

Гачкевич, А., та Весоловська, М. (2023). Карти емоційного інтелекту для розвитку кадрового потенціалу. Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку, 3 (25): 115-127. [HTTPS://doi.org/10.26661/2522-1566/2023-3/25-10](https://doi.org/10.26661/2522-1566/2023-3/25-10)

(у поданій до друку редакції)

УДК 658.3.07: 159.942.3

КАРТИ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Гачкевич А.О.

к.ю.н., доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: 0000-0002-8494-1937

andrii.o.hachkevych@lpnu.ua

Весоловська М.К.

к.н.держ.упр., доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: 0000-0002-3151-6435

Анотація. Стаття присвячується проблемі розвитку кадрового потенціалу, яка набула надзвичайної актуальності під час та після пандемії COVID-19, насамперед через її негативний вплив на психічне здоров'я населення. Предметом дослідження є підвищення рівня емоційного інтелекту як важливої «м'якої» навички, що забезпечується через використання карт емоційного інтелекту, розроблених авторами з дотриманням прав інтелектуальної власності. Карти придатні до вжитку як у веб-версії, так і у вигляді надрукованої колоди, яка складається з 5 блоків: 2 – з виразами обличчя, 2 – з назвами базових емоцій та їхніх різновидів, 1 – з пейзажами та абстракціями. Розгляд таких карт, враховуючи вплив засадничих теоретичних напрацювань в сфері емоційного інтелекту, зокрема окремих ідей Д. Гоулмана (розширений перелік емоцій), Дж. Майера та П. Саловея (модель емоційного інтелекту), обрано метою цієї статті. Методологія ґрунтується на соціологічному опитуванні, проведеному як анкетування у форматі онлайн для узагальнення результатів визначення емоцій на фотографіях респондентами. Для досягнення мети також проводились фокус-групи з обговоренням труднощів при виборі емоцій під час анкетування, додаткових засобів для розпізнавання емоцій тощо. Результати дослідження пояснюють порядок створення карт, а також розкривають перспективи їхнього використання для навчання персоналу. Авторами виокремлено принципи роботи з картами емоційного інтелекту, наприклад, індивідуальної інтерпретації, невиключності вербалізації, підбору активностей відповідно до етапу навчального заходу та рівня складності та ін. Практичне значення цієї статті полягає в представленні нового інструменту для проведення тренінгів та інших заходів кадрового менеджменту. Крім того, висновки можуть бути цінними для розширення наукових знань про сприйняття емоцій.

Ключові слова: карти емоційного інтелекту, розвиток кадрового потенціалу, інструменти навчання персоналу, емоційний інтелект, сприйняття емоцій, розпізнавання емоцій, базові емоції, тренінг особистісного зростання.

JEL класифікатор: I310, M120.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Вплив пандемії COVID-19 на психічне здоров'я істотно погіршив якість життя людей, зокрема внаслідок частого переживання неприємних емоційних станів. За таких обставин зросло значення «м'яких» навичок (soft skills), які сприяють більш ефективному управлінню собою, серед них – емоційного інтелекту. Підходи до його розуміння є різними: від набору здібностей до виокремлення як особистісної риси. Водночас, кожен з основних підходів відображений у відповідній методиці оцінки – відправній точці у виборі інструментів для підвищення рівня емоційного інтелекту.

В основі цієї статті лежить ідея карт емоційного інтелекту як інструменту навчання персоналу для тренінгів особистісного зростання та інших навчальних заходів, розробленого авторами з врахуванням наукових напрацювань у предметній сфері та вдосконаленого експериментальним шляхом. Робота виконана в межах проекту, що фінансується Національним фондом досліджень України: «Оцінка наслідків впливу пандемії COVID-19 на кадровий потенціал України та визначення шляхів їх подолання» (реєстраційний номер: 2021.01/0433).

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Порушена у статті проблема розвитку кадрового потенціалу досліджувалась в українській науці такими вченими як: Гавкаловою Н., Гонтюк В., Гриньовою В., Дашко І., Дискіною А., Курепіном В., Писаревською Г., Рудковською Д., Сидоровою А. та багатьма іншими. В системі сприятливих факторів для розширення можливостей та підвищення ефективності кадрів виділяють якісний кадровий менеджмент, завдяки якому задовольняється потреба органу влади, установи чи підприємства у працівниках.

В нашому полі зору перебуває такий аспект проблеми як інструменти навчання персоналу у сфері «м'яких навичок», насамперед емоційного інтелекту, які поряд з вдосконаленням професійної компетентності мають вагомий вплив на формування якісного кадрового складу. Рівень та значення емоційного інтелекту в контексті кадрового менеджменту вивчалися, зокрема, Ю. Бреус, Т. Драбчук, С. Дубовик, Л. Заграй, В. Зарицькою, А. Книш, М. Корман, О. Новак, Н. Цигилик, в тому числі через призму виділення різних категорій працівників (керівників закладів середньої освіти [1], менеджерів [2; 3], бізнес-лідерів [4], педагогів [5]).

Водночас, до цього часу залишається маловивченим питання, якими методами та засобами користуватись для навчання емоційному інтелекту кадрів при проведенні тренінгів та інших розвивальних заходів (відзначимо підручник Матійків І. «Тренінг емоційної компетентності» [6]). Саме тому фокус нашого дослідження зосереджено на порядку створення карт емоційного інтелекту як авторської розробки, призначеної для розвитку кадрового потенціалу, а також перспективах їх застосування.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті полягає в розгляді карт, розроблених авторами на основі теоретичних напрацювань в сфері емоційного інтелекту та результатів соціологічного опитування. Такі

карти підлягають безкоштовному використанню (за умови дотримання положень законодавства) як у веб-версії, так і у вигляді надрукованої колоди для лекцій, тренінгів, консультацій та інших навчальних заходів кадрового менеджменту. При їхній підготовці було взято до уваги негативні наслідки пандемії COVID-19 на психічне здоров'я населення, насамперед часті переживання страху, а також тривожно-депресивні розлади. У статті також представлено принципи використання карт емоційного інтелекту, що формувались враховуючи напрацювання фокус-груп.

Для досягнення поставленої мети виділяємо головні завдання: обґрунтувати концептуально карти науковими положеннями (теоретичною конструкцією емоційного інтелекту Дж. Майєра та П. Саловея, а також класифікацією базових емоцій та їхніх різновидів Д. Гоулмана); згрупувати карти, зокрема виходячи з того, наскільки виразними були відзначені респондентами емоції; пояснити принципи використання карт для розвитку кадрового потенціалу, включаючи описи окремих рекомендованих активностей.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Особливе значення для досягнення мети відігравали методи соціологічного опитування та фокус-групи. Соціологічне опитування було проведеним у формі анонімного анкетування онлайн з використанням Google-форм (без збереження електронних адрес). Участь в опитуванні взяло 152 особи віком від 16 до 67 років, серед них за статтю: жінок – 127 (83,6%), чоловіків – 25 (16,4%). Воно складалось з 29 питань, абсолютна більшість яких полягала у визначенні емоції, яку переживає людина на фотографії (кількість варіантів для вибору не обмежувалась). У переліку наведено 40 переживань, включаючи базові емоції та їхні різновиди. Крім того, респондент міг надати свій варіант відповіді. Інші питання стосувались віку, статі, оцінки власного рівня емоційного інтелекту (десятибальна шкала). Час на анкетування не був обмеженим.

Фотографію з різними переживаннями взято з категорії «психічний стан» у мультимедійній базі Adobe Stock на умовах стандартної ліцензії (назва – «вирази обличчя»). Вона відображає 25 різних виразів обличчя та жестів, які демонструє одна і та сама жінка (рисунок 1). При цьому емоції не були названі. Кожен з 25 показувався окремо для того, щоб респонденти ідентифікували відповідні переживання.

Загальні результати анкетування вивчались на підставі візуалізації даних за допомогою Google-форм, а також підлягали аналізу після перенесення у Microsoft Excel. Завдяки цьому виділено тенденції стосовно розпізнавання емоцій серед осіб, які оцінюють свій рівень емоційного інтелекту високим (експертна частина). Також здійснювався підрахунок кількості емоцій, позначених для кожної з фотографій за допомогою онлайн-калькулятора.

Учасників соціологічного опитування, об'єднаних у 4 фокус-групи чисельністю від 10 до 15 осіб, запрошено до обговорення перспектив використання карт емоційного інтелекту. З-поміж питань, які порушував модератор, були наступні: обізнаність з поняттям емоційного інтелекту, важливість вміння сприймати та розпізнавати емоції, труднощі при виборі емоцій та почуттів під час анкетування, додаткові засоби для розпізнавання емоцій, роль подібних карт у розвитку рівня емоційного інтелекту.



*Рисунок 1. Вирази обличчя та жести, характерні для різних переживань
Джерело: мультимедійна база Adobe Stock (стандартна ліцензія)*

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Хоча поняття емоційного інтелекту увійшло до вжитку в науковій та популярній літературі нашого часу наприкінці минулого століття, сьогодні його суть має різні інтерпретації. Існують три підходи до його розуміння. По-перше, в ньому вбачають особливі здібності, пов'язані зі сферою емоцій, які проявляє людина на роботі в тому числі [7]. По-друге, окрему рису, споріднену зі стресостійкістю, самомотивацією, оптимізмом, цілеспрямованістю тощо, безумовно залежних від емоційного настрою [8]. По-третє, існує змішаний підхід, в межах якого емоційний інтелект розглядається в найширшій інтерпретації [9].

Відзначимо, що проблематика досліджень у предметній сфері порушує, крім розуміння поняття, ще два важливі та взаємопов'язані аспекти: як вимірювати EQ (EQ – це термін, що вживається по аналогії з IQ) та наскільки достовірними є наявні методики. Модель емоційного інтелекту Дж. Майера та П. Саловея є однією з найбільш авторитетних теоретичних конструкцій для пояснення його суті як набору здібностей. Саме вона лежить в основі MSCEIT – стандартизованого тесту з емоційного інтелекту за 4 підкомпонентами: сприйняття емоцій, використання у мисленні, розуміння емоцій та управління ними.

Підкомпонент сприйняття емоцій відповідає за такі здібності: (1) визначати оманливі або нещирі прояви емоцій; (2) розрізняти точне та неточне вираження емоцій; (3) розуміти, як відображаються емоції залежно від контексту та культури; (4) виражати емоції точно, коли це потрібно; (5) сприймати емоційне наповнення навколишнього середовища, образотворчого мистецтва та музики; (6) сприймати емоції інших людей через їхні голосові сигнали, вираз обличчя, мову та поведінку; (7) визначати емоції у власному фізичному стані, почуттях і думках [10, с. 159]. Інші три підкомпоненти являють собою вищі рівні ієрархії.

Саме розпізнавання емоцій іншої людини через вираз обличчя вважається основоположною навичкою емоційного інтелекту, особливо для кадрового складу,

передумовою більш ефективного управління собою та ефективного спілкування з іншими. Зауважимо, що не менш цінною в умовах дії наслідків пандемії COVID-19 на психічне здоров'я населення є навичка ідентифікувати власні емоційні стани, для якої лакмусовим папірцем є вміння помічати емоційне наповнення фотографій пейзажів та абстракцій.

При розробці карт ми використали окремі ідеї методики MSCEIT: здатність до сприйняття емоцій істотним чином відображає вміння розпізнавати вирази обличчя людини на фотографії, а отже через цю здатність емоційному інтелекту можна навчати кадри; співпадіння оцінки більшості у питаннях, які пов'язані з демонстрацією емоцій, набуває еталонного характеру. Крім того, враховано самооцінювальний підхід до вимірювання емоційного інтелекту як риси особистості, характерний для методик-опитувальників (наприклад, популярного серед українських вчених тесту стосовно визначення рівня емоційного інтелекту Н. Холла, який має ряд сильних сторін [11]).

Інше питання – базові емоції та їхні різновиди – набуло актуальності в процесі розробки карт через відсутність загальновизнаного переліку. З одного боку, в MSCEIT наведено такі емоції для вибору – радість, сум, страх, гнів, відраза, здивування, хвилювання (тут і далі — авторський переклад). З іншого боку, для того, щоб вибір був більш обґрунтованим, ми звернулись до розширеного переліку, наведеного Д. Гоулманом [12, с. 331-332]. Він об'єднав емоції у 8 сімей, що істотно відрізняються між собою за кількістю різновидів: гнів – 15, сум – 10, страх – 14, радість – 17, любов – 9, здивування – 4, відраза – 7, сором – 8. Після опрацювання переліку ми залишили по 4 їхні різновиди, керуючись лінгвістичними та культурними факторами.

Саме базові емоції та їхні різновиди покладені в основу перших 8 карт, які можуть ознайомити учасників тренінгів особистісного зростання та інших навчальних заходів з поняттям емоцій та дозволять обговорити їхню роль у житті. Зображення персонажу, що перебуває у відповідному емоційному стані, було взятим з фотографії у мультимедійній базі Adobe Stock на умовах стандартної ліцензії (рисунок 2).



*Рисунок 2. Картки з назвами базових емоцій та їхніми різновидами
Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Adobe Stock)*

Список з мультिवибором включав 40 варіантів та опцію «інше» (у респондентів була можливість для кожної з фотографій обрати та назвати інше переживання, не з переліку). При ознайомленні з результатами анкетування ми виявили, що ступінь вираженості певних емоцій на кількох фотографіях був дуже високим (відзначений більшістю у 3/5 респондентів): радість – 96%, страх – 66%, відраза – 64%, гнів – 61%, здивування – 65%. Вони були використані для створення 5 карт базових емоцій з виразами обличчя (рисунок 3).



Рисунок 3. Картки з добре вираженими базовими емоціями

Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Adobe Stock)

Водночас, ми помітили, що 4 базові емоції респонденти розпізнали як найбільш виразні (за тим варіантом відповіді, який обраний частіше за інші) більш, ніж на одній фотографії: здивування та радість – на 5, гнів – 4, страх – 2. У зв'язку з цим, виникло припущення, що більш точне розпізнавання емоцій на обличчі характерне для людей, які оцінюють свій рівень емоційного інтелекту високим. З одного боку, самооцінювання і справді може мати суб'єктивний характер, а отже краще надати перевагу більш точним об'єктивним тестам у формі завдань. З іншого боку, стали дуже поширеними опитувальники, що складаються з питань до респондента на предмет того, якими він бачить свої здібності, пов'язані зі сферою емоцій. Їхня сильна сторона полягає у відсутності необхідності встановлення еталонів для отримання результатів [13, с. 280-282; 14, с. 421-423]. Виходячи з цього, було виокремлено результати тієї частини респондентів, які високо оцінили свій рівень емоційного інтелекту під час загального опитування («9» та «10» за десятибальною шкалою), та перенесено ці відомості у Microsoft Excel з метою подальшого аналізу (рисунок 4).

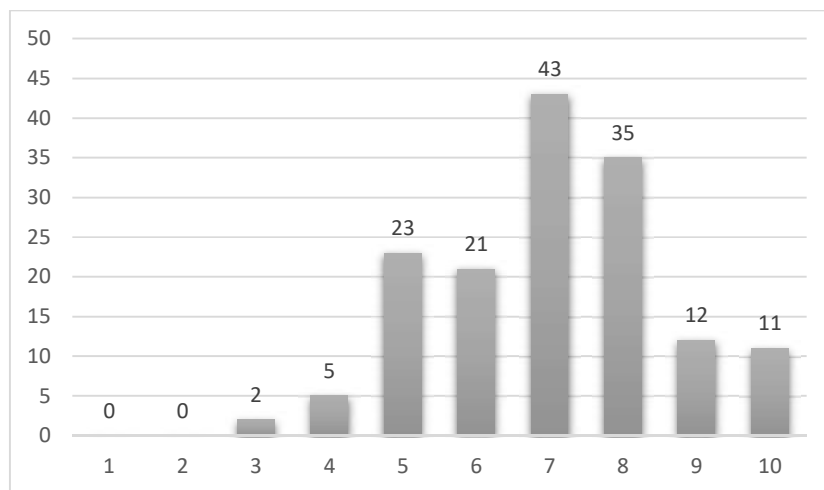


Рисунок 4. Кількість респондентів, які оцінювали свій рівень емоційного інтелекту

Джерело: результати опитування (побудова діаграми у Microsoft Word)

Загалом ми виявили, що відповіді 23 респондентів (15%), які вважають себе висококомпетентними в сфері емоційного інтелекту, в більшості випадків співпадали з попередніми результатами з приводу виявлення найбільш виразної емоції (20 з 25 фотографій – 80%). Визначений результатами анкетування усіх респондентів провідний емоційний стан

співпадав з точкою зору тієї частини, яку ми розглядали в якості експертної, і на наступних фотографіях (рисунок 5).

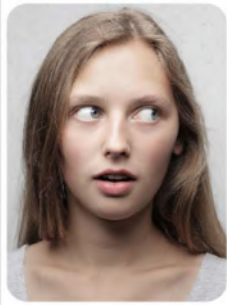
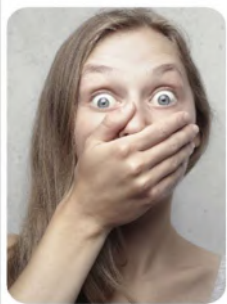


Рисунок 5. Карти з добре вираженими різновидами гніву, відрази, суму та радості
Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Adobe Stock)

Думка експертної частини стосовно розпізнавання фотографій, на яких найбільш виразно проявлялись згадані вище 4 базові емоції, в більшості випадків була такою самою, як усіх респондентів (здивування – на 5, радість – на 3, гнів – 3, страх – 2). Додатково до наведених вище карт з назвами, створених на основі найбільш виражених емоційних станів, ми виявили наступні співпадіння (таблиця 1). Так само наводимо переліки достатньо помітних емоційних станів на кожній з фотографій за частотою розпізнавання.

Таблиця 1.

Добре виражені базові емоції			
Фотографія	Провідний стан та інші менш виразні	Фотографія	Провідний стан та інші менш виразні
	Провідний емоційний стан – здивування: загалом – 65%; експерти – 61%. Інші менш виразні емоції: подив, приголомшеність, дружелюбність, захоплення, шок, радість та ін.		Провідний емоційний стан – здивування: загалом – 55%; експерти – 50%. Інші менш виразні емоції та почуття: занепокоєність, стривоженість, тривога, подив, переляк, збентеження та ін.
	Провідний емоційний стан – страх: загалом – 40%; експерти – 39%. Інші менш виразні емоції та почуття: переляк, шок, сором, здивування, потрясіння,		Провідний емоційний стан – радість: загалом – 44%; експерти – 43%. Інші менш виразні емоції та почуття: задоволення, насолода, дружелюбність,

	приголомшеність та ін.		доброта, захоплення, ейфорія та ін.
	Провідний емоційний стан – гнів: загально – 45%; експерти – 43%. Інші менш виразні емоції та почуття: злість, обурення, роздратування, неприязнь, презирство, відраза та ін.		Провідний емоційний стан – гнів: загально – 61%; експертна частина – 57%. Інші менш виразні емоції та почуття: злість, обурення, роздратування, лють, неприязнь, презирство та ін.
	Провідний емоційний стан – здивування: загально – 52%; експерти – 65%. Інші менш виразні емоції: подив, занепокоєність, стривоженість, збентеження, приголомшеність, захоплення та ін.		Провідний емоційний стан – радість: загально – 89%; експертна частина – 78%. Інші менш виразні емоції та почуття: задоволення, насолода, дружелюбність, доброта, захоплення, ейфорія та ін.
	Провідний емоційний стан – здивування: загально – 52%; експертна частина – 57%. Інші менш виразні емоції та почуття: шок, приголомшеність, потрясіння, подив, страх, переляк, збентеження та ін.		

Разом з тим, деякі відповіді відрізнялись, що дозволило частково підтвердити наше припущення. На трьох фотографіях з-поміж тих, які залишились (5 з 25 – 20%), замість базових емоцій (радість та гнів), називались: доброта та задоволення, а також горе відповідно. Цікавим фактом стало те, що ще одна була охарактеризована за результатами експертної групи як така,

яка відображає базову емоцію радості. Водночас, на підставі загального опитування – її різновид (дружелюбність).

Порівняльні результати дозволяють прийти до висновку, що вищенаведені фотографії відображають емоції доброти (усереднений результат – 43%, також було розпізнано радість, довіру, дружелюбність, захоплення, любов), дружелюбності (24% – радість, доброту, ейфорію, презирство) занепокоєності (34% – стривоженість, пригніченість, тривогу), задоволення (33% – радість, дружелюбність, доброту). Водночас, карта, яку ми підписали «горе», може розглядатись і як прояв гніву, адже узагальнені результати є вищими, ніж третина респондентів (рисунки 6).



Рисунок 6. Карти з різними оцінками щодо провідного емоційного стану
Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Adobe Stock)

Під час анкетування респонденти мали можливість вказати іншу емоцію, ніж ті, що наведені в розширеному переліку. Завдяки відкритому варіанту відповіді ми доповнили карти з назвами емоцій – 8 базових та їхніх різновидів – ще трьома, де вказуються зазначені учасниками опитування додаткові до перелічених у списку емоції на фотографіях (рисунки 7).



Рисунок 7. Карти з назвами додаткових емоцій
Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Adobe Stock)

До колоди карт емоційного інтелекту ми також включили 34 карти з пейзажами та абстракціями для кращого розуміння власних емоцій та переживань. Вони можуть використовуватись на підставі принципів, що сформувались для метафоричних асоціативних карт [15].



Рисунок 8. Приклади карт з пейзажами та абстракціями
Джерело: власні напрацювання (з використанням мультимедійної бази Pexels)

Рекомендована активність. Учасники витягують наосліп одну з карт (якщо тренінг проводиться онлайн, то вони у випадковому порядку розподіляються тренером). Тоді їм потрібно описати той емоційний стан, з яким карта асоціюється. Під час опису можуть використовуватись такі слова, як пригніченість, апатія, ступор, бадьорість, енергійність та ін., а також розпізнаватись власні почуття («коли я дивлюсь на цю карту, то мені страшно»). Відповіді учасників не обмежуються жодними переліками та не підлягають критичному аналізу. Усі вони узагальнюються на фліпчарті як цінний матеріал для виконання подальших активностей (або в окремому документі онлайн).

Респонденти, які були запрошені до участі у фокус-групах, заявили про те, що добре обізнані з поняттям емоційного інтелекту. Разом з тим, вони не змогли пояснити суть цього поняття, хоча й відзначили, що відповідні вміння на сучасному етапі повинні бути наявними, в тому числі для «розуміння себе та кращого знання світу». Підкреслювалась необхідність розвивати емоційний інтелект через те, що люди часто приховують свої справжні емоції та почуття, а також подекуди виникають труднощі у взаємодії з іншими.

Учасники фокус-груп погодилися з тим, що активність з розпізнавання емоцій у виразі обличчя та жестах однозначно вдосконалює емоційний інтелект. На їхню думку, більш ефективними для особистого росту будуть карти без підписаних назв, адже вони сильніше активізують пізнавальні процеси.

Серед основних проблем, що проявились при виборі емоцій під час анкетування, було названо:

- неприродне вираження емоцій на деяких фотографіях, вони виглядають радше як постановочні;
- відсутність можливості роздивитись очі, якщо на фотографії вони закриті, а отже розпізнати емоційний стан чи почуття, яке людина переживає, дуже важко;
- протиріччя між тим, яку емоцію зараз людина хоче показати, та тим, яку вона переживає насправді;
- неспроможність вербалізувати потрібне переживання, водночас, з'являється відчуття співпереживання;
- представлення занадто широко спектру варіантів для вибору, який викликав в окремих учасників фокус-групи дискомфорт.

В той же час, учасники відзначили кілька факторів, які дозволять вдосконалити карти як інструмент навчання персоналу, а також сприятимуть більш точному розпізнаванню. Водночас, ці фактори, полегшуючи виконання завдання розпізнати емоцію, інколи перешкоджатимуть дидактичним цілям:

- підготовка фотографій різних людей, а не однієї людини, які перебувають у різних життєвих ситуаціях;
- заміна зображень, для яких характерна статична міміка, на відео, що демонструють емоцію в динаміці;
- пошук інших ракурсів, завдяки яким можна побачити не тільки обличчя, а й жести та мову тіла;
- доповнення візуальної інформації аудіальною, тобто записом тону голосу та інтонації людини на фотографії.

При використанні карт емоційного інтелекту для тренінгів особистісного зростання та інших навчальних заходів рекомендуємо дотримуватись наступних принципів.

По-перше, інтерпретації кожної карти залежать від власного досвіду та індивідуального сприйняття. Підписані назви або ті емоції, які маємо на увазі як виразні для непідписаних карт,

є всього лиш узагальненими оцінками більшості, а не істиною в останній інстанції. Абсолютна більшість учасників фокус-груп стверджувала, що правильних відповідей бути не може, адже сприйняття емоцій є частиною індивідуальності людини. Разом з тим, усім їм було цікаво, якими будуть загальні результати.

По-друге, вербалізація емоції не є єдиним способом її розуміння. Інколи емоцію легше відчувати самому, ніж правильно її назвати. Таке спостереження, відзначене серед основних проблем, підтверджує точку зору, що можливості інтелекту в традиційному розумінні, який проявляється у вербалізації та для вимірювання якого розроблялись тести IQ, обмежені щодо здатності добре розпізнавати емоції. Через це слід допускати інші способи, ніж вербалізацію.

По-третє, робота з картами емоційного інтелекту передбачає необхідний рівень знань та навичок у тренера або іншої людини, яка проводить навчальний захід. Якщо висока кваліфікація в галузі психології є відсутньою, то рекомендуємо бути обізнаним хоча б в таких питаннях: поняття, класифікація та функції емоцій, роль емоцій в житті людини, вплив емоцій на поведінку, витіснення як механізм психологічного захисту, способи конструктивного використання негативних емоцій, види емоційних переживань (емоції, почуття, настрої, афекти), тривожні стани, панічні атаки, переживання страху, депресії, тілесний інтелект, розуміння емоцій, управління емоціями, професійне вигорання, мотивація, стресостійкість.

По-четверте, колода як інструмент навчання персоналу складається з різних типів карт, кожен з яких має своє призначення. Карти з назвою базової емоції та переліком її окремих різновидів є цінними для розуміння природи емоцій та розширення уявлень про позитивний вплив негативних переживань. Карти з обличчям, на яких підписано найбільш виразні емоції, дозволяють виразити свої переживання щодо основних проблем, які з'явилися у професійній діяльності як наслідки карантинних обмежень, а також викликати самопрезентаційні асоціації. Карти з назвами додаткових переживань, які були наведені респондентами поза переліком Д. Гоулмана, заохочують до пошуку взаємозв'язків між різними емоційними станами. Карти з обличчям, на яких не вказано емоції, підлягають використанню для загальної оцінки вміння розпізнавати емоції, а карти з пейзажами та абстракціями сприяють усвідомленню стійких негативних емоційних станів, зумовлених переживаннями під час та після пандемії COVID-19.

По-п'яте, карти емоційного інтелекту можуть використовуватись для вправ різних рівнів складності, а також – на різних етапах тренінгу (чи іншого навчального заходу). Наприклад, карти з пейзажами та абстракціями дають можливість зрозуміти свій стан на початку та наприкінці, як і обрати карту, що демонструє бажаний стан (низький рівень складності). Своєю чергою карти з назвами базових емоцій та переліками їхніх окремих різновидів сприяють кращому засвоєнню теоретичного матеріалу про поняття, види та функції емоцій (середній). Водночас, різні типи карт доцільно поєднувати за необхідністю. Так, пошук взаємозв'язків між різними емоційними станами здійснюється через співставлення карт з назвами додаткових переживань та карт з підписами найбільш виразних емоцій (високий).

ВИСНОВКИ

Розроблені авторами цієї статті карти емоційного інтелекту призначені для вдосконалення здібностей емоційного інтелекту насамперед стосовно сприйняття емоцій. Принципи використання карт розширюють перелік методів та засобів навчання емоційному інтелекту кадрів під час особистісних тренінгів та інших розвивальних заходів. Застосування карт у кадровому менеджменті дозволить підвищити рівень обізнаності з емоціями та їхнім впливом на поведінку людини, краще усвідомлювати свої емоційні стани, а також більш точно розпізнавати або навіть співпереживати ту емоцію, яку в даний момент відчуває інша людина. Завдяки більш повному розумінню своїх та чужих переживань, а також ознайомленню зі

способами управління ними ефективність працівників зростатиме, а негативний вплив наслідків пандемії COVID-19 буде слабшим.

Карти емоційного інтелекту були розроблені з врахуванням авторитетних теоретичних напрацювань у сфері емоційного інтелекту, що розкривають його суть як набору здібностей, а також конкретизують широку палітру людських емоцій. Аргументованість вибору підписів для карт, що демонструють еталонні вирази обличчя для базових емоцій та їхніх різновидів, пояснюється результатами соціологічного опитування як методологічною основою дослідження. При використанні карт як інструменту під час проведення тренінгів особистісного росту та інших навчальних заходів з емоційного інтелекту та «м'яких» навичок (soft skills) слід дотримуватись ряду принципів: індивідуальної інтерпретації, невиключності вербалізації, компетентності тренера (чи іншої особи, яка управляє роботою з картами), поділу карт на типи, підбору активностей відповідно до етапу тренінгу та рівня складності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бреус Ю. Роль емоційного інтелекту в професійній діяльності керівника закладу середньої освіти: навчальний посібник. Київ: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 36 с.
2. Дубовик С., Драбчук Т. Розвиток емоційного інтелекту сучасних менеджерів як умова їх успішної діяльності. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2014. Вип. 5. С. 1–7.
3. Заграй Л. Емоційний інтелект як складник професійної компетентності менеджера. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія. Прикладна психологія. Професійна й організаційна психологія*. 2021. Том 32. № 6. С. 47–54.
4. Книш А. Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу: навч. посібник. Київ: ДП "НВЦ "Пріоритети", 2016. 40 с.
5. Новак О. Шляхи розвитку емоційного інтелекту педагогічних працівників. *Постметодика*. 2010. № 6. С. 41–47.
6. Матійків І. Тренінг емоційної компетентності: навч.-метод. посібник. Київ: Педагогічна думка, 2012. 112 с.
7. Mayer J., Salovey P. What is Emotional Intelligence. *Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational implications* / P. Salovey, D. Sluyter (eds.). New York: Basic Books. 1997. Pp. 3–31.
8. Petrides K., Mavroveli S. Theory and Applications of Trait Emotional Intelligence. *Psychology: The Journal of the Hellenic Psychological Society*. 2018. Vol. 23. Pp. 24–36.
9. Goleman D. An EI-Based Theory of Performance. *The Emotionally Intelligent Workplace* / C. Cherniss, D. Goleman (eds.). San-Francisco: Jossey-Bass. 2018. Pp. 27–44.
10. Подольчак Н., Сокіл О., Гачкевич А., Весоловська, М. Удосконалення тесту MSCEIT для оцінки рівня емоційного інтелекту. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. №16. С. 156–164. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.16.156>
11. Подольчак Н., Карковська В., Білик О., Цигилик Н. Оцінювання емоційного інтелекту державних службовців України: порівняльний аналіз методик MSCEIT, Холла, EQ-I. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: право, публічне управління та адміністрування*. 2022. №3. <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2022-3-02-01>
12. Goleman D. Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ. New York: Bantam Books, 1995. 352 p.
13. Колісник Л. Проблема діагностики емоційного інтелекту. *Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного*

- університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. 2014. Вип. 26. С. 278-295.
14. Куценко Я. Емоційний інтелект: проблеми діагностики. 2019. *Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології"*. Випуск 14 (Березень). С. 417-426.
15. Блінов О. Метафоричні асоціативні карти як сучасний метод психологічної хірургії. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2015. №4. С. 5-9.

REFERENCES

1. Breus, Yu. (2016). *The Role of Emotional Intelligence in the Professional Activity of the Head of a Secondary Education Institution: a Study Guide* [in Ukrainian].
2. Dubovyk, S., Drabchuk, T. (2014). Development of Emotional Intelligence of Modern Managers as a Condition for Their Successful Activity. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, 5, 1-7 [in Ukrainian].
3. Zahrai, L. (2021). Emotional Intelligence as a Part of Manager's Professional Competence. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Psykholohiia. Prykladna psykholohiia. Profesiina y orhanizatsiina psykholohiia*, 32 (6), 47-54 [in Ukrainian].
4. Knysh, A. (2016). *Emotional Intelligence of Business Leaders* [in Ukrainian].
5. Novak, O. (2010). Ways of Developing the Emotional Intelligence of Pedagogical Workers. *Postmetodyka*, 6, 41-47 [in Ukrainian].
6. Matiukiv, I. (2012). *Textbook on Training of Emotional Competence* [in Ukrainian].
7. Mayer, J. and Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey, D. Sluyter (Eds.), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications* (pp. 3-31).
8. Petrides K., Mavroveli S. (2018). Theory and Applications of Trait Emotional Intelligence. *Psychology: The Journal of the Hellenic Psychological Society*, 23, 24-36.
9. Goleman D. (2001). An EI-Based Theory of Performance. In C. Cherniss, D. Goleman (Eds.), *The Emotionally Intelligent Workplace* (pp. 27-44).
10. Podolchak, N., Sokil, O., Hachkevych, A., Vesolovska, M. (2023). Suggestions for Improving the MSCEIT Test to Measure Levels of Emotional Intelligence. *Investysii: praktyka ta dosvid*, 16, 156-164, <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.16.156> [in Ukrainian].
11. Podolchak N., Karkovska V., Bilyk O., Tsyhylyk N. (2022). Assessment of Emotional Intelligence of Civil Servants of Ukraine: Comparative Analysis of MSCEIT, Hall, EQ-I Methods. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: pravo, publichne upravlinnia ta administruvannia*, 3, <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2022-3-02-01> [in Ukrainian].
12. Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*.
13. Kolisnyk, L. (2014). Problem of Emotional Intelligence Diagnostic. *Problemy suchasnoi psykholohii: Zbirnyk naukovykh prats Kam'ianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka, Instytutu psykholohii imeni H.S.Kostiuka NAPN Ukrainy*, 26, 278-295 [in Ukrainian].
14. Kutsenko, Ya. (2019). Emotional intelligence: problems of diagnostic. *Zbirnyk naukovykh prats "Problemy suchasnoi psykholohii"*, 14, 417-426 [in Ukrainian].
15. Blinov, O. (2015). Metaphorical Associative Cards as a Modern Method of Psychological Surgery. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky*, 4, 5-9 [in Ukrainian].

EMOTIONAL INTELLIGENCE CARDS FOR THE DEVELOPMENT OF EMPLOYEE POTENTIAL

Hachkevych Andrii

*Lviv Polytechnic National University
Lviv, Ukraine*

Vesolovska Mariia

*Lviv Polytechnic National University
Lviv, Ukraine*

This article is devoted to the problem of the development of employee potential. It has become extremely relevant since the beginning of the COVID-19 pandemic primarily due to its negative impact on the mental health of the population. The subject of the study is to increase the level of emotional intelligence as highly demanded soft skill at the present time through the use of emotional intelligence cards. The latter were developed by the authors in compliance with intellectual property rights. These cards might be used both in the web version and in a form of a printed deck consisting of 5 blocks (facial expressions – 2, basic emotions and their manifestations – 2, landscapes and abstract pictures – 1). The main objective of this article is to describe the cards taking into account the influence of fundamental theoretical provisions in the field of emotional intelligence (D. Goleman, J. Mayer, and P. Salovey). The methodology is based on a sociological survey conducted within an online questionnaire to summarize the outcomes of facial recognition by the respondents. To achieve the goal, focus groups were held to discuss difficulties in choosing emotions and feelings during the questionnaire, additional tools for recognizing emotions, etc. The results of the study explain both the procedure for creating cards and the prospects of using them for staff learning. The authors provide a list of the principles of working with cards of emotional intelligence such as individual interpretation, non-exclusive nature of verbalization, considering a stage of a training event and a level of complexity when selecting the activities, etc. The practical significance of this article is to present a new tool for conducting trainings and other personnel management activities. In addition, the findings might be valuable for expanding scientific knowledge about the perception of emotions.

Key words: cards of emotional intelligence, development of employee potential, staff learning tools, emotional intelligence, perception of emotions, recognition of emotions, basic emotions, training for personal growth.