и спорт ЮНИТИ, 1994. — 320 с.
80. Шкуратова И. Исполнение социальных ролей как механизм создания имиджа личности / И. Шкуратова // Имиджеология-2005: Материалы третьего международного симпозиума по имиджеологии / Под ред. Е. Петровой. М., 2005. — С. 64-67.

- 81.Штепа О. Тренінг «Актуалізація особистої зрілості» / О. Штепа // Практична психологія та соціальна робота. — 2005. — №3. — С. 48-36.
- 82.Штроо В. Эмоциональный интеллект участников как фактор эффективности деловых переговоров / В. Штроо, С. Серов. // Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2010 — С. 372-377.
- 83.Эриксон Э. Детство и общество / Э. Эриксон // Изд. 2-е. — СПб. : Ленато,1996. — 592 с.
- 84.Якобони М. Отражаясь в людях. Почему мы понимаем друг друга / М. Якобони. — М. : Юнайтед Пресс, 2011. — 366 с.
- 85.Яценко Т. Психологічні основи групової психокорекції / Т. Яценко. — К. : Либідь, 1996. — 243 с.
- 86.Барон Р. Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory // R. Baron., J. Parker Handbook of emotional intelligence. — San Francisco, 2000. — 388 p.
- 87.Brackett M. Emotional intelligence and its relation to every day behaviour / M. Brackett, J. Mayer, R. Warner // Personality and Individual Differences. — 2004. — Vol. 36. — P. 1387—1402.
- 88.Brown T. History of an image / T. Brown. — London : Tauris, 1988. — 150 p.
- 89.Eiseenberg N. Emotion-related regulation: Sharpening the definition / N. Eiseenberg, T. Spinrad // Child development. — 2004. — Vol. 75, № 2. — P. 334—339.
- 90.Ekman P. Facial expressions of emotion / P. Ekman, H. Oster Annual Review of Psychology. — 1979. — V. 30. — P. 527—554.
- 91.Eysenck H. The Structure and Measurement of Intelligence / H. Eysenck. — Berlin : Verlag 1979. — 253 p.
- 92.Jordan P. Emotional Intelligence and Conflict Resolution: Implications for Human Resource Development / P. Jordan, A. Troth Advances in Developing Human Resources. — 2002. — Vol. 4. — No. 1. — P. 62—79.

93. Kokkonen R., Traits and emotions: a review of their structure and management / R. Kokkonen // *European Journal of Personality*. — 2000. — Vol.14. — P. 477—496.
94. Lazarri S. Emotional intelligence, meaning, and psychological well being: a comparison between early and late adolescence / S. Steven. — Trinity Western Univ., 2000. — 101 p.
95. Maslow A. Motivation and personality / A. Maslow. — Harper and Row, 1970. — P. 153–172.
96. Mayer J. Emotional intelligence / J. Mayer, P. Salovey *Imagination, Cognition and Personality*. — (9) 1990. — P. 185-211.
97. Mayer J. Hyman abilities: emotional intelligence / J. Mayer, R. Roberts, *Annual Review of Psychology*. — 2008. — P. 507—536.
98. Mehrabian A. Genetic Beyond IQ: Broad-based measurement of individual success potential or emotional intelligence / A. Mehrabian. — Washington. — Vol. 126. — Iss. 2. — 2000. — 239 p.
99. Salovey J. Emotional intelligence as a standard intelligence / J. Salovey, P. Caruso, D. Sitarenios *By Mayer G Emotion*. — Vol 1(3), Sep 2001. — P. 232—242.
100. Shannon C. A Mathematical Theory of Communication / C. Shannon // *ACMSIGMOBILE Computing and Communications Review*. — Issue 1. — Vol. 5. — 2001. — P. 3—55.

Додаток А**Тест КОТ (Краткий ориентировочный тест, с ответами, В. Бузина,
Е. Вандерлик. Опросник диагностики интеллекта - IQ)**

Инструкция. Вам предлагается несколько простых заданий. Познакомьтесь с образцами заданий и правильными ответами на них:

"Быстрый" является противоположным по смыслу слову: 1 – тяжелый, 2 – упругий, 3 – скорый, 4 – легкий, 5 – медленный. Правильный ответ: 5-й

Бензин стоит 0,44 руб за литр. Сколько (в копейках) стоят 2,5 литра?
Правильный ответ: 110

Слова минер и минор по смыслу являются: 1 – сходными, 2 – противоположными, 3 – ни сходными, ни противоположными. Правильный ответ: 3-й

Какие две из приведенных ниже пословиц имеют одинаковый смысл: 1 – первый блин комом, 2 – лиха беда начало, 3 - не красна изба углами, красна пирогами, 4 – не все коту масленица, 5 – старый друг лучше новых двух.
Правильный ответ: 1-й и 2-й.

Тест содержит 50 вопросов, на выполнение теста дается 15 минут. Ответьте на столько вопросов, на сколько сможете, и не тратьте много времени на один вопрос. Работайте как можно быстрее. Если какое-нибудь задание теста у вас не получается, не задерживайтесь на нем слишком долго, переходите к следующему. Заранее возьмите дополнительный лист-черновик.

Материал теста

1. Одиннадцатый месяц года – это: 1 – октябрь, 2 – май, 3 – ноябрь, 4 – февраль.
2. "Суровый" является противоположным по значению слову: 1 – резкий, 2 – строгий, 3 – мягкий, 4 – жесткий, 5 – неподатливый.
3. Какое из приведенных ниже слов отлично от других: 1 – определенный, 2 – сомнительный, 3 – уверенный, 4 – доверие, 5 – верный.

4. Ответьте Да или Нет. Сокращение "н.э." означает: "нашей эры" (новой эры)?
5. Какое из следующих слов отлично от других: 1 – петь, 2 – звонить, 3 – болтать, 4 – слушать, 5 – говорить.
6. Слово "безукоризненный" является противоположным по своему значению слову: 1 – незапятнанный, 2 – непристойный, 3 – неподкупный, 4 – невинный, 5 – классический.
7. Какое из приведенных ниже слов относится к слову "жевать" как обоняние и нос: 1 – сладкий, 2 – язык, 3 – запах, 4 – зубы, 5 – чистый
8. Сколько из приведенных ниже пар слов являются полностью идентичными?
- | | |
|-----------------|-----------------|
| Sharp M.C. | Sharp M.C. |
| Filder E.H. | Filder E.N. |
| Connor M,G. | Conner M,G. |
| Woesner O.W. | Woerner O.W. |
| Soderquist P.E. | Soderquist B.E. |
9. "Ясный" является противоположным по смыслу слову: 1 – очевидный, 2 – явный, 3 – недвусмысленный, 4 – отчетливый, 5 – тусклый.
10. Предприниматель купил несколько подержанных автомобилей за 3500 \$, а продал их за 5500 \$ заработав при этом 50 \$ за автомобиль. Сколько автомобилей он продал?
11. Слова "стук" и "сток" имеют: 1 – сходное значение, 2 – противоположное, 3 – ни сходное, ни противоположное.
12. Три лимона стоят 45 р. Сколько стоит 1,5 дюжины?
13. Сколько из этих 6 пар чисел являются полностью одинаковыми?

Продовження Додатку А

5296	5296
66986	69686
834426	834426
7354256	7354256
61197172	61197172
83238224	83238234

14. "Близкий" является противоположным слову: 1 – дружеский, 2 – приятельский, 3 – чужой, 4 – родной, 5 – иной.

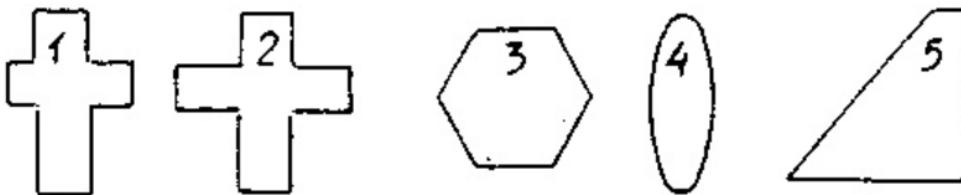
15. Какое число является наименьшим?

6 0,7 9 36 0,31 5

16. Расставьте предлагаемые ниже слова в таком порядке, чтобы получилось правильное предложение. В качестве ответа запишите две последние буквы последнего слова.

есть соль любовь жизни

17. Какой из приведенных ниже пяти рисунков наиболее отличен от других?



18. Два рыбака поймали 36 рыб. Первый поймал в 8 раз больше, чем второй. Сколько поймал второй?

19. "Восходить" и "возродить" имеют: 1 – сходное значение, 2 – противоположное, 3 – ни сходное, ни противоположное.

20. Расставьте предлагаемые ниже слова в таком порядке, чтобы получилось утверждение. Если оно правильно, то ответ будет П, если неправильно – Н.

мхом обороты камень набирает заросший.

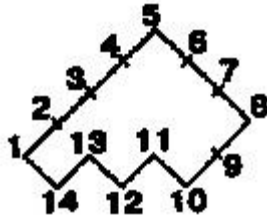
21. Две из приведенных ниже фраз имеют одинаковый смысл, найдите их:

Продовження Додатку А

1. Держать нос по ветру.

2. Пустой мешок не стоит.
3. Трое докторов не лучше одного.
4. Не все то золото, что блестит.
5. У семи нянек дитя без глаза.
22. Какое число должно стоять вместо знака «?»:
73 66 59 52 45 38 ?
23. Длительность дня и ночи в сентябре почти такая же, как и в: 1 – июне, 2 – марте, 3 – мае, 4 – ноябре.
24. Предположим, что первые два утверждения верны. Тогда заключительное будет: 1 – верно, 2 – неверно, 3 – неопределенно.
- Все передовые люди – члены партии.
- Все передовые люди занимают крупные посты.
- Некоторые члены партии занимают крупные посты.
25. Поезд проходит 75 см за $\frac{1}{4}$ с. Если он будет ехать с той же скоростью, то какое расстояние он пройдет за 5 с?
26. Если предположить, что два первых утверждения верны, то последнее: 1 – верно, 2 – неверно, 3 – неопределенно.
- Боре столько же лет, сколько Маше.
- Маша моложе Жени.
- Боря моложе Жени.
27. Пять полукилограммовых пачек мясного фарша стоят 2 \$. Сколько килограммов фарша можно купить за 80 центов?
28. Расстилать и растянуть. Эти слова: 1 – схожи по смыслу, 2 – противоположны, 3 – ни схожи, ни противоположны.
29. Разделите эту геометрическую фигуру прямой линией на две части так, чтобы, сложив их вместе, можно было получить квадрат:

Продовження Додатку А



30. Предположим, что первые два утверждения верны. Тогда последнее будет: 1 – верно, 2 – неверно, 3 – неопределенно.

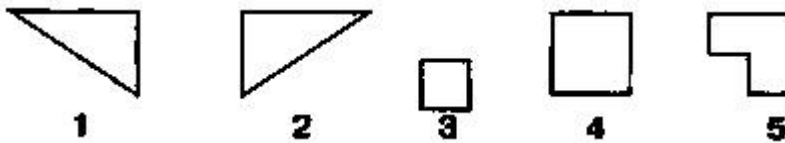
Саша поздоровался с Машей.

Маша поздоровалась с Дашей.

Саша не поздоровался с Дашей.

31. Автомобиль "XXX" стоимостью 2400 \$ был уценен во время сезонной распродажи на $33\frac{1}{3}\%$. Сколько стоил автомобиль во время распродажи?

32. Три из пяти фигур нужно соединить таким образом, чтобы получилась равнобедренная трапеция:



33. На платье требуется $2\frac{1}{3}$ м. ткани. Сколько платьев можно сшить из 42 м?

34. Значения следующих двух предложений: 1 – сходны, 2 – противоположны, 3 – ни сходны, ни противоположны.

Трое докторов не лучше одного.

Чем больше докторов, тем больше болезней.

35. Увеличивать и расширять. Эти слова: 1 – сходны, – противоположны, 3 – ни сходны, ни противоположны.

36. Смысл двух английских пословиц: 1 – схож, 2 – противоположен, 2 – ни схож, ни противоположен.

Швартоваться лучше двумя якорями.

Не клади все яйца в одну корзину.

Продовження Додатку А

37. Бакалейщик купил ящик с апельсинами за 3,6 \$. В ящике их было 12 дюжин. Он знает, что 2 дюжины испортятся еще до того, как он продаст все апельсины.

По какой цене ему нужно продавать апельсины, чтобы получить прибыль в $\frac{1}{3}$ закупочной цены?

38. Претензия и претенциозный. Эти слова по своему значению: 1 – схожи, 2 – противоположны, 3 – ни сходны, ни противоположны.

39. Если бы полкило картошки стоило 0,0125 \$, то сколько килограммов можно было бы купить за 50 центов?

40. Один из членов ряда не подходит к другим. Каким числом Вы бы его заменили:

$\frac{1}{4}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{4}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{4}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{6}$.

41. Отражаемый и воображаемый. Эти слова являются. 1 – сходными, 2 – противоположными, 3 – ни сходными. ни противоположными,

42. Сколько соток составляет участок длиной 70 м и шириной 20 м?

43. Следующие две фразы по значению: 1 – сходны, 2 – противоположны, 3 – ни сходны, ни противоположны.

Хорошие вещи дешевы, плохие дороги.

Хорошее качество обеспечивается простотой, плохое – сложностью.

44. Солдат, стреляя в цель, поразил ее в 12.5% случаев. Сколько раз солдат должен выстрелить, чтобы поразить все сто раз?

45. Один из членов ряда не подходит к другим. Какое число Вы бы поставили на его место:

$\frac{1}{4}$ $\frac{1}{6}$ $\frac{1}{8}$ $\frac{1}{9}$ $\frac{1}{12}$ $\frac{1}{14}$

46. Три партнера по АО 'XXX' решили поделить прибыль поровну. Т. вложил в дело 4500 \$, К. – 3500 \$, П. – 2000 \$. Если прибыль составит 2400 \$, то насколько меньше прибыль получит Т. по сравнению с тем, как если бы прибыль была разделена пропорционально вкладам?

Продовження Додатку А

47. Какие две из приведенных ниже пословиц имеют сходный смысл:

1. Куй железо, пока горячо.

2. Один в поле не воин.

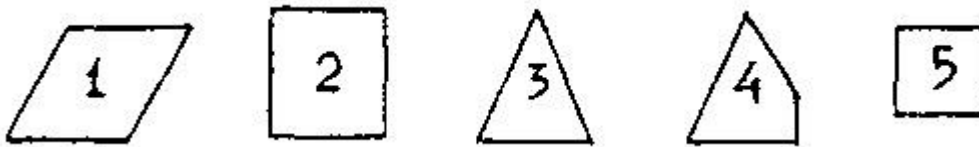
3. Лес рубят, щепки летят.

4. Не все то золото, что блестит.

5. Не по виду суди, а по делам гляди?

48. Значение следующих фраз: 1 – сходно, 2 – противоположно, 3 – ни сходно, ни противоположно. Лес рубят щепки летят. Большое дело не бывает без потерь.

49. Какая из этих фигур наиболее отлична от других?



50. В печатающейся статье 24000 слов. Редактор решил использовать шрифт двух размеров. При использовании шрифта большего размера на странице умещается 900 слов, меньшего – 1200. Статья должна занять 21 полную страницу в журнале. Сколько страниц должно быть напечатано меньшим шрифтом?

Ключ (ответы) к тесту КОТ (Краткий ориентировочный, отборочный тест В. Бузина, Е. Вандерлік. Опросник диагностики интеллекта - IQ) Интегральный показатель общих умственных способностей (Ип) подсчитывают по количеству правильно решенных задач (1 балл за каждый правильный ответ).

Продовження Додатку А

Таблиця А.1

Ключ підрахунку IQ за методикою КОТ В. Бузина, Е. Вандерлік

№ Задания	Правильный ответ	№ Задания	Правильный ответ
1	3	26	1
2	3	27	1
3	2 или 4	28	1
4	ДА	29	2 – 13
5	4	30	3
6	2	31	1600
7	4	32	1, 2, 4
8	1	33	18
9	5	34	3
10	40	35	1
11	3	36	1
12	270	37	0,48 за дюжину
13	4	38	1
14	3	39	20
15	0,31	40	1/8
16	НИ	41	3
17	4	42	14
18	4	43	1
19	3	44	800
20	Н	45	1/10
21	3 и 5	46	280
22	31	47	4 и 5
23	2	48	1
24	1	49	3
25	15 м	50	17

Чем выше вы получили оценку по этому тесту, тем выше на сегодняшний день уровень вашего интеллектуального развития, тем лучше ваши способности к дальнейшему обучению и познавательной деятельности. Анализ результатов целесообразно начинать с определения уровня общих умственных способностей. Для этого количество правильно решенных задач (Ип) соотносится со шкалой уровней. Величина показателя Ип уровень общих

Продовження Додатку А

умственных способностей:

13 и меньше – низкий

14-18 – ниже среднего

19-24 – средний

25-29 – выше среднего

30 и больше – высокий

Низкий результат может быть недостаточно надежным вследствие возможных ошибок в соблюдении условий тестирования и понимании инструкции. Поэтому невысокий результат тестирования по данной методике ни в коей мере не может быть признаком психологической профессиональной непригодности к какой бы то ни было специальности. Только тестирование с помощью других методов, может дать и достоверную информацию о психологических противопоказаниях к тем или иным профессиям.

Для успішного виконання тесту потрібен певний рівень розвитку мовних, логічних, числових і просторових здібностей. Словесні здатності відповідають за засвоєння сенсу різних слів, розуміння мовних аналогій, виконання логічних операцій з окремими словами. Це якість пов'язано з розумінням тексту, умінням розрізняти прямий і переносний сенс висловлювання, правильно інтерпретувати його, абстрагуючись від змісту конкретної фрази. Ступінь логічного мислення свідчить про здатність до розуміння причинно-наслідкових зв'язків, пошуку закономірностей, про вміння робити правильні висновки. Числові здібності - це здатність до швидких і точних обчислень, логічних міркувань, володіння арифметичними навичками, розуміння математичних операцій. Просторові здібності включають в себе просторову уяву, володіння геометричними поняттями, уміння подумки оперувати з об'єктами на площині і в просторі.

Додаток Б**Методика Н. Холла оценки эмоционального интеллекта. Опросник
EQ**

Методика Н. Холла предложена для выявления 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 эмоциями (скорее это эмоциональная отходчивость, эмоциональная неригидность), 3) самомотивация (скорее это как раз произвольное управление своими эмоциями, исключая пункт 14), 4) эмпатия, 5) распознавание эмоций других людей (скорее – умение воздействовать на эмоциональное состояние других людей).

Инструкция по применению методики Н. Холла. Ниже вам будут предложены высказывания, которые так или иначе отражают различные стороны Вашей жизни. Пожалуйста, напишите цифру справа от каждого утверждения, исходя из оценки ваших ответов:

Полностью не согласен – (- 3 балла);

В основном не согласен – (-2 балла);

Отчасти не согласен – (-1 балл);

Отчасти согласен – (+ 1 балл);

В основном согласен – (+2 балла);

Полностью согласен – (+ 3 балла).

Текст опросника Н. Холла

1. Для меня как отрицательные, так и положительные эмоции служат источником знания, как поступать в жизни.
2. Отрицательные эмоции помогают мне понять, что я должен изменить в моей жизни.
3. Я спокоен, когда испытываю давление со стороны.

Продовження Додатку Б

4. Я способен наблюдать изменение своих чувств.

5. Когда необходимо, я могу быть спокойным и сосредоточенным, чтобы действовать в соответствии с запросами жизни.
6. Когда необходимо, я могу вызвать у себя широкий спектр положительных эмоций, такие как веселье, радость, внутренний подъем и юмор.
7. Я слежу за тем, как я себя чувствую.
8. После того как что-то расстроило меня, я могу легко совладать со своими чувствами.
9. Я способен выслушивать проблемы других людей.
10. Я не застреваю на отрицательных эмоциях.
11. Я чувствителен к эмоциональным потребностям других.
12. Я могу действовать успокаивающе на других людей.
13. Я могу заставить себя снова и снова встать перед лицом препятствия.
14. Я стараюсь подходить творчески к жизненным проблемам.
15. Я адекватно реагирую на настроения, побуждения и желания других людей.
16. Я могу легко входить в состояние спокойствия, готовности и сосредоточенности.
17. Когда позволяет время, я обращаюсь к своим негативным чувствам и разбираюсь, в чем проблема.
18. Я способен быстро успокоиться после неожиданного огорчения.
19. Знание моих истинных чувств важно для поддержания «хорошей формы».
20. Я хорошо понимаю эмоции других людей, даже если они не выражены открыто.
21. Я хорошо могу распознавать эмоции по выражению лица.
22. Я могу легко отбросить негативные чувства, когда необходимо действовать.
23. Я хорошо улавливаю знаки в общении, которые указывают на то, в чем другие нуждаются.

Продовження Додатку Б

24. Люди считают меня хорошим знатоком переживаний других людей.
25. Люди, осознающие свои истинные чувства, лучше управляют своей жизнью.
26. Я способен улучшить настроение других людей.

27. Со мной можно посоветоваться по вопросам отношений между людьми.
 28. Я хорошо настраиваюсь на эмоции других людей.
 29. Я помогаю другим использовать побуждения для достижения личных целей.
 30. Я могу легко отключиться от переживания неприятностей.

Ключ к методике Н. Холла

Шкала «Эмоциональная осведомленность» – пункты 1, 2, 4, 17, 19, 25.

Шкала «Управление эмоциями» – пункты 3, 7, 8, 10, 18, 30.

Шкала «Самомотивация» – пункты 5, 6, 13, 14, 16, 22.

Шкала «Эмпатия» – пункты 9, 11, 20, 21, 23, 28.

Шкала «Распознавание эмоций других людей» – пункты 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Таблица Б.1

Шкалы підрахунку емоційного інтелекту

Шкалы	Баллы
Шкала «Эмоциональная осведомленность»	
Шкала «Управление своими эмоциями»	
Шкала «Самомотивация»	
Шкала «Эмпатия»	
Шкала «Распознавание эмоций других людей»	
Интегративный уровень:	

По каждой шкале высчитывается сумма баллов с учетом знака (+ или -). Чем больше сумма баллов, тем больше выражено эмоциональное проявление.

Интегративный уровень EQ с учетом знака определяется по следующим количественным показателям:

70 и более – высокий; 40–69 – средний; 39 и менее – низкий.

Додаток В**Тест «Трансакционный анализ Е. Берна». Определение соотношений
эго-состояний**

Инструкция. Вам предлагается несколько утверждений, касающихся вашего поведения в повседневной жизни. Ответьте, не задумываясь долго над вопросом, как часто вы так поступаете или чувствуете, поставив в бланке «+» («да») напротив каждого варианта, либо «-» («нет»). Здесь не может быть «плохих» и «хороших» ответов: это ваш собственный взгляд на то, каким вы являетесь на сегодняшний день.

1. Я разъясняю людям причины, по которым моя работа не сделана.
2. Я переживаю по поводу чего-либо (из-за того, что кто-то сделал или сказал мне, или из-за того, что я сам сделал).
3. Я опаздываю на работу или на встречи с кем-либо.
4. Я требую, чтобы люди делали то, что я говорю.
5. Я заполняю предложенные мне анкеты и отвечаю на вопросы информационного характера (например, в социологическом опросе).
6. Я делаю то, что от меня требуется, даже если это трудно сделать.
7. Я передаю слухи.
8. Я чувствую свою вину по поводу чего-либо (не сделанной вовремя работы, опоздания, слишком жестких требований, предъявляемых мною к другим и т. д.).
9. Я пользуюсь тем, что подсказывает мне интуиция, не задерживаюсь на сборе фактов.
10. Я радуюсь новому и необычному (непривычной еде, одежде, смене установившегося порядка, места и т. д.).
11. Я советую больному человеку обратиться к врачу или отдохнуть.

Продовження Додатку В

12. Я веду себя, так как мне нравится.

13. Я чувствую, что мой долг – использовать свои знания и силу для руководства другими людьми.
14. Я говорю о вещах, в которых совсем не разбираюсь.
15. Я многократно переспрашиваю, не готово ли то, чего я жду, хотя знаю, что ещё рано.
16. Я нахожу пути, чтобы сделать скучную работу интересной.
17. Я сдерживаю обещания, даже если мне это не выгодно.
18. Я чётко и ясно передаю другим суть того, что я хочу сообщить.
19. Я заранее знаю, как поведут себя люди в определённых обстоятельствах.
20. Я внимательно анализирую все возможные имеющиеся факты перед тем, как принять решение.
21. Я говорю (или думаю) что-то типа: «Что они будут делать без меня?»
22. Я открыто и непосредственно выражаю свои чувства и живо реагирую на происходящее.
23. Я говорю только правду.
24. Я привлекаю к порядку других людей, когда они не соблюдают установленные правила.
25. Я ясно соображаю, как сделать так, чтобы люди самостоятельно действовали в моих интересах.
26. Я сохраняю спокойствие, когда «накаляется атмосфера».
27. Я прихожу на помощь людям, каким-то образом оказавшимся в затруднительном положении.
28. Я ухожу, что побыть наедине с собой, чувствуя себя обиженным.
29. Я непреклонно отстаиваю свои убеждения и принципы.
30. У меня не бывает мыслей, которыми я не хотел бы делиться с другими.

Продовження Додатку В

31. Я прерываю работу для физической разминки и чувствую истинное наслаждение, разминая мышцы и расслабляясь.
32. Я чувствую бессилие, неспособность справиться с ситуацией.

- 33.Я ободряю и утешаю людей, когда у них неприятности.
- 34.Я апеллирую к фактам, обрисовываю реальное положение дел, когда нужно разрешить трудную ситуацию.
- 35.Я без колебания беру последнее оставшееся пирожное или другую вкусную вещь из того, что принесли к чаю.
- 36.Я знаю, как себя повести, чтобы добиться своего.
- 37.Я помогаю окружающим в случае необходимости, даже если они меня об этом не просят.
- 38.Я настаиваю, чтобы люди заботились о себе, например, чтобы тепло одевались в холодную погоду или брали зонт, если ожидается дождь.
- 39.Я чувствую, что должен добиваться совершенства в том, что я делаю.
- 40.Я по выражению лица и другим особенностям поведения человека, заранее знаю, что он скажет или сделает.
- 41.Разозлившись, я раздражаюсь и выхожу из себя.
- 42.Я прямо высказываю недовольство людям, не выполняющим работу должным образом.
- 43.Я требую соблюдения обычаев и традиций.
- 44.Я завершаю за день все, что сегодня предполагалось сделать.

Обработка результатов. Подсчитайте количество «+» по каждой шкале (количество плюсов по шкале равняется количеству баллов по ней):

Родитель Критикующий (Рк): 4, 13, 24, 29, 42, 43;

Родитель Заботящийся (Рз): 11, 21, 27, 33, 37, 38;

Взрослый (В): 1, 5, 18, 20, 26, 34;

Дитя Естественное (Де): 10, 12, 15, 22, 31, 35;

Продовження Додатку В

Дитя Адаптированное (Да): 2, 6, 8, 28, 32, 39;

Дитя Бунтующее (Дб): 3, 7, 14, 41;

Маленький Профессор (Мп): 9, 16, 19, 25, 36, 40;

Шкала лжи: 17, 23, 30, 44.

Для наглядности полученных результатов постройте эгограмму, которая строится аналогично гистограмме: одна ось отображает психическую энергию, а другая – для эго-состояния (см. рисунок ниже). Самым интересным на этой гистограмме является соотношение высот отдельных столбцов, а не их абсолютные значения. Ваша личная эгограмма показывает каким образом вы распределяете эту энергию между пятью наиболее наглядно проявляющими себя частями вашей личности. Образец эгограммы можно увидеть на рис. В.1.

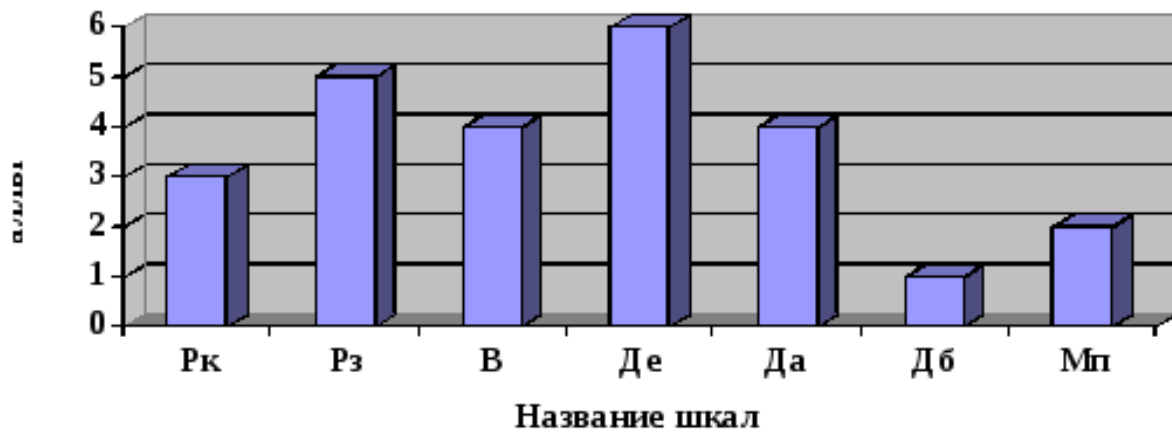


Рис. В.1. Зразок діаграми результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента

Додаток Г

**Чисельне представлення рівня IQ респондентів за методикою КОТ
(Короткий орієнтовний тест В. Бузина, Е. Вандерлік. Опитувальник
діагностики інтелекту – IQ)**

Таблиця Г.1

Респондент №	Рівень IQ	Респондент №	Рівень IQ	Респондент №	Рівень IQ
1	13	11	11	21	17
2	17	12	24	22	12
3	18	13	11	23	18
4	25	14	12	24	9
5	20	15	18	25	13
6	12	16	13	26	22
7	23	17	11	27	27
8	16	18	18	28	18
9	20	19	8	29	24
10	28	20	7	30	23

**Графічне представлення відповідей респондентів за методикою
транзактного аналізу Е. Берна**

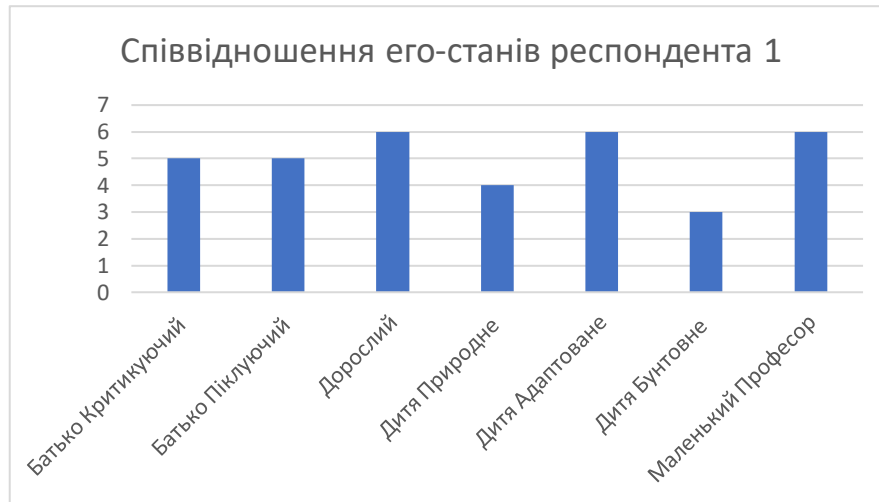


Рис. Г.1. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки

Его-станів респондента 1

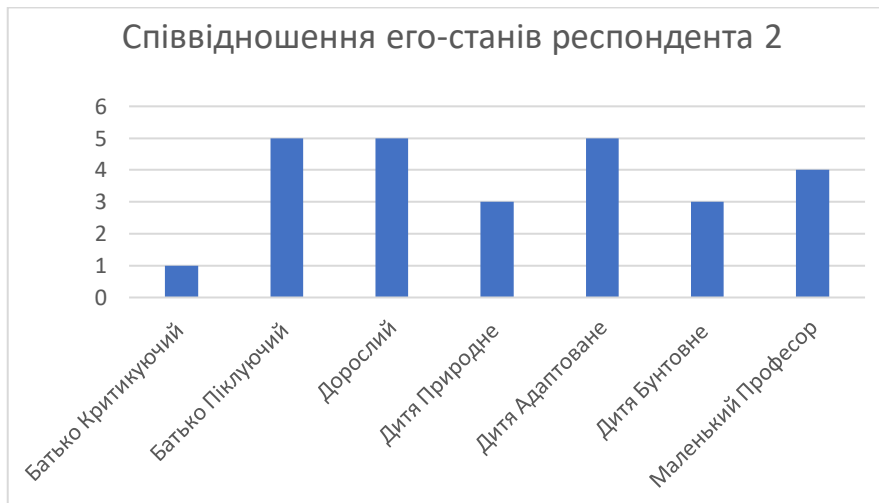


Рис. Г.2. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки

его-станів респондента 2

Продовження Додатку Г



Рис. Г.3. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 3

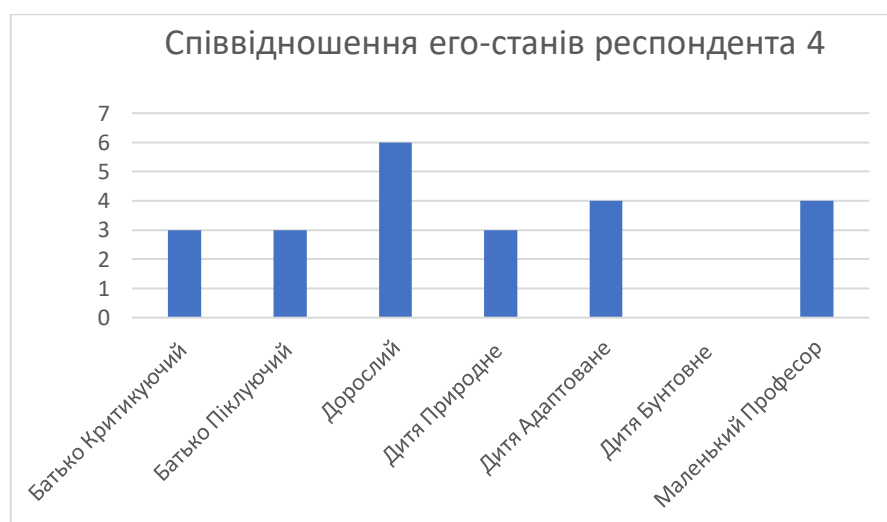


Рис. Г.4. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 4

Продовження Додатку Г

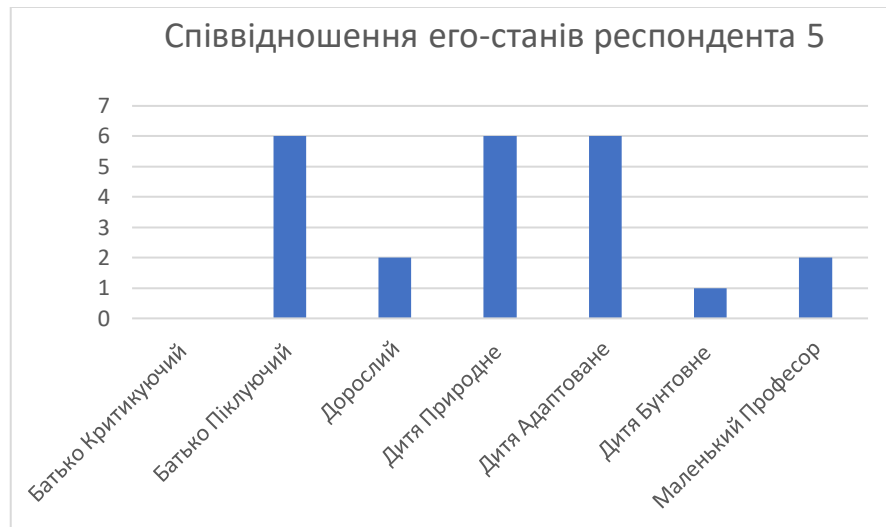


Рис. Г.5. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 5



Рис. Г.6. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 6

Продовження Додатку Г



Рис. Г.7. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 7

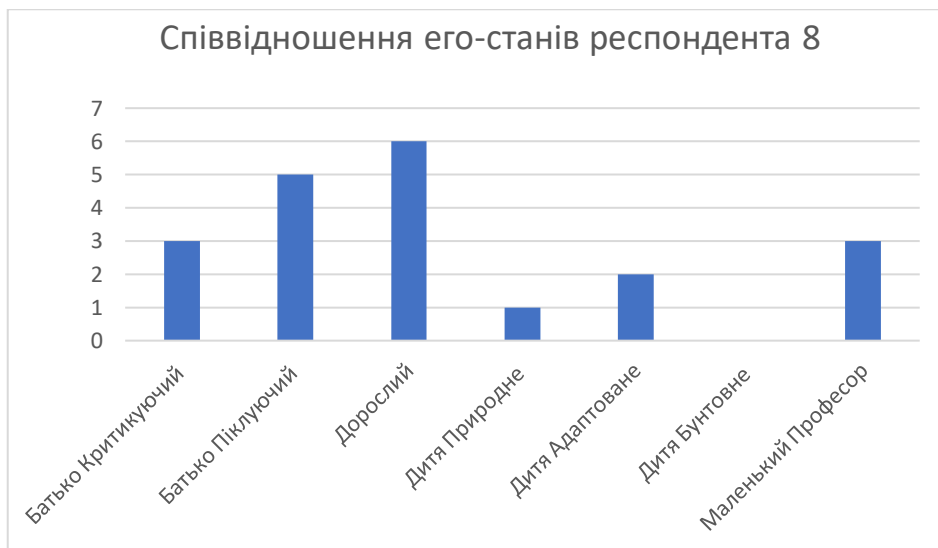


Рис. Г.8. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 8

Продовження Додатку Г



Рис. Г.9. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 9

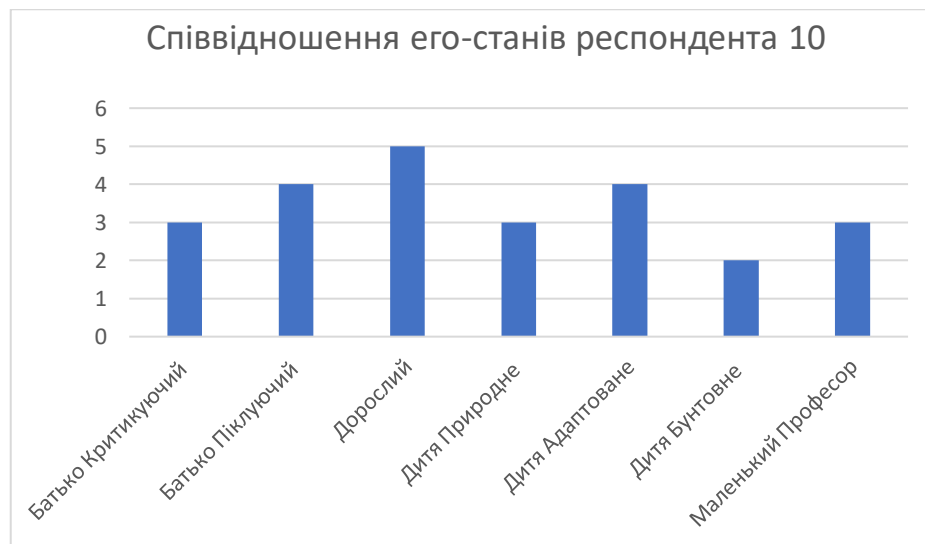


Рис. Г.10. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 10

Продовження Додатку Г



Рис. Г.11. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 11



Рис. Г.12. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 12

Продовження Додатку Г

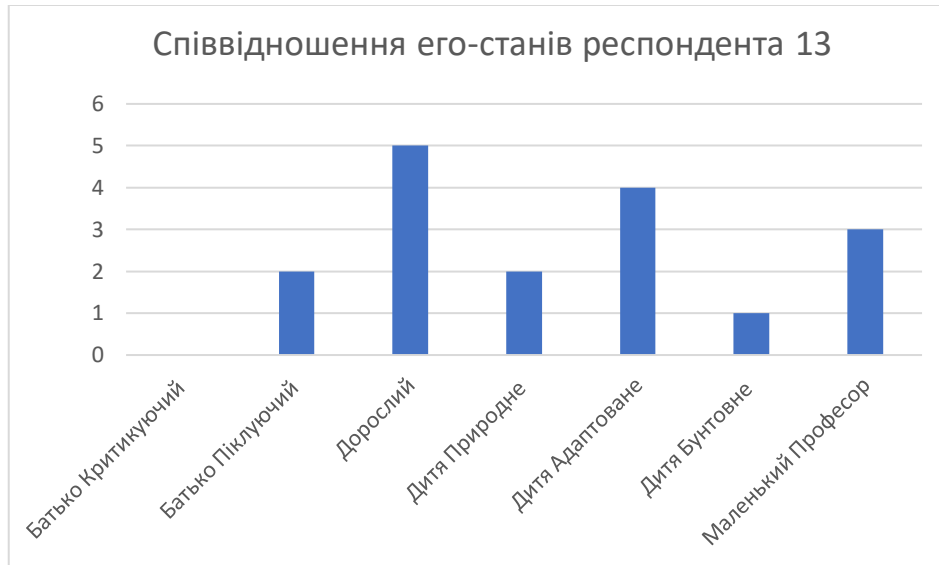


Рис. Г.13. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 13



Рис. Г.14. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 14

Продовження Додатку Г

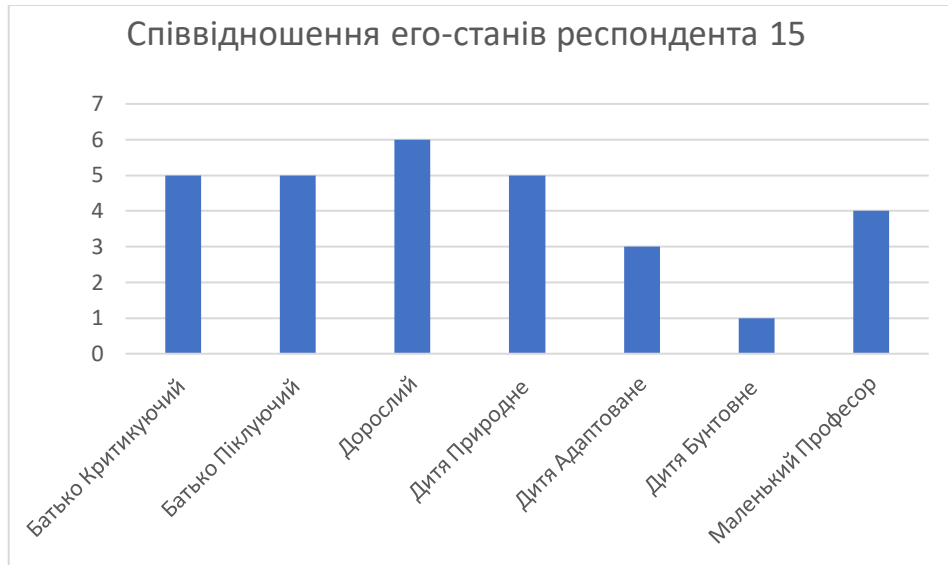


Рис. Г.15. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 15

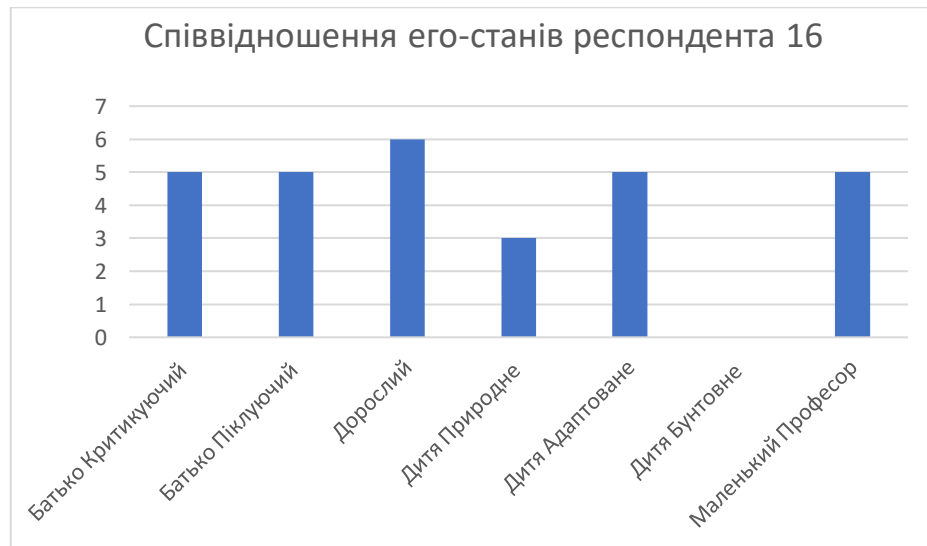


Рис. Г.16. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 16

Продовження Додатку Г



Рис. Г.17. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 17



Рис. Г.18. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 18

Продовження Додатку Г

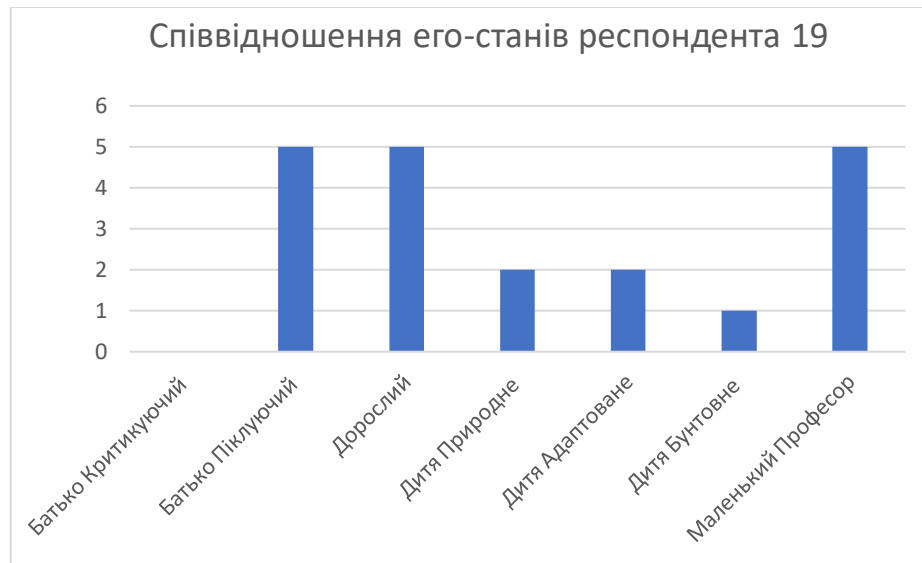


Рис. Г.19. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 19



Рис. Г.20. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 20

Продовження Додатку Г



Рис. Г.21. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 21



Рис. Г.22. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 22

Продовження Додатку Г



Рис. Г.23. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 23



Рис. Г.24. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 24

Продовження Додатку Г



Рис. Г.25. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 25



Рис. Г.26. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 26

Продовження Додатку Г

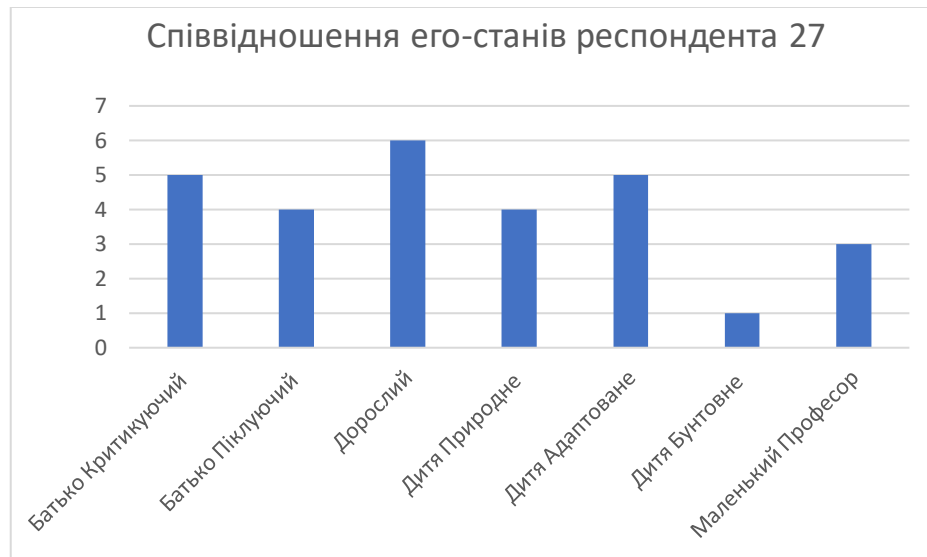


Рис. Г.27. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 27



Рис. Г.28. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки еґо-станів респондента 28

Продовження Додатку Г

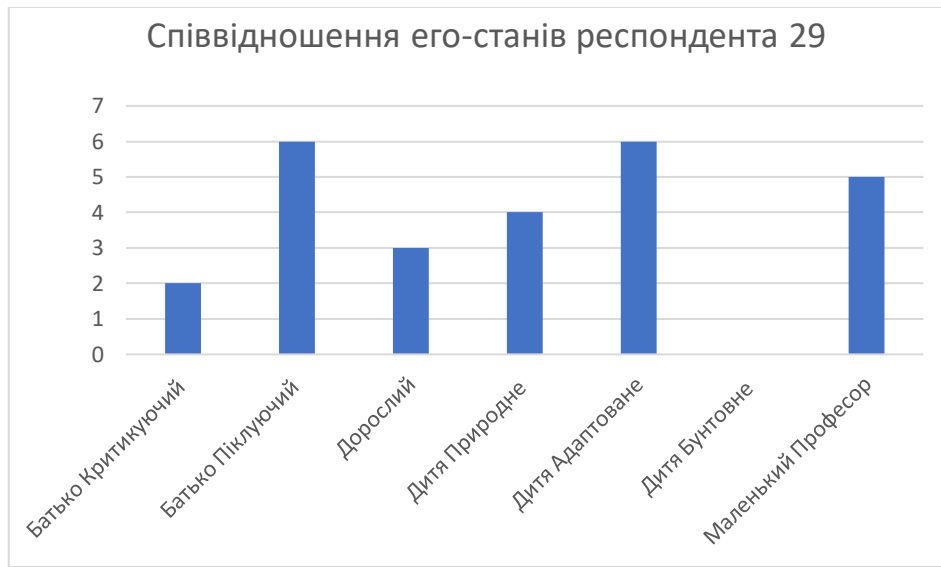


Рис. Г.29. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 29

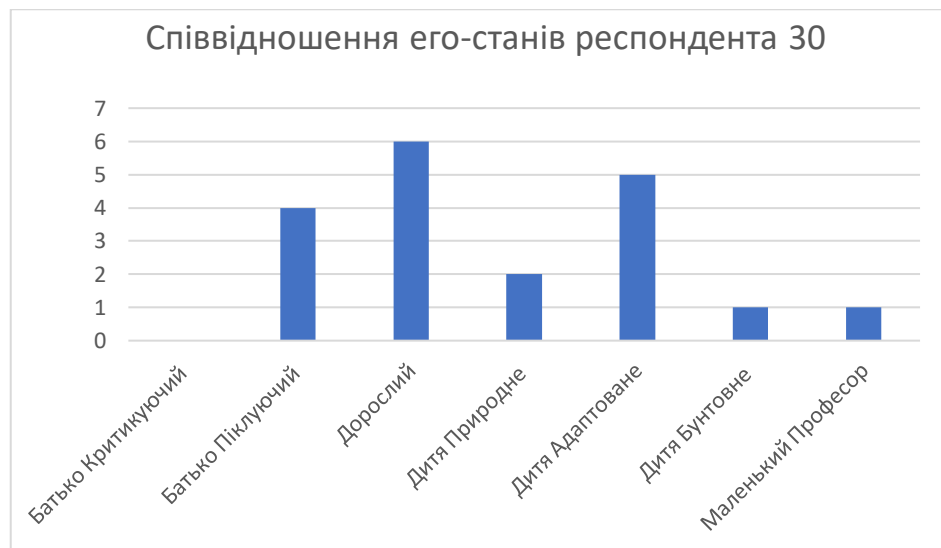


Рис. Г.30. Гістограма результатів дослідження за методикою Е. Берна оцінки его-станів респондента 30

Емоції. Види емоцій. Почуття.

Переживання людиною свого ставлення до того, що вона робить або пізнає, до інших людей, до самого себе, називають почуттями та емоціями.

Емоції – багатогранні реакції організму на вплив подразників зовнішнього і внутрішнього середовища, які проявляються в переживаннях, експресивній поведінці і збудженні. Емоціями вважають просте, безпосереднє переживання в даний момент, пов'язане із задоволенням або незадоволенням потреб. Проявляючись реакції на предмети навколишнього оточення, емоції пов'язані з початковими враженнями. Перше враження від чого-небудь носить чисто емоційний характер, є безпосередньою реакцією (страх, гнів, радість) на якісь зовнішні особливості.

Позитивні емоції, пов'язані із задоволенням актуальних потреб організму, негативні – з незадоволенням, і є адаптивними відповідями на ту чи іншу ситуацію. Звідси випливає мобілізаційна (мотиваційна) роль емоцій, яка веде людину до певних дій.

Почуття – постійне, стале ставлення особистості до того, що вона пізнає і робить, до об'єкта своїх потреб. Почуття – це придбані емоції і не залежать від зміни ситуації, можуть існувати в нас все життя незмінно. Почуття вторинні, вони виникли на основі емоцій в ході еволюції. Почуття властиві тільки людині, вони соціально обумовлені і є продуктом вищого культурно-емоційного розвитку людини. Почуття обов'язку, власної гідності, сорому, гордості – виключно людські почуття. Одні і ті ж почуття можуть виражатися різними (кардинально різними!) емоціями.

Багато емоційних проявів людини регулюються соціальними нормами. Людина нерідко підпорядковує фізіологічні потреби більш високим, духовним потребам. Емоції ситуативні, вони виникають в якості оцінки ситуації або ж, як

Продовження Додатку Д

результат вдоволення або невдоволення людських потреб при оточуючих обставинах. Тобто, ви хочете пити і відчуваєте спрагу. Ви випили склянку води і більше не відчуваєте спрагу. Все залежить від обставин.

Джерелами емоцій і почуттів є, з одного боку, відображена в нашій свідомості навколишня дійсність, а з іншого - наші потреби. Ті предмети і явища, які не мають відношення до наших потреб і інтересів, не викликають у нас помітних почуттів.

Таким чином, якщо обставини задовольняють наші «запити», ми відчуваємо позитивні емоції: радість, збудження, задоволення. Якщо навколишнє середовище не дає нам можливості реалізувати свої потреби, виникають наступні емоції: розчарування, горе, страх, печаль, смуток.

Фізіологічною основою почуттів насамперед є процеси в корі головного мозку. Кора головного мозку (кортекс) регулює силу і стійкість почуттів. Переживання викликають у процесі збудження. У відділах мозку, що лежать нижче кори, знаходяться різні центри діяльності організму: дихальної, серцево-судинної, травної та секреторної. Саме тому збудження підкіркових центрів викликає посилену діяльність ряду внутрішніх органів. У зв'язку з цим переживання почуттів супроводжується зміною ритму дихання та серцевої діяльності, порушується функціонування секреторних залоз (сльози від горя, піт від хвилювання). При одних емоційних станах ми відчуваємо приплив енергії, відчуваємо себе бадьорими, працездатними, при інших спостерігається занепад сил, скутість м'язових рухів.

Емоції і почуття тісно взаємопов'язані. На основі емоцій, систематично проживаємих людиною, формуються почуття.

Виділяють три пари найбільш простих емоційних переживань.

"Задоволення – невдоволення" від задоволення або незадоволення потреб.

Продовження Додатку Д

"Напруга – дозвіл". Емоція напруги пов'язана зі створенням нового або ламкою старого способу життя і діяльності. Завершення цього процесу переживається як емоція дозволу (полегшення).

"Збудження – заспокоєння". Емоція збудження визначається імпульсами, що йдуть в кору головного мозку з підкірки. Розташовані тут емоційні центри активізують діяльність кори. Гальмування корою імпульсів, що йдуть з підкірки, переживається як заспокоєння.

Розрізняють також стеничні (грец. "Стенос" – сила) і астеничні (грец. "Астенос" – слабкість, безсилля) емоції. Стеничні емоції підвищують активність, енергію і викликають підйом, збудження, бадьорість (радість, бойове збудження, гнів, ненависть). При стеничних емоціях людині важко мовчати, важко не діяти активно. Переживаючи співчуття товаришеві, людина шукає спосіб допомогти йому. Астеничні емоції зменшують активність, енергію людини, скорочують життєдіяльність (печаль, туга, смуток, пригніченість). Астеничні емоції характеризуються пасивністю, спогляданням, розслаблюють людину. Співчуття залишається хорошим, але безплідним емоціональним переживанням.

Емоції розрізняються по ряду параметрів: їх походження, інтенсивності, тривалості, глибини, усвідомленості.

Види емоційних станів:

Настрій – емоційний стан, який відрізняється слабкою або середньою силою і значною стійкістю. Може тривати впродовж днів, тижнів, місяців. Це не спеціальне переживання з приводу будь-якої конкретної події, а загальний стан.

Пристрасть – є тривалим і стійким емоційним станом. Але, на відміну від настрою, пристрасть характеризується сильним емоційним напруженням. Пристрасть виникає при сильному прагненні до певних дій, до досягнення якої-небудь мети і допомагає цьому досягненню. Позитивні пристрасті служать

Продовження Додатку Д

стимулом до великої творчої діяльності людини. Пристрасть – це тривале, стійке і глибоке почуття, що стало характеристикою особистості.

Афектами називаються надзвичайно сильні, швидко виникаючі і бурхливо протікаючі короточасні емоційні стани (афекти відчаю, люті, жаху). Дії людини при афекті відбуваються в вигляді "вибуху".

Натхнення як емоційний стан проявляється в різних видах діяльності. Воно характеризується великою силою і спрямованістю до певної діяльності. Найчастіше та найбільш яскраво цей емоційний стан проявляється у творчій діяльності. Натхнення - своєрідна мобілізація всіх душевних сил людини.

Стрес є станом надмірно сильної і тривалої психологічної напруги, яка виникає у людини, коли її нервова система одержує емоційне перевантаження. Стрес викликається екстремальними для даної особистості умовами і переживається з великою внутрішньою напруженістю. Стрес можуть викликати небезпечні умови для життя і здоров'я, великі фізичні та розумові перевантаження, необхідність приймати швидкі і відповідальні рішення. При сильному стресі частішають серцебиття і дихання, підвищується кров'яний тиск, виникає загальна реакція збудження, виражена в тій чи іншій мірі дезорганізації поведінки (безладні, нескоординовані рухи і жести, плутанині, несв'язній мові), спостерігаються розгубленість, труднощі в переключенні уваги, можливі помилки сприйняття, пам'яті, мислення. Стрес дезорганізує діяльність людини, порушує нормальний хід її поведінки. Часті і тривалі стреси негативно впливають на фізичне і психічне здоров'я людини. Однак при слабкому стресі з'являються загальна фізична зібраність, активізація діяльності, ясність і чіткість думки, кмітливість.

Фрустрація – психічний стан дезорганізації свідомості і діяльності особистості, викликаний об'єктивно непереборними (або суб'єктивно так

Продовження Додатку Д

розуміються і пережитими) перешкодами на шляху до дуже бажаної мети. Це внутрішній конфлікт між спрямованістю особистості і об'єктивними можливостями, з якими особистість не згодна.

Функції емоцій і почуттів, їх значення в житті людини

Емоції відіграють найважливішу роль у самосвідомості, у формуванні та підтримці почуття самоідентичності. Теорія диференціальних емоцій розглядає емоцію як найбільш фундаментальний спосіб організації відчуттів.

Емоції – усвідомлені, ми легко можемо пояснити, чому відчуваємо ту чи іншу емоцію. Що стосується вираження, то найчастіше вони проявляються у вигляді жестикуляцій, інтонацій і міміки. Краще за всіх проявляють емоції діти, а дорослі навчилися приховувати свої емоції, і робити вигляд, ніби відчувають ті чи інші види емоцій.

Емоції і почуття виконують такі функції. Сигнальна (комунікативна) функція виражається в тому, що емоції і почуття супроводжуються виразними рухами:

мімічними (рух м'язів обличчя),

пантомімічними (рух м'язів тіла, жести),

змінами голосу,

вегетативними змінами (потовиділення, почервоніння або збліднення).

Ці прояви емоцій і почуттів сигналізують іншим про те, які емоції і почуття переживає людина; дозволяють передати свої переживання іншим людям, інформувати їх про своє ставлення до предметів і явищ навколишньої дійсності. Комунікативна функція є однією з найважливіших функцій емоцій.

Регулятивна функція виражається в переживаннях, які спрямовують нашу поведінку, змушують долати перешкод. Регулятивні механізми емоцій знімають

Продовження Додатку Д

надлишок емоційного збудження. Коли емоції досягають крайньої напруги, відбувається їх трансформація в такі процеси, як виділення слізної рідини, скорочення мимічної і дихальної мускулатури (плач).

Відбивна (оцінна) функція виражається в узагальненій оцінці явищ і подій. Почуття охоплюють весь організм і дозволяють визначити корисність або шкідливість які впливають на них факторів і реагувати, перш ніж буде визначено саме шкідливий вплив.

Спонукальна (стимулююча) функція. Почуття нібито визначають напрямок пошуку, здатний забезпечити вирішення завдання. Емоційне переживання містить образ предмета, який задовольняє потреби, і своє упереджене ставлення до нього, що і спонукає людину до дії.

Підкріплююча функція виражається в тому, що значущі події, які викликають сильну емоційну реакцію, швидко і надовго вкарбовуються в пам'яті. Так, емоції "успіху – неуспіху" мають здатність прищепити любов до якого-небудь виду діяльності або погасити її.

Переключна функція виявляється при конкуренції мотивів, у результаті якої визначається домінуюча потреба (боротьба між страхом і почуттям обов'язку). Привабливість мотиву, його близькість особистісним установкам спрямовує діяльність особистості в ту або іншу сторону.

Пристосувальна функція. Емоції виникають як засіб, за допомогою якого живі істоти встановлюють значимість тих чи інших умов з метою задоволення актуальних для них потреб. Завдяки вчасно виниклому почуттю організм має можливість ефективно пристосуватися до навколишніх умов.

Приклад позитивних емоцій: блаженство, задоволення, симпатія, радість, захоплення. Приклад нейтральних емоцій: цікавість, здивування, байдужість, здивування. Приклад негативних емоцій: відчай, горе, печаль, страх, тривога, туга.

Я-повідомлення. Переваги Я-повідомлень.

"Я-висловлювання" ("Я-повідомлення") – психологічний термін, що позначає висловлювання людини, в якому вона описує свої почуття і формулює свої побажання з опорою на власні думки і емоції. «Я - повідомлення» призначене для встановлення контакту з близькою людиною і поліпшення взаєморозуміння з нею.

Я-висловлювання завжди починається з особових займенників: «я», «мені», «мене». Завжди безоціночно по відношенню до співрозмовника.

Дане поняття було запропоновано американським психологом Томасом Гордоном в 1960-х.

Описание	Пример
1. ЧУВСТВО	— Я злюсь... — Меня раздражает...
2. ФАКТ	— что посуда не вымыта... — когда опаздывают...
3. ЖЕЛАНИЕ	— Мне хотелось бы порядка в доме... — Я хочу встречаться вовремя...
4. ПОСЛЕДСТВИЯ	— и тогда мы сможем найти общий язык. — и тогда наши отношения будут теплее.

Рис.Е.1. 4-крокова модель «Я – повідомлення»

Структура «Я – висловлювання»

1) «Коли ...» (описується безоціночно фактична сторона події, тобто те, що відбувалося, як можна точніше і конкретніше).

Продовження Додатку Е

2) «Я відчув (ла) ...» або «Мені сподобалося / не сподобалося» (повідомляється, яка емоція, почуття були випробувані).

3) «Тому що» (Пояснюється, в зв'язку з чим виникло дане почуття, яке значення має ця подія для мовця).

4) «Я хочу» (Пропонується бажаний варіант розвитку ситуації).

5) «Я сподіваюся» (Або констатується позитивний результат розвитку ситуації, або обговорюється можливість досягнення домовленості про розвиток ситуації).

6) «Інакше ...» (проговорюються які санкції в разі негативного розвитку ситуації, або попередження про небажану зміну відносин).

Переваги використання «Я – висловлювань»:

зниження внутрішньої напруги і регуляції власного емоційного стану за рахунок промовляння своїх почуттів в теперішньому часі;

розмежування зон відповідальності за слова і дії між вами і співрозмовником;

вираз негативних емоцій соціально-прийнятним способом;

повідомлення співрозмовнику власних бажань і переваг полегшує не тільки процес саморозуміння, а й його життя, адже тепер йому не доведеться придумувати за вас, і спілкування не буде спотворено домислами;

відкритість і щирість полегшує процес спілкування в ситуації зіткнення інтересів.

Що не є "Я – повідомленням":

Звинувачення. Промовивши свої почуття, звинувачення співрозмовника в події.

«Навішування Ярликів». Приписування співрозмовнику певних якостей. Наприклад, «Я засмучуюсь, коли ти не допомагаєш мені по дому. Правильно

Продовження Додатку Е

кажуть, що всі сучасні діти – живуть тільки в гаджетах, і їм плювати на домашні обов'язки!». Образи. Наприклад: «Я злюся, коли ти залишаєш за собою в раковині купу брудного посуду і розкидаєш свої шкарпетки по всій квартирі! Я більше не буду за тобою забиратися!».

Вираз своїх емоцій в грубій формі. Наприклад: «Я в люті! Я готовий тебе вбити!».

Важливо:

«Я повідомлення» передбачає дотримання структури перших 4 кроків обов'язково». Інакше це скоріше маніпуляція, ніж техніка, що полегшує процес спілкування.

Крім вербальної інформації (сене того, що ви хочете донести), найважливішу роль відіграє невербалика (поза, інтонація, міміка, жестикуляція). І вони повинні бути узгоджені, інакше ви отримаєте будь-який результат, крім очікуваного))).

Вас переповнює почуття? Тоді назвіть його спочатку самому собі. Потім скажіть про нього іншому. У форматі «Я – повідомлення».

Говоріть від першої особи. Про себе. Про своє переживання, а не про іншу людину і його поведінці.

В цілому, «Я – повідомлення» виглядає так:

– Я злюся, що посуд не вимитий. Мені хотілося б порядку в домі, і тоді ми зможемо знайти спільну мову.

– Мене дратує, коли спізнюються. Я хочу зустрічатися вчасно, і тоді наші відносини будуть тепліше.

«Я – повідомлення» допомагає виражати почуття, пов'язувати їх з бажаннями і передбачити позитивні наслідки. Навчитися говорити в форматі «Я – повідомлення» непросто. Для цього бажано тренуватися.

Продовження Додатку Е

І все одно при цьому можуть виникати помилки:

1. Іноді, почавши з «Я – повідомлення», можливий перехід на «Ти – повідомлення».

Наприклад:

– МЕНЕ дратує, що ТИ такий неакуратний!

– МЕНЕ злить ТВОЄ запізнення!

В цьому випадку можна використовувати безособові пропозиції, невизначені займенники або ж узагальнюючі слова.

наприклад:

– МЕНЕ дратує, коли за стіл сідають з брудними руками!

– МЕНЕ злить, коли інші запізнюються.

2. При використанні «Я – повідомлення», бажано називати почуття, яке відчувається в даний момент і саме такої інтенсивності.

Однак це не завжди буває просто зробити, тому що думки зазвичай звертаються до їх вимовляють словами, а почуття, при цьому заганяються всередину. Тому бажано, у першу чергу, прислухатися до себе і до своїх почуттів.

І слідом за досвідом обов'язково прийде до вас і успіх у використанні «Я – повідомлень».

Особливості невербального іміджу

Коротенько про вербальний імідж. Мова, яка звучить відрізняється від письмової, тому у вербальній комунікації необхідно враховувати такі аспекти: Сенс мови, система пауз, інтонації, уникнення застережень і важких слів, хороший мовний апарат і дикція, вміння правильно представлятися.

Більш детально розглянемо особливості невербальний імідж. До даного типу іміджу відносять невербальну інформацію. Невербальний параметр є найдавнішим каналом, тому всі отримані дані сприймаються на підсвідомому рівні. Згідно з дослідженнями – 70% усіх активних повідомлень передаються саме через цей канал. А при невідповідності невербального каналу з вербальним, першому довіряють більше, відповідно його і вибирають інтуїтивно.

Класифікація невербальної інформації:

Оптико-кінетична система знаків;

Паралінгвістична і екстралінгвістичні системи знаків;

Організація просторово-часового комунікативного процесу;

Контакт очей.

Розглянемо кожен з них.

1. До першого виду відносять жести, позу, міміку, ходу, пантоміму.

– жести. Саме загальна моторика різних частин тіла показує емоційні реакції людини, тому включення даної системи знаків надає взаємодії нюанси, які в різних культурах сприймаються, по-різному. Жести узгоджуються не зі словом, а з думкою. Тому необхідно пам'ятати про рухи, які на мові жестів, можуть означати нецензурне слово. Цю сферу вивчає наука кинесика, назва образу на основі цієї системи – кінетичним іміджем. Найчастіше інформаційні

Продовження Додатку Ж

повідомлення рухаються по каналу «підсвідомість -подсознаніє», тобто ніким не усвідомлюється.

– міміка. Це так званий «мімічний паспорт». Він робить обличчя живим. Бесіда не відбудеться, якщо у керівника «кам'яне» особа. Також міміка видає справжнє ставлення до того чи іншого питання.

– хода. Вона може бути: розв'язної, яка прагне, повільної перевальцем і т. д.

- пластика, пози.

Вони бувають:

- поза догляду – нахил назад, поворот голови в бік, закритість контуру рук;
- поза пригніченості – опущені плечі, запала грудна клітка, втягнута шия, закритий контур рук і ніг;
- поза зарозумілості – розширена грудна клітка, плечі підняті, тулуб прямий, напружений, піднята голова, периферичний погляд.

Для того щоб викликати довіру і симпатію у аудиторії, необхідно знаходитися у відкритій позі, тобто руки і ноги не повинні бути схрещені. Наприклад, поклавши ногу на ногу так, що носок повернутий в бік дверей, говорить про бажання якомога швидше покинути даний захід.

Нахил голови теж грає важливу роль:

- нахил голови вперед, погляд з-під брів зчитується як агресія, і викликає у реципієнта нервово-психічне напруження, блокує підсвідомі процеси, в іншому випадку, викликає відповідну агресію;
- нахил голови назад показує зневажливе ставлення до слухача. Дана позиція «зверху»;
- невеликий нахил голови набік, або «голова уважного». Оптимальний варіант;
- поворот голови в бік співрозмовника говорить про зацікавленість і увагу.

Продовження Додатку Ж

– Також до оптико-кінетичної системи знаків відносять посмішку. Надмірна посмішка говорить про нещирість, несерйозності комунікатора або про «чергову ввічливість» і т. п. Посмішку варто використовувати в момент:

- вітання і прощання;
- звернення особисто до людини;
- в залежності від ситуації.

2. Паралінгвистичний параметр відповідає за якість голосу, діапазон, тональність. Екстралінгвистичний – за паузи, різні вкраплення, наприклад, сміх, плач і т. д. Це додатково збільшує семантику значення повідомлення.

3. Середовищний імідж (сигнали довкілля). Організація простору і часу несуть смислове навантаження як елемент комунікативного процесу. Тобто тут створюється якийсь простір між комунікатором і співрозмовником. Для реципієнта необхідно залишити особистий простір, інакше це сприймається як тиск, через що співрозмовник замикається, і діалог сходить на «ні». У дистанції бере участь не тільки говорить, але і навколишні предмети, наприклад, сумки.

Якщо відстань між людьми менш 160см, то вони розміщуються один проти одного, якщо більше – поруч. При розміщенні партнерів обличчям до обличчя виникає контакт. Прихід на зустріч без запізнень говорить про повагу.

Також необхідно дотримуватися дистанції (проксемика). Вона буває:

- 0-45 см. – інтимна;
- 45-120 см. – міжособистісна;
- 120-400 см. – соціальна;
- 400-750 см. – публічна.

При зміні дистанції можна взаємодіяти на сприйняття реципієнтами і на характер спілкування. Розташування в просторі теж впливає на формування образу: класика розташування – «керівник на чолі столу» показує авторитарний,

Продовження Додатку Ж

консервативний стиль комунікації. Якщо керівник і інші суб'єкти сидять за круглим столом даний ефект знімається, з'являється рівність.

Крім цього, для створення довірчого спілкування, необхідно подбати про приміщення.

4. Візуальна знакова система. Один з головних компонентів іміджу. Без контакту очей діалог не вишикується. У звичайному спілкуванні погляд займає 20-40% часу контакту. Підтримка контакту очей демонструє про бажання вести діалог і показує щирість. При відсутності контакту, навпаки, нещирість, закритість, недовіру.

5. Енергетичний імпульс. Харизма. Харизма – це енергоінформаційне поле особистості, сила особистості, в тому числі сила впливу на інших людей. Харизма – це оптимістична віра у власне призначення, розуміння сенсу життя.

6. габітарний імідж (зовнішність, одяг)

7. Матеріалізований (продукти діяльності людини - написані книги, зшитий одяг і т. д.)

8. Тактильні дії (такесика) рукостискання, поцілунки, поплескування, обійми.

Щоб образ був доброзичливим, привертав до себе співрозмовників, він повинен грамотно проаналізувати не тільки свої зовнішні достоїнства і недоліки, але і внутрішні. Тільки при правильному підборі компонентів і їх сукупної роботі формується позитивне або негативне ставлення до носія іміджу. Слід пам'ятати, що реципієнт не поділяє образ і особистість людини, для нього це одне і те ж. Тому образ повинен бути цілісним, позитивним і відображати його якості, цілі, цінності і місію.

Соціальні рольові позиції та его-стани.

Транзакційний аналіз за Е. Берном

Современный транзактный анализ Эрик Берна в практическом применении представляет собой систему коррекции как отдельных людей, так и пар, групп. При этом структура личности характеризуется наличием трех состояний "Я", или "эго-состояний": "Родитель", "Ребенок", "Взрослый".

Состояние **«Родитель»** – это усвоение индивидом опыта размышлений, действий, реакций, суждений своих родителей или других значимых людей в детстве. (Пример. Начальник - подчиненному: «Федоров, сколько раз еще нужно напоминать Вам об одном и том же?!»). "Родитель" – "эго-состояние" с интериоризованными нормами долженствований, требований и запретов. Это правила поведения, социальные нормы, запреты, нормы того, как можно или должно вести себя в той или иной ситуации. Есть два основных родительских влияния на человека: прямое, которое проводится под девизом: "Делай как я!" и косвенное, которое реализуется под девизом: "Делай не как я делаю, а как я велю делать!".

"Родитель" может быть контролирующим (запреты, санкции) и заботящимся (советы, поддержка, опека). Для "Родителя" характерны директивные высказывания типа: "Можно"; "Должно"; "Ни за что"; "Итак, запомни"; "Какой вздор"; "Бедняжка".

В тех условиях, когда "родительское" состояние полностью заблокировано и не функционирует, человек лишается этики, моральных устоев и принципов.

Состояние **«Ребенок»** – это сохраненное в подсознании индивида детство с его эмоциями, чувствами, движениями, мимикой. (Пример. Высокопоставленный чиновник, сидя на трибуне стадиона и наблюдая за игрой

Продовжения Додатку 3

своей любимой команды, позволяет себе то, что никогда не позволит себе в рабочем кабинете). «Виновник» такого аффективного поведения – эго-состояние «Ребенок», извлеченное из уголков области бессознательного, «заполненного» еще в далеком детстве.

Состояние «Ребенок» имеет несколько разновидностей:

- свободное, естественное (раскованность, фантазерство, импульсивность, непосредственность, воодушевление, смех, плач и т. п.);
- адаптированное, приспособляющееся (покорное, скромное, неуверенное, жалующееся, беспомощное, стесняющееся, боязливое и др.);
- бунтарское (грубое, капризное, строптивное, непослушное, агрессивное и т. д.);
- поведение маленького Профессора (психологии) – интуитивного знатока душ, манипулятора, изобретателя, порой интригана.

"Ребенок" – эмотивное начало в человеке. Для "Ребенка" характерны высказывания: "Я хочу"; "Я боюсь"; "Я ненавижу"; "Какое мне дело".

Состояние «**Взрослый**» – это поведение здравого смысла, независимости, деловитости, учета реального положения дел, трезвой оценки ситуации, адекватного восприятия других людей и др. Пример: друзья, деловито решающие назревшую проблему.

Взрослое "Я-состояние" – способность человека объективно оценивать действительность по информации из собственного опыта, принимать независимые, адекватные решения. Взрослое состояние развивается в течение всей жизни человека. Человек с преобладающим состоянием "Взрослого" является рациональным, объективным, способным осуществлять наиболее адаптивное поведение.

Продовження Додатку 3

Если "Взрослое" состояние заблокировано и не функционирует, то такой человек живет в прошлом, он не способен осознать изменяющийся мир и его поведение колеблется между поведением "Ребенка" и "Родителя".

Если "Родитель" – это преподанная концепция жизни, "Ребенок" – концепция жизни через чувства, то "Взрослый" – это концепция жизни через мышление, основанная на сборе и обработке информации. "Взрослый" является посредником между "Родителем" и "Ребенком". Он анализирует информацию, записанную в "Родителе" и "Ребенке", и выбирает, какое поведение наиболее соответствует данным обстоятельствам, от каких стереотипов отказаться, а какие включить. Цель коррекции: "Будь всегда взрослым!".

Для Берна характерна специальная терминология, которая обозначает события, происходящие между людьми в общении.

Трансакт - любой вербальный или невербальный контакт между двумя (или более) индивидами. Он состоит из стимула (S) и реакции (R) между двумя эго-состояниями.

Скрипты, или скрипт-программы – сценарии жизненного пути индивида, заложенные в него еще в детские годы под влиянием социального опыта и содержащиеся в эго-состоянии «Ребенок». Скрипты трудно поддаются осознанию и ведут обладателя по жизни на «поводке».

Психологическая игра – это поведение индивида со скрытым намерением (мотивом) во имя получения какого-то преимущества перед собеседником.

Игра есть неосознаваемый стереотип поведения, в котором личность стремится избежать близости (т. е. полноценного контакта) путем манипулятивного поведения. Близость – это свободный от игр, искренний обмен чувствами, исключая извлечение выгоды. Под играми понимается продолжительный ряд действий, содержащих слабость, ловушку, ответ, удар, расплату, вознаграждение. Каждое действие сопровождается определенными чувствами.

Продовження Додатку 3

Ради получения чувств часто и совершаются действия игры. Каждое действие игры сопровождается поглаживанием, которых в начале игры больше, чем ударов. Чем дальше разворачивается игра, тем интенсивнее становятся поглаживания и удары, достигая максимума в конце игры.

Психологическая игра представляет собой серию следующих друг за другом транзакций с четко определенным и предсказуемым исходом, со скрытой мотивацией. В качестве выигрыша выступает какое-либо определенное эмоциональное состояние, к которому игрок бессознательно стремится.

"Поглаживания и удары" – взаимодействия, направленные на передачу положительных или отрицательных чувств. Поглаживания могут быть:

- позитивными: "Вы мне симпатичны", "Какая вы милая";
- негативными: "Ты мне неприятен", "Ты сегодня плохо выглядишь";
- условными: "Ты бы мне больше нравился, если бы...";
- безусловными: "Я принимаю тебя таким, какой ты есть";
- фальшивыми (внешне они выглядят как позитивные, а на самом деле оказываются ударами): "Вам очень идет этот костюм, обычно костюмы на вас висят мешками".

Каждый человек нуждается в поглаживаниях, особенно остро эту потребность испытывают подростки, дети и старики. Поглаживания и удары находятся в обратной зависимости: чем больше человек принимает позитивных поглаживаний, тем меньше отдает ударов, и чем больше человек принимает ударов, тем меньше он отдает поглаживаний.

"Транзакции" – все взаимодействия с другими людьми с позиции той или иной роли: "Взрослого", "Родителя", "Ребенка". Графически транзактный анализ выглядит так (див.рис.3.1): каждый партнер по общению изображается в виде

Продовжения Додатку 3

набора всех трех его позиций: Р, В, Д (сверху вниз), а транзакция изображается стрелкой, идущей от выбранной позиции одного собеседника к предполагаемой позиции другого.

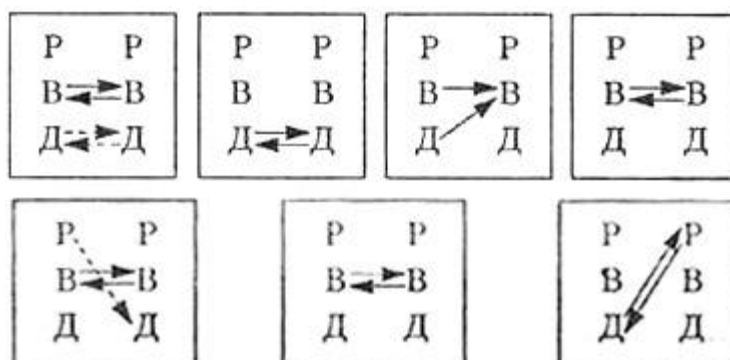


Рис. 3.1 – Транзакции по анализу Э. Берна

Выделяются разнообразные виды транзакций: «сверху» и «снизу», на равных, параллельные и пересекающиеся, конструктивные и конфликтогенные. Например, «сверху» (обращение от Родителя одного партнера к Ребенку другого) – это стремление доминировать, внешне проявляется как поучения, осуждения, советы, порицание, замечания, высокомерные и покровительственные интонации, похлопывание по плечу, стремление занять более высокое место, взгляды сверху вниз и мн. др. Снизу (от Ребенка к Родителю) – выглядит как просьба, извинение, заискивание, и т.п. На равных (В-В) – стремление к сотрудничеству, информационному обмену и т. п.

Скрытые транзакции (отмечены пунктиром) – именно они определяют реальный результат психического изменения. Стимулы и ответы являются чрезвычайно сильными средствами, которые люди используют для влияния друг на друга. Скрытые транзакции включают более двух "эго-состояний", сообщение в них маскируется под социально приемлемым стимулом, но ответная реакция ожидается со стороны эффекта скрытого сообщения, что составляет суть психологических игр.

Продовження Додатку 3

Перекрестные трансакции начинаются взаимными упреками, едкими репликами и заканчиваются хлопаньем дверью. В этом случае на стимул дается реакция, активизирующая неподходящие "эго-состояние".

"Запреты и ранние решения" – одно из ключевых понятий, означающее послание, передающееся в детстве от родителей к детям из эго-состояния "Ребенок" в связи с тревогами, заботами и переживаниями родителей. Эти запреты можно сравнить с устойчивыми матрицами поведения. В ответ на эти послания ребенок принимает формулы поведения, вытекающие из запретов. Например, "Не высовываться, надо быть незаметным, а иначе будет плохо". – "А я буду высовываться".

"Жизненный сценарий" – это жизненный план, напоминающий спектакль, который личность вынуждена играть. Он включает в себя родительские послания (социальные нормы, запреты, правила поведения). Дети получают от родителей вербальные сценарные сообщения как общего жизненного плана, так и касающиеся различных сторон жизни человека: профессиональный сценарий, сценарий женитьбы-замужества, образовательный, религиозный и т. д. При этом родительские сценарии могут быть: конструктивными, деструктивными и непродуктивными.

"Психологическая позиция или основная жизненная установка" – совокупность основных, базовых представлений о себе, значимых других, окружающем мире, дающих основание для главных решений и поведения человека. Выделяют следующие основные позиции:

"Я благополучен – ты благополучен".

"Я неблагополучен – ты неблагополучен".

"Я неблагополучен – ты благополучен".

"Я благополучен – ты неблагополучен".

Продовжения Додатку 3

1. "Я благополучен – ты благополучен" – это позиция полного довольства и принятия других. Человек находит себя и свое окружение благополучным. Эта позиция удачливой, здоровой личности. Такой человек поддерживает добрые отношения с окружающими, отзывчив, вызывает доверие, доверяет другим и уверен в себе. Такой человек умеет жить в изменяющемся мире, внутренне свободен, и не тратит время на борьбу с самим собой или с кем-то из окружающих. Человек с такой позицией считает, что жизнь каждого человека стоит того, чтобы жить и быть счастливым.

2. "Я неблагополучен – ты неблагополучен". Эта позиция безнадежного отчаяния, когда жизнь воспринимается бесполезной и полной разочарований. Такая позиция может складываться у ребенка, лишенного внимания, заброшенного, когда окружающие безразличны к нему, или у взрослого, который понес большую утрату и не располагает ресурсами для собственного восстановления, когда окружающие отвернулись от него и он лишен поддержки. Многие люди с установкой "Я неблагополучен – ты неблагополучен" проводят большую часть жизни в наркологических, психиатрических и соматических стационарах, в местах лишения свободы. Для них типичны все нарушения здоровья, вызванные саморазрушающим поведением: непомерное курение, злоупотребление алкоголем и наркотическими веществами. Человек с такой установкой считает, что и его жизнь и жизнь других людей вообще ничего не стоит.

3. "Я неблагополучен – ты благополучен". Человек с негативным образом собственного "Я" отягощен происходящими событиями и принимает на себя вину за них. Он недостаточно уверен в себе, не претендует на успех, низко оценивает свой труд, отказывается брать на себя инициативу и ответственность. Он ощущает себя полностью зависимым от окружающих, которые представляются ему огромными, всемогущими, благополучными фигурами.

Продовжения Додатку 3

Человек с такой позицией считает, что его жизнь немного стоит в отличие от жизни других, благополучных людей.

4. "Я благополучен – ты неблагополучен". Эта установка надменного превосходства. Формирование установки в детстве может складываться по двум механизмам: в одном случае семья всячески подчеркивает превосходство ребенка над другими ее членами и окружающими. Такой ребенок растет в атмосфере почитания, всепрощения и принижения окружающих. Человек с такой установкой считает свою жизнь весьма ценной и не ценит жизнь другого человека.

Наиболее часто встречаются состояния контаминации, когда смешиваются два и более разных "эго-состояния" личности.

Главная цель коррекции в транзактном анализе – помощь клиенту в осознании своих игр, жизненного сценария, "эго-состояний" и при необходимости принятие новых решений, относящихся к поведению и построению жизни. Сущность коррекции заключается в том, чтобы освободить человека от выполнения навязанных программ поведения и помочь ему стать независимым, спонтанным, способным к полноценным отношениям и близости.

Идея психотерапевтической помощи человеку состоит в освобождении его от скриптов. Это осуществляется путем осознания самого факта их наличия, принятия (вопреки скриптам) свободного, искреннего поведения, формирования независимости. Целью также является достижение клиентом освобождения от принуждения, включенность в настоящие, свободные от игр взаимодействия, допускающие откровенность и контакт. Конечная цель помощи – достижение автономии личности, определение своей собственной судьбы, принятие ответственности за свои поступки и чувства.