

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВОМ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

EMOTIONAL INTELLIGENCE AS A FACTOR OF EFFECTIVE TEAM MANAGEMENT IN THE ERA OF DIGITALIZATION

*N. Pisarevskaya
I. Tolmacheva*

Summary. In the context of the introduction of digital technologies into all spheres of human activity, the need for the development of emotional intelligence to optimize interpersonal interaction processes and improve the efficiency of activities by including the affective component in digital communication is increasing. This article examines emotional intelligence and its importance for modern team management in the digital era. The article presents the results of a survey of young professionals to identify the significance of the impact of emotional intelligence on the effectiveness of team management in the digital era.

Keywords: emotional intelligence, management, digitalization, empathy, interaction, communication.

Писаревская Наталья Сергеевна

кандидат филологических наук, доцент,
АНОВО «Московский международный университет»
n-pisarevsk@mail.ru

Толмачева Ирина Вильевна

кандидат экономических наук, доцент,
АНОВО «Московский международный университет»
i.tolmacheva@mtmu.ru

Аннотация. В условиях внедрения цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности человека возрастает потребность в развитии эмоционального интеллекта для оптимизации процессов межличностного взаимодействия и повышения эффективности деятельности посредством включения аффективной составляющей в цифровую коммуникацию. В данной статье рассматривается эмоциональный интеллект и его значение для современного управления коллективом в эпоху цифровизации. Представлены результаты опроса молодых специалистов о выявлении значимости воздействия эмоционального интеллекта на эффективность управления коллективом в цифровую эпоху.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, менеджмент, цифровизация, эмпатия, взаимодействие, коммуникация.

В современном мире цифровизация внедряется во все сферы жизни общества, трансформируя их. Посредством цифровых технологий осуществляется социальное взаимодействие, деловая коммуникация во многом становится дистанционной, например, совещания в рабочих группах проводятся удаленно посредством использования различных платформ, взаимодействие с клиентами осуществляется при помощи чат-ботов и т.д. Поскольку компании все больше переходят на гибридные и удаленные форматы осуществления деятельности, руководителям необходим поиск новых способов управления и взаимодействия с подчиненными, коллегами, клиентами, партнерами и т.д. Сокращение офлайн коммуникации минимизирует аффективный компонент взаимодействия, как следствие в менеджменте возрастает необходимость в развитии эмоционального интеллекта (ЭИ) руководителя, который становится одним из наиболее значимых факторов эффективного управления коллективом.

Термин «эмоциональный интеллект» ввели в научный оборот в 1990 году американские психологи Mayer J.D., Salovey P. Они определили ЭИ как способность «распознавать значения эмоций и их взаимосвязей, а также рассуждать и решать проблемы на их основе. Эмоциональный интеллект участвует в способности воспринимать

эмоции, усваивать связанные с эмоциями чувства, понимать информацию этих эмоций и управлять ими» [4, с. 267]. Далее, осознавая значимость ЭИ в жизни человека, его рассмотрением активно стали заниматься как зарубежные, так и отечественные представители различных отраслей знания, таких как психология, педагогика, менеджмент и т.д.

При рассмотрении значения ЭИ в управлении коллективом он рассматривается как один из способов повышения эффективности деятельности руководителя и всего коллектива посредством осознания и корректного управления эмоциональной сферой, как собственной, так и коллег и подчиненных. Развитие ЭИ лидера, включает навыки мотивации коллектива, создание благоприятного климата в рабочих группах, оптимизацию разрешения кризисных и конфликтных ситуаций, оптимизацию коммуникации руководителя с сотрудниками, партнерами и т.д. Выделяют следующие составляющие ЭИ: самосознание, самоконтроль, эмпатия и управление отношениями, благодаря которым человек оптимизирует межличностное взаимодействие и коммуникационные процессы. Современные исследователи выделяют следующие функции эмоционального интеллекта: оценочно-прогностическую, экспрессивно-коммуникативную, регулятивную, мотивирующую, фасилитирующую,

рефлексивно-коррекционную, адаптивную [1, с. 14], повышающие качество межличностного взаимодействия.

В условиях цифровизации коммуникация во многом переходит в цифровой формат, а ее эффективные стратегии также как и при офлайн-взаимодействии включают практику активного слушания, акцент на эмпатии, персонализацию сообщений, однако теперь возникает еще и необходимость понимания контекста цифровых платформ и оптимизации получения обратной связи. Поскольку сегодня общение людей все больше осуществляется посредством цифровых ресурсов, таких как электронные письма, социальные сети, мобильные приложения, мессенджеры, чат-боты и т.д., возникает необходимость в адаптации личности к специфике цифрового взаимодействия и переосмысления феномена эмоционального интеллекта в соответствии с погружением человека в цифровой мир. Также следует учитывать минимизацию эмоциональной составляющей цифрового взаимодействия, проявляющуюся в отсутствии невербальных сигналов, асинхронной природе цифровых коммуникаций, разрыве между отправкой, доставкой и получением сообщений, усложняющих эмоциональную динамику цифровой коммуникации, приводящих к недопониманию текстов сообщений или искажению их смыслов и возникновению ощущения отсутствия искренности и теплоты у собеседников. В этом контексте наличие эмоционального интеллекта становится одной из наиболее значимых составляющих установления позитивных взаимоотношений с коллективом, необходимой современному эффективному руководителю.

В соответствии с интеграцией цифровых технологий в межличностное взаимодействие швейцарские ученые Кэтрин Одрин и Бертран Одрин рассматривают ЭИ в совокупности с развитием цифровой компетентности и говорят уже о цифровом эмоциональном интеллекте, указывая на то, что «возможность распознавать встроенные методы пользовательского опыта может позволить людям лучше понимать мотивы и намерения, стоящие за определенными онлайн-взаимодействиями или поведением, и, следовательно, улучшить свое понимание эмоций других» [3]. Стратегии оптимизации коммуникации посредством включения цифровой составляющей ЭИ включают сознательные усилия по наполнению цифровых сообщений глубиной и теплотой личного взаимодействия, например, использование эмпатического языка, построение сообщений для предотвращения некорректной интерпретации информации собеседником и развитие понимания эмоционального тона цифрового обмена.

Одним из наиболее значимых аспектов использования ЭИ при взаимодействии в онлайн-среде, где обратная связь имеет временную отсрочку или полностью отсутствует, становится цифровая эмпатия. Показатели

цифровой эмпатии включают способность воспринимать и интерпретировать эмоции, содержащиеся в тексте, эмпатические реакции в цифровой коммуникации и способность строить подлинные эмоциональные связи при помощи новых технологий [6]. Например, при отправке электронного письма адресант для осуществления успешной коммуникации должен предвидеть эмоциональное состояние получателя и потенциальные реакции на посылаемый контент, что обуславливает необходимость обладания опережающей эмпатией, требующей более высокого уровня ЭИ. Также следует учитывать, что в отличие от произнесенных слов, текст сообщений сохраняется и может быть прочитан неоднократно, вследствие чего управление цифровым следом требует от человека дополнительного уровня самосознания и саморегуляции компонентов эмоционального интеллекта.

Для демонстрации эмоций в цифровых сообщениях зачастую используют различные изобразительные элементы, такие как эмодзи, гифки и мемы, которые выражают чувства и реакции, дополняющие или заменяющие текст сообщения. Однако эффективность данных цифровых символов в значительной степени зависит от общности их понимания и контекста, в котором сообщение будет прочитано адресатом. Так, цифровая эмпатия включает в себя интуитивное понимание текущего эмоционального состояния получателя и цифровую грамотность участников коммуникации.

Сегодня цифровая эмпатия рассматривается также в контексте непосредственного взаимодействия людей с цифровыми роботами. Так, в статье «Технологии цифровой эмпатии и развитие социальных роботов», размещенной на сайте Института информационных систем ГУУ цифровая эмпатия определяется как «способность технологий и искусственного интеллекта понимать и отвечать на эмоциональные состояния людей. Эта концепция включает в себя использование методов машинного обучения, распознавания образов и анализа данных для интерпретации человеческих эмоций через различные каналы, такие как голос, лицевые выражения, жесты и т.д.» [2]. Данные аспекты следует учитывать и интегрировать в свою деятельность современным руководителям при осуществлении цифровой деловой коммуникации, поскольку сегодня все больше компаний используют в своей деятельности искусственный интеллект (ИИ), который обучают не только выполнять рутинные задачи, но и взаимодействовать с пользователями и распознавать эмоции, а также генерировать контент в соответствии с их эмоциональным состоянием.

Для проверки возможностей ИИ в создании контента, вызывающего необходимые эмоции у аудитории, мы попросили нейросеть Perplexity написать мотивирующее обращение руководителя рекламной компании

к сотрудникам и получили следующий текст, который руководитель может в дальнейшем использовать в своей деятельности: «Дорогие коллеги! Хочу поблагодарить каждого из вас за вашу преданность и креативность, которые делают нашу команду уникальной и сильной. Наша работа в рекламе — это не просто создание кампаний, это возможность вдохновлять людей и менять их восприятие мира. Давайте продолжим поддерживать друг друга, делиться идеями и смело экспериментировать, ведь именно так мы сможем преодолеть любые вызовы и достичь новых высот. Впереди нас ждут удивительные возможности, и я верю, что вместе мы создадим нечто поистине великое!» [5]. Таким образом, нейросеть, исходя из корректного промпта, способна на написание текстов, обладающих воздействием на аффективную сферу личности адресата. Когда же мы предложили нейросети определить, какие эмоции вызывает у читателя данный текст, получили ответ с указанием следующих чувств: признательность, единство, поддержка, вдохновение, оптимизм, т.е. нейросеть может, как создавать продукты, вызывающие определенные чувства у аудитории, так и распознавать транслируемые эмоции. Как следствие сегодня для менеджеров становится все более значимым развитие ЭИ и цифровой эмпатии, а также навыка взаимодействия с ИИ, как для его включения в собственную деятельность, так и для верификации данных и понимания степени воздействия контента на эмоции аудитории.

Таким образом, современному лидеру для оптимизации деятельности и органичного включения в цифровой мир необходимо обладать цифровой компетентностью, включающей уверенное, критическое и ответственное взаимодействие с цифровыми технологиями для обучения, работы и участия в жизни общества, овладения информационной грамотностью, коммуникацией и сотрудничеством в цифровом пространстве, медиаграмотностью, навыками создания цифрового контента, решения вопросов, связанных с интеллектуальной собственностью и развития критического мышления [7]. Данные компетенции необходимы руководителям для эффективной интеграции продуктов цифровизации в их деятельность. При этом вследствие минимизации эмоциональной составляющей цифрового взаимодействия, руководителю для эффективного осуществления профессиональной деятельности и управления коллективом необходимо постоянно развивать эмоциональный интеллект сообразно расширению возможностей новых технологий.

Для подтверждения актуальности темы и выявления значимости осмысления особенностей воздействия эмоционального интеллекта на эффективность управления коллективом в цифровую эпоху нами был проведен опрос, включавший 10 вопросов, среди которых были вопросы, предусматривающие выбор нескольких вари-

антов ответов. В анкетировании приняли участие 60 человек в возрасте 20–35 лет (27 мужчин, 33 женщины).

На вопрос о значимости развития эмоционального интеллекта для карьерного роста респонденты ответили следующее: 95 % — «важно», 5 % — «не важно». При этом собственные эмоции при взаимодействии с коллегами через цифровые платформы осознают 91,7 %, и только 8,3 % указали, что не понимают своего эмоционального состояния в ходе профессионального взаимодействия. Отвечая на вопрос о важности понимания эмоций коллег при общении посредством электронных средств связи большинство респондентов (98,3 %) ответили «важно» и только 1,7 % выбрали вариант «не важно», что указывает на понимание значимости эмоционального интеллекта в коммуникации для современного человека, осуществляющего свою деятельность в условиях цифровизации. При этом собственные навыки управления эмоциями в условиях удаленного взаимодействия большинство (65 %) респондентов оценивают как средние, 25 % как высокие, 6,7 % определили свои навыки как низкие и 3,3 % не знают, как их оценить. Так, саморефлексия показывает, что 80 % респондентов позитивно оценивают свои умения управлять эмоциями. Следует отметить, что внешнюю оценку эмоциональных реакций при осуществлении деловой цифровой коммуникации «иногда» получают 60 % респондентов, 16,7 % — «регулярно», 13,3 % — «редко» и 10 % — «никогда». Так, в условиях удаленного взаимодействия у современного человека сокращается возможность получения обратной связи, подтверждающей или опровергающей его понимание эмоционального компонента взаимодействия, что обуславливает необходимость развития ЭИ у всех участников цифровых коммуникаций.

Для развития эмоционального интеллекта опрошенные используют такие методы, как наблюдение за коллегами и анализ их поведения (45 %), участие в тренингах и семинарах (43,3 %), получение обратной связи от коллег (40 %), чтение книг по психологии и эмоциональному интеллекту (38,3 %), практики медитации или осознанности (30 %), консультации с коучем или психологом (15 %).

Наличие эмоционального интеллекта у руководителя и его развитие считают значимым для управления коллективом 86,7 % опрошенных, нейтрально относятся — 10 % и 3,3 % указали данный аспект как неважный. Также большинство (73,3 %) респондентов указали на сильное влияние ЭИ руководителя на мотивацию сотрудников в условиях цифровизации, 21,7 % отметили умеренное воздействие и только 5 % указали вариант «слабое». При этом в рамках рассмотрения эффективности работы виртуальной команды 96,7 % опрошенных указали, что уровень эмоционального интеллекта руководителя обуславливает повышение результативности деятельно-

