

Оптимизация психических состояний менеджеров сервисной реальности

Мусийчук Владимир Васильевич

Соискатель

*Магнитогорский государственный университет, Факультет экономики и
управления, Магнитогорск, Россия*

E-mail: mv-mus@mail.ru

Оптимизацию психических состояний менеджеров сервисной реальности целесообразно проводить средствами юмора. Эффективность юмора основана на ряде интенций, выраженных в его генетических аффективно-когнитивных свойствах, таких как: динамическое восприятие (снижающе - возрождающее), допускающее рассмотрение вещей с иных, чем прежде позиций (связанное с эффектом отстранения, т.е. смещением отношений между объектами, посредством переименования); достижение большей объективности через возврат к противоречиям реальности; создание значения, альтернативного имеющемуся, посредством смены мотивировок, как волеизъявительных актов; установление связи между внешним миром и субъективным опытом, посредством расширения границ ситуации, через «игровую рамку» юмора; проникновение в подсознание через символы и метафоры, способствует адаптации и актуализации определенных тенденций и потребностей; расслабление на физиологическом уровне (психофизиологический эффект), через выделение гормонов удовольствия при улыбке (смехе); порождение значительного эмоционально-эстетического резонанса посредством минимально затраченных средств (эффект усиления); усиление аттракции, пробуждение дополнительного интереса к обсуждаемому вопросу и как следствие, усвоение нужной информации, через вне логические формы доказательства. Интенции юмора, реализуемые в коммуникативной функции языка, способствуют совершенствованию коммуникативного взаимодействия, в следствии того, что одним из основных механизмов юмора является механизм смещения оценок (обесценивания и повышенной оценки).

Нами было проведено исследование, цель которого заключалась в сравнительном анализе сдвигов эмоциональных состояний респондентов, принимавших участие в просмотре специально подобранного юмористического видеоролика. В качестве испытуемых выступили менеджеры сервисной реальности, в количестве 24 человека. Программа исследования включала «замеры» (срезы) эмоциональных состояний участников эксперимента до и после предъявления стимульного материала (юмористических видеороликов). В качестве юмористического видеоролика использовался мультфильм «Казаки». Также использованы две методики. Методика САН (Самочувствие. Активность. Настроение) является разновидностью опросников состояний и настроений. Разработана В. А. Доскиным, Н. А. Лаврентьевой, В. Б. Шарай и М. П. Мирошниковым (1973). Методика «Шкала дифференциальных эмоций» К. Изарда, представлена тремя шкалами:

- 1) Индекс позитивных эмоций (ПЭМ) характеризует степень позитивного эмоционального отношения человека к наличной ситуации.
- 2) Индекс острых негативных эмоций (НЭМ) отражает общий уровень негативного эмоционального отношения человека к наличной ситуации.

3) Индекс тревожно-депрессивных эмоций (ТДЭМ) отражает уровень относительно устойчивых индивидуальных переживаний тревожно-депрессивного комплекса эмоций, опосредующих субъективное отношение к наличной ситуации.

Средние значения по шкалам «Самочувствие», «Активность», «Настроение», «ПЭМ», «ИСК», «КВБ» во втором срезе несколько превышают средние значения 1-го среза, что свидетельствует о том, что эти показатели эмоциональных состояний респондентов после просмотра видеоролика в среднем улучшается. По шкалам «НЭМ» и «ТДЭМ» средние значения в 1 срезе, напротив, выше, чем во втором. То есть негативные и тревожно-депрессивные состояния респондентов снижаются.

Анализ динамики показателей двух замеров состояний респондентов (исходных и после просмотра юмористического видеоролика) показывает, что после просмотра юмористического видеоролика средние значения эмоционального состояния большинства респондентов приближаются к «нормальным». Первоначальный умеренный уровень выраженности негативных эмоций становится низким.

Наибольшую динамику после просмотра ролика приобретает степень субъективной комфортности, наименьшую динамику получили тревожно-депрессивные состояния, так как они характеризуются большей продолжительностью и глубиной.

Оценка асимметрии и эксцесса также свидетельствуют о том, что просмотр юмористического видеоролика ведет к качественным и количественным изменениям эмоционального состояния респондентов. Испытуемые изначально оценивали свое настроение как более низкое, нежели в конце эксперимента.

Все различия по непараметрическому критерию знаков G дает возможность установить, насколько однонаправлено изменяются значения признака при повторном измерении параметра, то есть оценить сдвиг значений исследуемого признака («до» и «после») значимы на 1% уровне, что свидетельствует о том, что динамика эмоциональных состояний респондентов однонаправлена, причем в положительную сторону. Значимые на 1% уровне различия по критерию Т-Вилкоксона доказывают достаточную глубину и выраженность этих изменений. Различия между показателями разных замеров на достоверном уровне значимости подтверждает наше предположение о том, что эмоциональное состояние от просмотра юмористических видеороликов значительно улучшается.

Следует отметить, что проведенное эмпирическое исследование оптимизации психических состояний юмористическими средствами оставляет открытыми вопросы о критериях выбора и определения специфики юмористического материала с учетом личностных, профессиональных особенностей респондентов, временной продолжительности действия комического материала для получения ощутимых сдвигов, о длительности сохранения позитивного эффекта. Полученные результаты позволяют подтвердить действие юмора как механизма регулирования эмоций – способность усиливать положительные чувства (удовольствие, комфорт, радость) и ослаблять негативные – тревогу, подавленность, гнев. В целом, согласно полученным данным, можно утверждать, что юмор является одним из оптимальных средств преодоления негативных, стрессовых состояний, возможности которого еще предстоит изучить.

Работа по использованию юмора как средства оптимизации психических состояний менеджеров сервисной реальности с необходимостью должна проводиться в течении всего периода профессиональной деятельности, а не являться разовым мероприятием. По-

Конференция «Ломоносов 2011»

сколько профессиональная деятельность менеджеров сервисной реальности протекает в системе человек-человек, что вызывает повышенные стрессогенные нагрузки.

Слова благодарности

Благодарим организаторов конференции.