ỨNG DỤNG MÔ HÌNH TRÍ TUỆ CẢM XÚC CỦA JOHN MAYER&PETER SALOVEY ĐỂ XÁC ĐỊNH CÁC YẾU TỐ TrÍ TUỆ CẢM XÚC TRONG HOẠT ĐỘNG NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGHỆ THUẬT

Lương Thị Thanh Hải
Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương
Email: luongthithanhhai@spnttw.edu.vn

/Ngày nhận bài: **20/06/2025** /Ngày nhận bài sửa sau phản biện: **27/06/2025** /Ngày chấp nhận đăng: **02/07/2025**

TÓM TẮT

Bài báo tập trung phân tích trí tuệ cảm xúc theo mô hình bốn nhóm năng lực của John Mayer & Peter Salovey, làm rõ vai trò của trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên các ngành Thanh nhạc, Piano, Thiết kế đồ họa và Thiết kế thời trang. Từ tổng quan các nghiên cứu quốc tế và trong nước, bài báo chỉ ra rằng trí tuệ cảm xúc không chỉ là năng lực nhận thức quan trọng mà còn là chỉ báo nghề nghiệp đặc thù, hỗ trợ người học nghệ thuật làm chủ cảm xúc của mình trong mọi tình huống. Bài viết cũng đề xuất hệ thống chỉ báo cụ thể cho từng nhóm trí tuệ cảm xúc gắn với từng chuyên ngành, đồng thời gợi ý một hướng đi mới trong xây dựng chương trình phát triển trí tuệ cảm xúc chuyên biệt cho sinh viên nghệ thuật, nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo, đáp ứng yêu cầu hội nhập nghề sáng tạo trong bối cảnh giáo dục Việt Nam.

Từ khóa: *Hoạt động nghề nghiệp, sinh viên, sinh viên nghệ thuật, trí tuệ cảm xúc*

APPLYING THE JOHN MAYER & PETER SALOVEY MODEL OFEMOTIONAL INTELLIGENCE TO IDENTIFY EMOTIONAL INTELLIGENCE FACTORS IN THE CAREERACTIVITIES OF ARTS STUDENTS

ABSTRACT

This paper focuses on analyzing emotional intelligence based on the four-branch model of John Mayer and Peter Salovey, clarifying its role in the professional activities of students majoring in Vocal Music, Piano, Graphic Design, and Fashion Design. Drawing on a review of both international and domestic studies, the paper reveals that emotional intelligence is not only an essential cognitive ability but also a profession-specific indicator that enables art students to master their emotions in all professional situations. The study further proposes a set of specific indicators for each branch of emotional intelligence tailored to each discipline, while suggesting a new approach to developing specialized emotional intelligence programs for art students, with the aim of enhancing training effectiveness and meeting the integration demands of creative professions within the context of Vietnamese education.

Keywords: *Professional Activities, Students, Art Students, Emotional Intelligence*

1. MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh xã hội hiện đại, hoạt động nghề nghiệp của sinh viên các ngành nghệ thuật như Thanh nhạc, Piano, Thiết kế đồ họa và Thiết kế thời trang không chỉ là việc thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn đòi hỏi trình độ, năng lực và kỹ năng chuyên biệt; song song đó, trí tuệ cảm xúc được xem là một trong những yếu tố then chốt giúp sinh viên thực hiện thành công các nhiệm vụ nghề nghiệp (Goleman, 2001). Do đó, để tạo nên thành công nghề nghiệp, các nhà trường đào tạo nghệ thuật cần chú trọng lồng ghép, bồi dưỡng trí tuệ cảm xúc chuyên biệt cho sinh viên.

Có nhiều mô hình nghiên cứu về trí tuệ cảm xúc như mô hình của Bar On (1988), mô hình của Meyer và Salovey (1990, 1997), mô hình của Goleman (1995) , mô hình ESC của Boyatzis & Goleman (2000,2007), mô hình đặc tính của Petrides & Furnham (2001)..., trong các mô hình đó, cách tiếp cận theo mô hình thuần năng lực của J. Mayer và P. Salovey được sử dụng phổ biến hơn cả. Bài viết trình bày về cách ứng dụng mô hình trí tuệ cảm xúc của J. Mayer và P. Salovey để xác định các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật. Đồng thời gợi ý một hướng đi mới trong xây dựng chương trình phát triển trí tuệ cảm xúc chuyên biệt

cho sinh viên nghệ thuật, nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo, đáp ứng yêu cầu hội nhập nghề sáng tạo trong bối cảnh giáo dục Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu để tổng quan các nghiên cứu trên thế giới và ở Việt Nam, qua đó xây dựng hệ thống khái niệm công cụ và hệ thống chỉ báo cho các nhóm năng lực trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật.

3. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

3.1. Quá trình hình thành và phát triển mô hình trí tuệ cảm xúc của John Mayer & Peter Salovey

Salovey và John Mayer (1990) lần đầu tiên đề xuất mô hình tiếp cận EI như một năng lực với 3 quá trình: (1) Đánh giá và biểu lộ cảm xúc của bản thân và người khác (appraising and expressing emotions); (2) Điều tiết hoặc kiểm soát cảm xúc của bản thân và người khác (regulating emotion); (3) Sử dụng cảm xúc một cách phù hợp để hướng dẫn tư duy và hành vi (utilization of emotions in adaptive ways).

Đến năm 1997, Mayer & Salovey đưa ra định nghĩa trí tuệ cảm xúc là năng lực nhận thức chính xác, đánh giá và bộc lộ cảm xúc; năng lực tiếp cận và tạo ra cảm xúc khi những cảm xúc này tạo điều kiện thúc đẩy tư duy; năng lực hiểu cảm xúc và có kiến thức về cảm xúc và trí tuệ. Từ đó, phát triển mô hình EI gồm bốn nhánh năng lực: (1) nhận diện chính xác cảm xúc; (2) sử dụng cảm xúc để hỗ trợ tư duy; (3) hiểu cảm xúc và tri thức cảm xúc; và (4) điều chỉnh cảm xúc để thúc đẩy sự phát triển cá nhân. Với cách tiếp cận này, EI được đánh giá một loại trí thông minh chuyên biệt. Cụ thể:

(1) Nhóm năng lực nhận biết chính xác các cảm xúc: gồm các kĩ năng cho phép cá nhân phát hiện và nhận diện chính xác cảm xúc ở bản thân và người khác thông qua các tín hiệu phi ngôn ngữ như nét mặt, giọng nói, cử chỉ (Ekman & Friesen, 1971). Các cảm xúc cơ bản (vui, buồn, giận, sợ, ngạc nhiên, ghê tởm...) hay giọng nói với đặc điểm như cao độ, âm lượng và nhịp điệu cũng chứa đựng thông tin cảm xúc rõ ràng, mang tính phổ quát và có thể nhận diện dễ dàng (Scherer, 2003).

(2) Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy: Nhóm năng lực này thể hiện khả năng huy động, điều tiết cảm xúc trong các quá trình nhận thức khác nhau như tưởng tượng, sáng tạo và giải quyết vấn đề... Mayer và Salovey (1997) cho rằng sự thay đổi cảm xúc giúp định hướng tư duy, tưởng tượng và tạo điều kiện hình thành các góc nhìn mới, các cách giải quyết vấn đề mới. Đối với sinh viên nghệ thuật, đây là nền tảng nuôi dưỡng sáng tạo vì cảm xúc ảnh hưởng trực tiếp đến ý tưởng và cách họ chuyển tải thông điệp đến khán thính giả, người tiêu dùng. Chẳng hạn: Nỗi buồn là một dạng cảm xúc chung của mọi người, nhưng ở sinh viên nghệ thuật, cảm xúc luôn được bộc lộ mạnh mẽ hơn. Nỗi buồn sâu kín, tích tụ dần lên, rơi vào trạng thái bị dồn nén. Khi cảm xúc âm tính mãnh liệt sẽ thôi thúc họ sáng tạo, thăng hoa.

(3) Nhóm năng lực hiểu cảm xúc và quy luật của cảm xúc: bao gồm khả năng nhận diện nguyên nhân, sự tiến triển và mối quan hệ giữa các trạng thái cảm xúc khác nhau; thể hiện năng lực đánh giá cảm xúc của mình và của người khác, tạo sự đồng cảm, thấu hiểu. Người có năng lực này hiểu được cảm xúc phức hợp (ví dụ: vừa lo lắng vừa hy vọng), dự đoán sự thay đổi cảm xúc theo tình huống, và nhận thức được tác động của cảm xúc lên hành vi.

(*4) Nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc:* Đây là khả năng điều tiết, duy trì hoặc thay đổi cảm xúc ở bản thân và người khác nhằm phục vụ mục tiêu lâu dài, phù hợp với giá trị cá nhân và chuẩn mực xã hội. Đồng thời, cho phép cá nhân tham gia có chọn lọc vào các loại cảm xúc này hoặc thoát ra khỏi những cảm xúc kia, trên cơ sở đó điều khiển, kiểm soát cảm xúc của bản thân và người khác.

3.2. Ứng dụng mô hình trí tuệ cảm xúc của Mayer & Salovey (1997) để xác định các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật

3.2.1. Hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật

Hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật có những đặc thù nhất định. Trước hết, đây là lĩnh vực đòi hỏi khả năng biểu đạt cảm xúc cá nhân thông qua tác phẩm, từ giọng hát, tiếng đàn cho đến màu sắc, đường nét, chất liệu. Sinh viên phải thường xuyên tương tác với khán giả, khách hàng, giám khảo hoặc đạo diễn, nên kỹ năng giao tiếp cảm xúc và sự đồng cảm rất quan trọng. Ngoài ra, họ thường xuyên đối mặt với áp lực trong quá trình biểu diễn hay quá trình sáng tạo sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng, do đó dễ bị ảnh hưởng bởi cảm xúc tiêu cực như lo âu hay mất tự tin. Đặc biệt, phản hồi từ người khác trong môi trường nghệ thuật thường mang tính cảm xúc mạnh, đòi hỏi sinh viên có khả năng tự nhận thức và điều chỉnh cảm xúc để duy trì sự ổn định, phát triển bền vững trong nghề. Do đó, cần chú trọng bồi dưỡng cho sinh viên nghệ thuật năng lực nhận diện, hiểu, sử dụng và quản lý cảm xúc của bản thân, của người khác một cách hiệu quả nhằm nâng cao chất lượng ra quyết định, giao tiếp và thích ứng trong hoạt động nghệ thuật.

3.2.2. Ứng dụng mô hình trí tuệ cảm xúc của Mayer & Salovey để xác định các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên nghệ thuật

a. Các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên ngành Thanh nhạc

Ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, sinh viên có thể lựa chọn trở thành người biểu diễn, người tham gia sản xuất hay giáo viên đào tạo thanh nhạc. Đối với những nghệ sĩ biểu diễn thanh nhạc giàu trí tuệ cảm xúc, họ có khả năng "cảm" bài hát một cách sâu sắc và thể hiện khéo léo những rung cảm của bài hát thông qua việc điều chỉnh cách hát, nhấn nhá giai điệu và biểu đạt cảm xúc một cách tự nhiên. Khi họ thực sự cảm nhận được nội dung bài hát và truyền tải một cách chân thật, khán giả sẽ dễ dàng đồng cảm và đắm chìm trong cảm xúc của âm nhạc, từ đó dẫn đến thành công của màn trình diễn. Hơn nữa, một buổi biểu diễn thành công còn yêu cầu người nghệ sĩ có khả năng tương tác tốt với khán giả. Ở khía cạnh này, trí tuệ cảm xúc sẽ giúp nghệ sĩ nhận biết bầu không khí của khán giả thông qua việc quan sát phản ứng của người xem và cảm nhận. Từ đó, họ có thể lựa chọn bài hát phù hợp, điều chỉnh năng lượng biểu diễn để duy trì không khí của khán phòng, cho đến phong cách giao lưu phù hợp với tính chất từng buổi biểu diễn, sự kiện. Đối với những sinh viên theo định hướng giảng dạy, yếu tố trí tuệ cảm xúc sẽ là chìa khóa giúp họ hiểu rõ điểm mạnh, điểm yếu và tâm lý của từng học viên.

(1) Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc (Perceiving Emotions) gồm các yếu tố sau: Phân biệt được cảm xúc chủ đạo của ca khúc (vui, buồn, giận dữ, hy vọng...) dựa vào giai điệu, ca từ; Quan sát và nhận diện được phản ứng cảm xúc của khán giả trong quá trình biểu diễn; Nhận biết sự thay đổi cảm xúc của bản thân trong khi tập luyện và biểu diễn; Cảm nhận được cảm xúc tiềm ẩn trong phong cách thể hiện của nghệ sĩ khác; Phát hiện tín hiệu cảm xúc từ nét mặt, ánh mắt, ngôn ngữ cơ thể của học viên khi giảng dạy....

(*2) Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy (Understanding Emotions):* EI giúp người hát "nhập vai", khai thác cảm xúc bản thân để xử lý các đoạn cao trào, luyến láy, hoặc truyền tải nội dung buồn, vui, hùng tráng một cách tự nhiên, dùng cảm xúc cá nhân để nhập vai, kể chuyện bằng giai điệu. Nhóm năng lực này bao gồm các yếu tố: Lựa chọn bài hát dựa trên cảm xúc muốn truyền tải cho phù hợp với tính chất sự kiện hoặc khán giả; Vận dụng cảm xúc cá nhân để tăng chiều sâu biểu cảm khi thể hiện một đoạn cao trào; Sử dụng cảm xúc làm chất liệu sáng tạo cho phần trình bày, xử lý bài hát hoặc biểu cảm sân khấu; Hướng dẫn học viên lấy cảm xúc làm điểm tựa để giải quyết tình huống biểu diễn gây căng thẳng...

(3) Nhóm năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc (Understanding Emotions): EI giúp sinh viên Thanh nhạc thấu hiểu mạch cảm xúc của chủ đạo, phân tích tiến trình cảm xúc, khai thác ý nghĩa biểu trưng của ca khúc. Nhóm năng này bao gồm các chỉ báo: Giải thích được lý do tại sao một bài hát gây xúc động mạnh cho người nghe; Dự đoán sự thay đổi cảm xúc của khán giả theo từng phần trình diễn hoặc thay đổi bài hát; Nhận diện và phân tích cảm xúc phức hợp trong ca từ (đau đớn – hy vọng...); Nhận biết nguyên nhân khiến học viên căng thẳng, mất tự tin trong quá trình luyện thanh....

(4) Nhóm năng lực quản lý /điều chỉnh cảm xúc (Managing Emotions): EI giúp sinh viên Thanh nhạc làm chủ bài hát, xử lý tình huống sân khấu… mà vẫn giữ được phong độ và hình ảnh chuyên nghiệp. Kiểm soát căng thẳng, xử lý sai sót, duy trì hình ảnh chuyên nghiệp; Duy trì trạng thái cảm xúc tích cực và tập trung khi luyện tập hoặc biểu diễn dưới áp lực; Biết cách tự làm dịu cảm xúc tiêu cực sau khi nhận được nhận xét gay gắt từ giảng viên/khán giả; Sử dụng kỹ thuật hít thở, hình dung, giãn cơ để ổn định cảm xúc trước khi lên sân khấu; Hỗ trợ học viên ổn định tâm lý khi gặp thất bại hoặc khó khăn trong luyện thanh và trình diễn...

b. Các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên ngành Piano

Trong công việc, nghệ sĩ piano thường phải phối hợp với nhiều nghệ sĩ khác trong dàn nhạc hay các đối tác sản xuất, tổ chức sự kiện. Trí tuệ cảm xúc giúp cho nghệ sĩ giao tiếp chuyên nghiệp, biết cách lắng nghe và tiếp thu các ý kiến để đảm bảo sản phẩm âm nhạc đạt chất lượng cao. Nghệ sĩ có trí tuệ cảm xúc cao cũng giữ cho bản thân một thái độ điềm tĩnh và thân thiện trong quá trình làm việc. Đặc biệt, trong quá trình biểu diễn, các nghệ sĩ thường chỉ có thể giao tiếp với nhau thông qua ánh mắt và biểu cảm. Trong những tình huống đó, trí tuệ cảm xúc sẽ là yếu tố xúc tác cho quá trình phối hợp chuyên nghiệp của người nghệ sĩ với những đồng nghiệp khác. Bằng việc nhanh nhạy trong việc nắm bắt cảm xúc của người khác, nghệ sĩ piano có thể giữ được hòa hợp với giọng hát của ca sĩ, với cách chơi của các nghệ sĩ nhạc cụ khác nhằm tạo nên một màn trình diễn hài hòa. Đối với những sinh viên có định hướng giảng dạy, trí tuệ cảm xúc cũng sẽ hỗ trợ họ nhằm mang lại những trải nghiệm và kết quả giáo dục tích cực. Một nhà giáo với sự kiên nhẫn và khả năng lắng nghe tốt sẽ tạo nên môi trường học tập thoải mái, an toàn, giúp học viên có thể tự tin trong việc phát triển kỹ năng và sở thích của họ.

(1) Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc (Perceiving Emotions): Nhận diện sắc thái tình cảm của bản nhạc, phân biệt các chuyển đoạn giàu cảm xúc. Nhóm năng lực này bao gồm các chỉ báo: Cảm nhận được cảm xúc tiềm ẩn trong giai điệu và tiết tấu

của bản nhạc khi luyện tập hoặc trình diễn; Nhận biết được cảm xúc thay đổi của bản thân khi chuyển qua các đoạn khác nhau của bản nhạc; Quan sát và nhận diện được biểu cảm và trạng thái cảm xúc của người biểu diễn khác; Cảm nhận được bầu không khí và trạng thái cảm xúc của khán phòng trong buổi biểu diễn; Nhận biết được cảm xúc của học viên qua ánh mắt, cách chơi, hoặc phản hồi khi giảng dạy...

(2) Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy (Understanding Emotions): Người nghệ sĩ piano dùng cảm xúc đến xử lý bản phối, ngẫu hứng, biến tấu giai điệu độc đáo. Chuyển hoá cảm xúc thành điểm nhấn sáng tạo. Có thể nhận biết nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy dựa trên các chỉ báo sau: Dựa trên cảm xúc để lựa chọn bản nhạc phù hợp với sự kiện hoặc đối tượng khán giả; để lựa chọn ngữ điệu, tốc độ và cách nhấn nhá phù hợp khi trình bày tác phẩm; Sử dụng cảm xúc như một công cụ kích thích trí tưởng tượng âm nhạc khi sáng tạo phần trình diễn cá nhân; Dựa vào cảm xúc để điều chỉnh bầu không khí lớp học, tạo động lực học tập bằng cách tăng cường các cảm xúc tích cực (niềm vui, sự hứng thú).

(3) Nhóm năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc (Understanding Emotions): Hiểu logic cảm xúc để dẫn dắt người nghe qua các giai đoạn cao trào, lắng đọng, kết thúc, đảm bảo truyền đạt toàn vẹn "ý tứ" của tác phẩm, lý giải mạch cảm xúc, xử lý cao trào, điểm rơi của cảm xúc. Nhóm năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc bao gồm các chỉ báo: Giải thích được lý do khiến một bản nhạc tạo ra cảm xúc mạnh (ví dụ: buồn man mác, hân hoan...) dựa vào cấu trúc hòa âm, giai điệu; Phân tích sự chuyển biến cảm xúc qua từng đoạn nhạc và tiên đoán được tác động đến người nghe; Hiểu được cảm xúc ẩn sau sự sai nhịp, đánh sai của học viên (có thể là lo lắng, căng thẳng); Phân tích sự ảnh hưởng của bối cảnh biểu diễn (khán giả, không gian, thời gian) đến trạng thái cảm xúc của nghệ sĩ...

(4) Nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc (Managing Emotions): Kiểm soát tâm lý thi, quản lý áp lực trước buổi biểu diễn; tương tác ăn ý với dàn nhạc hoặc nghệ sĩ hợp tấu. Ổn định tâm lý khi biểu diễn, phối hợp với nghệ sĩ khác, làm chủ áp lực thi cử. Các chỉ báo của nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc bao gồm: Giữ bình tĩnh khi gặp sự cố kỹ thuật trên sân khấu hoặc khi mắc lỗi trong quá trình biểu diễn; Biết cách chuyển hóa cảm xúc lo lắng thành sự tập trung trong luyện tập hoặc trình diễn; Thể hiện cảm xúc một cách tự nhiên và tiết chế khi phối hợp với nghệ sĩ khác trong dàn nhạc; Biết điều tiết tâm lý cho học viên khi họ cảm thấy thất vọng, mệt mỏi hoặc thiếu tự tin; Duy trì thái độ chuyên nghiệp và ứng xử đúng mực trong các tình huống căng thẳng với đồng nghiệp, giảng viên hoặc ban tổ chức....

c. Các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên ngành Thiết kế thời trang

Trong lĩnh vực thiết kế thời trang, khả năng thấu hiểu tâm lý của khách hàng là một yếu tố quan trọng quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp thời trang nói chung hay bản thân nhà thiết kế nói riêng. Người có trí tuệ cảm xúc cao sẽ có khả năng nhận diện tốt cảm xúc và nguyện vọng ẩn sâu của khách hàng thông qua giao tiếp, ngữ điệu, ngôn ngữ cơ thể hay thông qua việc đặt bản thân mình vào vị trí của người khác. Với sự đồng cảm với người tiêu dùng, nhà thiết kế sẽ đặt mình vào vị trí của khách hàng, cảm nhận được cảm xúc và từ đó hiểu được những nhu cầu mà khách hàng thực sự cần. Trí tuệ cảm xúc cao sẽ giúp nhà thiết kế hợp tác hiệu quả với đồng nghiệp, lắng nghe ý kiến từ các bộ phận khác nhau và cả trực tiếp từ khách hàng để đảm bảo sản phẩm cuối cùng đáp ứng yêu cầu tốt nhất.

(1) Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc (Perceiving Emotions): Nhận diện thông điệp cảm xúc ẩn sau các phản hồi ngôn ngữ và phi ngôn ngữ của khách hàng. Nhận diện mong đợi cảm xúc của khách hàng. Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc bao gồm các chỉ báo: Nhận diện cảm xúc tiềm ẩn trong phong cách, màu sắc, kiểu dáng mà khách hàng lựa chọn hoặc yêu thích; Quan sát phản ứng cảm xúc của khách hàng qua ánh mắt, nét mặt, giọng nói khi họ tiếp xúc với thiết kế; Cảm nhận cảm xúc cá nhân (phấn khích, lo lắng, tự ti...) khi trình bày ý tưởng trước nhóm hoặc nhà đầu tư; Phân biệt cảm xúc thể hiện trong các bộ sưu tập thời trang khác nhau (trầm lắng, nổi loạn, lãng mạn...)...

(2) Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy (Understanding Emotions): Là khả năng khai thác cảm xúc cá nhân làm chất liệu cho ý tưởng sáng tạo, bao gồm các chỉ báo: Dùng cảm xúc cá nhân (ví dụ: kỷ niệm, mối quan tâm xã hội...) làm nguồn cảm hứng để phát triển ý tưởng thiết kế; Dựa vào cảm xúc của người mặc (nhẹ nhàng, quyền lực, gợi cảm...) để lựa chọn chất liệu và kiểu dáng; Biến cảm xúc tiêu cực (áp lực, thất vọng) thành động lực sáng tạo trong các dự án thời trang quan trọng; Lấy cảm xúc thị giác, xúc giác từ chất liệu, màu sắc để định hình phong cách thiết kế chủ đạo...

(3) Nhóm năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc (Understanding Emotions): Phân tích trạng thái hứng thú, băn khoăn, thỏa mãn... của khách hàng trong quy trình thiết kế; hiểu logic phản hồi của khách hàng, phân tích xu hướng thời trang. Do đó, đánh giá năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc có thể dựa trên các chỉ báo: Hiểu rõ vì sao khách

hàng phản ứng tích cực/tiêu cực với một mẫu thiết kế (quá táo bạo, không hợp hoàn cảnh...); Giải thích mối quan hệ giữa xu hướng thời trang và cảm xúc thời đại (bất ổn, hy vọng, tìm kiếm sự yên bình...); Phân tích được nguyên nhân dẫn đến áp lực tâm lý trong nhóm thiết kế (bất đồng ý tưởng, giới hạn thời gian); Dự đoán được cách người mặc sẽ cảm nhận khi sử dụng sản phẩm trong bối cảnh cụ thể (sự kiện, môi trường công sở, đời sống thường nhật...)....

(4) Nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc (Managing Emotions): là khả năng giữ tinh thần bình tĩnh khi bản thiết kế bị từ chối, thương lượng thuyết phục khách hàng, phối hợp với đội nhóm sáng tạo với các chỉ báo: Biết cách giữ bình tĩnh và tích cực tiếp thu phản hồi gay gắt từ giảng viên, đồng nghiệp hoặc khách hàng; Duy trì cảm xúc ổn định khi phải thay đổi ý tưởng thiết kế vào phút cuối vì phản hồi thị trường; Sử dụng kỹ thuật thư giãn (nghe nhạc, thiền, viết cảm xúc) để làm mới tinh thần sáng tạo sau thời gian làm việc căng thẳng; Biết cách xoa dịu căng thẳng nhóm khi có mâu thuẫn về ý tưởng ....

d. Các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của sinh viên ngành Thiết kế đồ họa

Trí tuệ cảm xúc đóng vai trò nhất định trong hoạt động nghề nghiệp của ngành Thiết kế đồ họa. Nhà thiết kế đồ họa phải đáp ứng được những yêu cầu rất đa dạng về sản phẩm đến từ khách hàng đa lĩnh vực. Do vậy, kỹ năng giao tiếp hiệu quả với khách hàng là một điều kiện cần thiết trong hoạt động của lĩnh vực này. Để thực hiện được điều này, người thiết kế đồ họa phải có kỹ năng lắng nghe, đặt câu hỏi, nhận diện chính xác nhu cầu của khách hàng và đồng cảm với những tầm nhìn của họ. Trên cơ sở đó, nhà thiết kế đồ họa sẽ chuyển hóa thành những thiết kế trực quan, mang đúng những cảm xúc và thông điệp như nguyện vọng của khách hàng.

(1) Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc (Perceiving Emotions): Trong thiết kế đồ họa, việc nhận diện chính xác cảm xúc từ khách hàng là nền tảng giúp nhà thiết kế định hình ý tưởng thị giác phù hợp. Kỹ năng này giúp họ đọc được "thông tin cảm xúc" ẩn sau hình ảnh, màu sắc... Nhóm năng lực nhận biết các cảm xúc được đánh giá qua các chỉ báo: Phân biệt được cảm xúc gợi ra từ màu sắc, hình khối, bố cục trong một thiết kế (ví dụ: trầm lắng, tươi vui, mạnh mẽ); Nhận biết được cảm xúc của khách hàng qua lời nói, nét mặt và phản hồi trong các buổi trao đổi; Cảm nhận được cảm xúc tiềm ẩn trong ý tưởng thiết kế ban đầu do khách hàng cung cấp; Quan sát và phân tích cảm xúc người xem thông qua phản ứng với sản phẩm đồ họa trên mạng - xã hội hoặc chiến dịch; Tự nhận diện được cảm xúc tích cực/tiêu cực của bản thân trong quá trình làm việc và sáng tạo.

(2) Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy (Understanding Emotions): Cảm xúc không chỉ là chất liệu thể hiện mà còn là nguồn khơi gợi ý tưởng trong quá trình thiết kế. Nhà thiết kế đồ họa biết cách tận dụng cảm xúc để thúc đẩy sáng tạo, đưa ra giải pháp hình ảnh phù hợp với mục tiêu truyền thông và trải nghiệm cảm xúc của người dung. Nhóm năng lực sử dụng cảm xúc để hỗ trợ, thúc đẩy tư duy bao gồm các chỉ báo: Tìm cảm hứng thiết kế từ trải nghiệm cảm xúc cá nhân (kỷ niệm, sự kiện, tâm trạng...); Sử dụng cảm xúc làm chất liệu xây dựng ý tưởng sáng tạo (ví dụ: truyền cảm hứng, kêu gọi hành động); Tạo ra bảng màu (color palette) hoặc hệ thống hình ảnh phù hợp với cảm xúc và thông điệp mà khách hàng muốn truyền tải; Gắn kết trực quan thiết kế với cảm xúc mục tiêu của người xem (ví dụ: an toàn trong poster y tế; hào hứng trong banner khuyến mãi); Dựa vào trực giác cảm xúc để lựa chọn phương án thiết kế tối ưu trong các tình huống phân vân...

(3) Nhóm năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc (Understanding Emotions): Thiết kế hiệu quả đòi hỏi sự thấu hiểu cảm xúc người dùng và logic cảm xúc trong sản phẩm. Người thiết kế cần lý giải tại sao một yếu tố hình ảnh lại tạo ra cảm giác nhất định, từ đó phân tích, dự đoán và điều chỉnh để đáp ứng nhu cầu thị trường và cá nhân hóa trải nghiệm người xem. Các chỉ báo để nhận biết năng lực hiểu các cảm xúc và quy luật cảm xúc bao gồm: Hiểu được vì sao khách hàng không hài lòng với bản thiết kế, ngay cả khi nó đúng về mặt kỹ thuật; Phân tích cảm xúc mà khách hàng muốn truyền tải; Giải thích cách các yếu tố đồ họa (typography, texture, motion...) ảnh hưởng đến cảm xúc người xem; nhận biết mối liên hệ giữa áp lực thời gian với cảm xúc lo âu và hiệu suất sáng tạo của bản thân; Hiểu được nhu cầu ẩn sâu của khách hàng sau các yêu cầu chỉnh sửa (ví dụ: mong muốn được công nhận, sợ rủi ro...).

(4) Nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc (Managing Emotions): Trong môi trường thiết kế nhiều áp lực và phản hồi trái chiều, khả năng điều tiết cảm xúc là yếu tố quyết định hiệu quả làm việc và sự chuyên nghiệp. Nhà thiết kế cần biết cách ổn định tâm lý, xử lý bất đồng sáng tạo và duy trì năng lượng tích cực cho bản thân và nhóm. Nhóm năng lực quản lý/điều chỉnh cảm xúc bao gồm các chỉ báo: Giữ thái độ chuyên nghiệp, không phản ứng gay gắt khi nhận phản hồi tiêu cực từ khách hàng; Điều tiết cảm xúc bức bối khi phải sửa thiết kế nhiều lần để phù hợp với yêu cầu thị trường; Sử dụng chiến lược tích cực (nghỉ ngắn, đổi việc, thiền...) để làm mới tinh thần sáng tạo khi cảm thấy bí ý tưởng; Biết cách giao tiếp nhẹ nhàng và thuyết phục khi khách hàng đưa ra đề xuất chưa phù hợp về mặt thẩm mỹ; Duy trì được sự tập trung và tinh thần hợp tác trong nhóm thiết kế khi có bất đồng hoặc thời hạn gấp....

Chương trình đào tạo trong các cơ sở giáo dục nghệ thuật hiện nay chủ yếu thiên về hình thành kỹ năng chuyên môn, mà chưa chú trọng phát triển EI chuyên biệt theo tình huống nghề nghiệp thực tiễn. Hội nhập quốc tế đòi hỏi nghệ sĩ trẻ không chỉ sáng tạo tốt mà còn giao tiếp liên văn hóa, thích ứng nhanh, do đó, đòi hỏi cần có nền tảng EI vững chắc. Có thể phát triển EI dựa trên việc xây dựng các tình huống, bối cảnh nghề nghiệp theo từng lĩnh vực nghệ thuật (như thanh nhạc biểu diễn, piano, thiết kế thời trang, thiết kế đồ họa...) mà ở đó người học phải huy động đồng thời nhiều hình thức cảm nhận, diễn đạt, phản ứng cảm xúc và sáng tạo. Có thể tích hợp EI vào các học phần chuyên ngành thay vì tách biệt thành môn riêng, đồng thời kết hợp các phương pháp học tập đa dạng như: phân tích video, diễn tập sân khấu, đóng vai, ghi chép nhật ký cảm xúc, thảo luận nhóm phản hồi đồng đẳng, trị liệu nghệ thuật.

4. KẾT LUẬN

Bài viết đã làm rõ vai trò thiết yếu của trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp đối với sinh viên nghệ thuật, qua việc phân tích bốn nhóm năng lực cảm xúc theo mô hình Mayer & Salovey (1997). Có thể thấy rằng, EI không chỉ là công cụ hỗ trợ biểu đạt, sáng tạo mà còn là nền tảng giúp nghệ sĩ hiểu, kết nối, phản hồi cảm xúc một cách tinh tế trong giao tiếp, tạo sự thích nghi trong môi trường áp lực cao. Việc xây dựng hệ thống chỉ báo EI riêng cho từng chuyên ngành (thanh nhạc, piano, thiết kế thời trang, thiết kế đồ họa) là bước đầu tiên quan trọng trong quá trình phát triển các công cụ đo lường, chương trình đào tạo EI chuyên biệt cho người học nghệ thuật. Đề xuất kết hợp giữa trắc nghiệm khách quan đo lường tự đánh giá và quan sát tình huống thực hành mang tính nghề nghiệp là cách tiếp cận khả thi để nâng cao hiệu quả đào tạo EI trong bối cảnh giáo dục nghệ thuật Việt Nam đang hướng tới chuẩn đầu ra và hội nhập nghề sáng tạo quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cherniss, C. (2010). *Emotional intelligence: Toward clarification of a concept.* **Industrial and Organizational Psychology, 3(2), 110–126. https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2010.01231.x**

Dương Thị Hoàng Yến. (2010). *Về một quy trình phát triển trí tuệ cảm xúc theo mô hình EI 97,* **Tạp chí Tâm lý học, số 1 (130), 1 – 2010.**

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). *Constants across cultures in the face and emotion.* **Journal of Personality and Social Psychology, 17(2), 124–129. https://doi.org/10.1037/h0030377**

Goleman, D. (2001). *Emotional intelligence: Issues in paradigm building.* **In C. Cherniss & D. Goleman (Eds.),** *The emotionally intelligent workplace (pp. 13–26).* **Jossey-Bass.**

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1990), Emotional Intelligence , Imagination, Cognition and Personality, Baywood Publishing Company, Volume 9, Issue 3, pp 189

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. J. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence:* **Educational implications (pp. 3–31). Basic Books.**

Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2002). *Mayer–Salovey–Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) user's manual.* **MHS Publishers.**

Nguyễn Thị Thanh Huyền (2018), *Ứng dụng mô hình trí tuệ cảm xúc của John Mayer và Peter Salovey để xác định các yếu tố trí tuệ cảm xúc trong hoạt động nghề nghiệp của giáo viên mầm non,* **Tạp chí Giáo dục, số 440 (Kì 2 – 10/2018), tr. 21–25, 53.**

Scherer, K. R. (2003). *Vocal communication of emotion: A review of research paradigms.* **Speech Communication, 40(1–2), 227–256. https://doi.org/10.1016/S0167-6393(02)00084-5**