

Полученные данные позволяют сказать, что при развитии эмоционального интеллекта уровень эмпатии так же будет повышаться, и наоборот при снижении показателей эмоционального интеллекта будет наблюдаться снижение уровня эмпатийных способностей человека. Таким образом психолог может выявить низкий уровень эмпатии через эмоциональный интеллект, а также посредством развития одной способности оказывать положительное влияние на другую.

**Заключение.** Проведенное теоретическое и эмпирическое исследование позволяет сделать выводы о прямой положительной взаимосвязи уровней эмпатии и эмоционального интеллекта. Полученные данные помогут психологам позитивно влиять на развитие эмпатии через формирование эмоционального интеллекта в коррекционной и консультативной деятельности.

1. Домкина, Н. В. Эмпатия в межличностном общении студентов-психологов / Н. В. Домкина // Психологическая студия : сб. науч. статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых исследователей кафедры прикладной психологии ВГУ имени П. М. Машерова. Вып. 11. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2018. – С. 59-62. – Библиогр.: с. 62 (7 назв.).
2. Выготский Л.С. О двух направлениях в понимании природы эмоций в зарубежной психологии в начале XX века // Вопр. психол. – 1968. – № 2. – С. 157–159.
3. Ханяк, К. С. Эмоциональный интеллект как фактор успешности / К. С. Ханяк, Е. С. Минакова ; науч. рук. В. А. Крук // Психологическая студия [Электронный ресурс] : сборник статей лицеев, студентов, магистрантов, аспирантов, молодых исследователей кафедры психологии ВГУ имени П.М. Машерова. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2023. – Вып. 16. – С. 223–225. – Библиогр.: с. 225 (2 назв.).
4. Мэйер Дж., П. Сэловей, Д. Карузо. Эмоциональный интеллект. – М.: Институт психологии РАН, 2010. – 146 с.
5. Bar-On R. The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI) // Psychothema. – 2006. – Vol. 18. – P. 13–25.

## **СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ С РАЗНЫМИ ТИПАМИ АКЦЕНТУАЦИЙ ХАРАКТЕРА В КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЯХ**

*Попова А.А.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*  
Научный руководитель – Циркунова Н.И., ст. преподаватель

Подростковый возраст – один из самых сложных и неоднозначных из всех возрастных этапов. Именно это и делает подростковый период предметом исследования и психологии, и педагогики, и социологии. Личность подростка находится на специфической стадии развития, на которой и формируются её важнейшие черты и качества. Именно в подростковом периоде формируется паттерн поведения, вырабатываются определённые способы взаимодействия с окружающим миром. При влиянии на подростка неблагоприятных социальных и иных психологических факторов могут возникать трудности в развитии личности, а именно: формирование акцентуаций характера [1]. Акцентуации характера могут способствовать появлению девиантного поведения у подростков, увеличению уровня агрессивности и тревожности, развитию эмоциональной лабильности, раздражительности и низкой фрустрационной толерантности. Характер может проявляться как в какой-либо деятельности, так и в общении и выражается в специфическом, характерном только для конкретного индивида, поведении. Тип акцентуации характера в большей мере обуславливает специфику поведения.

Проблема конфликтного поведения также является одной из самых актуальных и непростых в становлении личности подростка, в частности в его воспитании [2]. В настоящее время очевидна большая социальная важность данной проблемы. Неблагополучная семья, несформированность мировоззрения, дефицит необходимых жизненных навыков и знаний у подростка обуславливают появление значительных трудностей и внутриличностных конфликтов, что детерминирует рост различных девиаций в развитии личности и поведении подростка. Проблема конфликтного поведения в подростковом возрасте касается социума в целом, вызывает беспокойство как со стороны педагогов, так и со стороны родителей, а также большой научно-практический интерес исследователей.

Цель исследования – изучение стратегий поведения в конфликтной ситуации у подростков с разными типами акцентуаций характера.

Актуальность данной проблемы заключается в том, что именно в подростковом возрасте происходит формирование акцентуаций черт характера. Акцентуации характера – это что-то промежуточное непосредственно между психопатией и нормой. Они могут способствовать появлению отклоняющегося поведения подростков, увеличению уровня тревожности, неврастеничности, эмоциональной неуравновешенности. В подростковом возрасте вид акцентуации характера существенно обуславливает специфику поведения в разнообразных условиях, в том числе и в конфликтных ситуациях. Исследование и изучение акцентуаций характера и стратегий поведения в конфликтной ситуации в подростковом возрасте позволит своевременно обнаружить, а затем и устранить негативные влияния на психическое развитие подростков, тем самым создавая благоприятную почву для развития личности в целом.

**Материал и методы.** Теоретические методы: анализ психологической литературы, обобщение и синтез; эмпирические методы: тест-опросник К. Леонгарда – Н. Шмишека (детско-подростковый вариант), методика К. Томаса, Р. Килманна (в адаптации Н.В. Гришиной).

**Результаты и их обсуждение.** В исследовании приняли участие 53 учащихся государственного учреждения образования «Средняя школа № 20 г. Орши имени И.А. Флёрова» в возрастной категории 14-15 лет. В ходе исследования нами определялись: типы акцентуации характера, а также личностная предрасположенность к конфликтному поведению и определённые стили разрешения конфликтной ситуации.

Согласно анализу данных, полученных с помощью теста-опросника К. Леонгарда – Н. Шмишека, можно сделать вывод, что у 66% подростков (35 из 53 испытуемых) выявлены акцентуации личности. В частности, у 22 испытуемых (63%) отмечается акцентуация характера по гипертимному типу. Таким подросткам свойственно: общительность, подвижность, активность; но при живом уме, ярко выраженных лидерских качествах и хороших способностях к учёбе имеются неусидчивость и отвлекаемость на сторонние раздражители, а иногда и недисциплинированность. У этих подростков практически всегда хорошее, даже приподнятое настроение. Однако не терпят строгого контроля со стороны взрослых, долгого одиночества, у них всё время присутствует потребность в коммуникации. Они способны быстро и свободно входить в новую группу и легко устанавливать контакты даже с незнакомыми людьми, и в результате из-за неразборчивости и непредусмотрительности могут оказаться в неблагоприятной и даже асоциальной среде. У 7 испытуемых (20%) выявлены акцентуации характера по экзальтированному и эмотивному типу. Циклотимный тип акцентуации выявлен у 17% (6 испытуемых). Также необходимо отметить, что у 20% подростков имеются два и более типов акцентуации.

Согласно анализу данных, полученных с помощью методики К. Томаса, Р. Килманна (в адаптации Н.В. Гришиной), можно сделать вывод, что 45% подростков в конфликтной ситуации предпочитают достичь соглашения между участниками конфликта путём взаимных уступок, они готовы уступить в чём-то другому, чтобы в итоге прийти к общему решению, найти компромисс. 26% испытуемых склонны к стратегии избегания в конфликте, у этих подростков отсутствуют как стремление к кооперации, так и тенденция к достижению собственных целей. Важно отметить, что для 30% испытуемых характерно проявление двух и более стратегий поведения в конфликте, что может быть обусловлено гибкостью и способностью изменять паттерн поведения в зависимости от целей и желаемого результата в той или иной ситуации.

**Заключение.** Таким образом, можно сделать вывод, что акцентуации характера широко распространены в подростковом возрасте. Как правило, акцентуированные

личности проявляют отрицательное поведение в конфликтной ситуации. Применение определённой стратегии поведения в конфликтной ситуации обычно детерминировано наличием у подростка той или иной акцентуации характера. Именно этим обусловлена важность чуткого профессионального отношения педагогов и психологов к подросткам с акцентуированными личностными чертами. Знание особенностей проявления акцентуаций характера, личностной предрасположенности к конфликтному поведению и определённых стилей разрешения конфликтной ситуации у подростков даёт возможность психологам и педагогам предоставить своевременную помощь тем, кто самостоятельно не способен справиться с возникшими трудностями, а также обучить учащихся адекватным и эффективным способам разрешения конфликтов, повысить их учебную мотивацию, а также развить коммуникативные навыки.

1 Личко, А.Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков / А.Е. Личко. – СПб.: Речь, 2009. – 256 с.

2 Дмитриев, А.В. Конфликтология: учебник / А.В. Дмитриев. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2021. – 336 с.

## **ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ И ОТНОШЕНИЯ К НЕЙ У УЧАЩИХСЯ**

*Рудёнок А.Ю.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*  
Научный руководитель – Поташёва Ю.Л., ст. преподаватель

Влияние рекламы на мировоззрение подростков исследовали Л.Н. Чуканова и Г.А. Григорян. Они определили, что дети младшего подросткового возраста воспринимают рекламу буквально и эмоционально, доверяют брендам. Число школьников, испытывающих доверие к определенной рекламной продукции, снижается с возрастом. У старшеклассников к ней более осознанное и критичное отношение. При этом, Л.Н. Чуканова и Г.А. Григорян отмечает, что «человек, смотрящий рекламу, воспринимает ту информацию, которая в ней заложена. Все образы и эмоции остаются в памяти и используются при необходимости. Молодые люди следуют рекламному принципу: «Бери от жизни все!» А как эти образы и модели откликнутся в их будущей взрослой жизни, никто не знает» [1, с.16].

Цель исследования: выявить особенности восприятия рекламы и отношения к ней у учащихся.

Об актуальности данной темы говорит тот факт, что у школьников с помощью социальной рекламы формируются ценностные ориентации, формируется умение распознавать эмоции и чувства других людей, понимать их внутренний мир.

**Материал и методы.** Исследование проводилось на базе ГУО «Средняя школа № 2 г. Полоцка» с использованием авторской анкеты «Психологическое воздействие рекламы».

**Результаты и их обсуждение.** В представлениях испытуемых под термином «социальная реклама» понимается «реклама здорового образа жизни», «реклама против курения, алкоголя, ВИЧ-инфекции», «реклама, направленная на привлечение внимания к социальным проблемам», «ознакомление с какой-либо проблемой», «учит тому, как нельзя поступать», «профилактика чего-либо», «для продвижения важных для социума тем», «реклама с социальным подтекстом» и др. Среди учащихся 20% не сумели дать ответ на данный вопрос (ответили «не знаю», «без понятия»). В целом, анализ показывает, что у испытуемых нет четких представлений о социальной рекламе. Как правило, они сводятся к пропаганде здорового образа жизни. Были проанализированы ответы на вопрос: «Какие социальные проблемы совре-